

LEURS MOTS À DIRE

RÉMI OHAYON

« Ne laissez pas les distributeurs s'approprier vos marques »

À la tête de l'agence Les ateliers Apicius, Rémi Ohayon sort ces jours-ci *Addi(c)tion*, un ouvrage traitant de la réservation en ligne (voir encadré). Spécialiste de la création de sites Internet pour des hôtels de luxe, restaurants, brasseries ou bistros, cet ancien cuisinier est aujourd'hui expert en visibilité dans les moteurs de recherche. Un passage obligé pour accroître les réservations directes et par là même desserrer l'emprise des distributeurs qui pullulent sur la Toile. « Depuis cinq ans, les patrons de CHR éprouvent le phénomène qu'ont connu les petits producteurs au moment où la grande distribution a entrepris son expansion: ils ont cru trouver un nouveau débouché porteur. La désillusion n'a pas tardé à poindre, car à mesure que grandit l'emprise des distributeurs du Web, les

marges des établissements se réduisent. Aujourd'hui, passer par ces supermarchés en ligne – dont les commissions vont de 8 à 20 % – constitue une prise de risque importante », analyse-t-il. Au final, certains établissements réalisent jusqu'à 60 % de leurs recettes par ce canal. « Ils privilégient l'occupation au détriment de la marge et anéantissent leur capacité à investir. Ils perdent également le lien avec un client qu'ils ne connaissent plus, puisqu'il appartient au distributeur », reprend-il. Pour contenir cette offensive des distributeurs et permettre aux clients de consommer en connaissance de cause, Rémi Ohayon prône la transparence, certain qu'une meilleure information du consommateur peut infléchir la montée en puissance des intermédiaires. « Si le grand public savait dans quelle poche part la commission qu'il verse, il consommerait



autrement. Les clients comprendraient également pourquoi ils ne sont pas accueillis de la même manière selon qu'ils dégagent un coupon ou réservent en direct auprès de l'établissement. » Sans compter que les gros rabais souvent consentis lors d'un achat via un distributeur laissent planer le doute quant à la qualité de la prestation... Internet est, selon lui, un moyen de mettre en relation un client et un vendeur, ce qui ne sous-tend pas forcément une course au prix bas. Le message

adressé aux patrons d'établissement? « Regagnez du pouvoir avec votre marque et reprenez les rênes de votre affaire en investissant vous-même sur Internet, à travers votre propre site, mais aussi dans les réseaux sociaux. Et travaillez, pourquoi pas, avec des portails de distribution, sans jamais les laisser devenir prépondérants dans votre business. » La réinitialisation de ce cycle vertueux passe par une prise de conscience du grand public...

S. L.



Addi(c)tion

Sous-titré *Le hold-up des intermédiaires en ligne*, *Addi(c)tion* vient de sortir aux éditions Page d'écriture. Rémi Ohayon y alerte les consommateurs et les hôteliers-restaurateurs sur les pratiques abusives des portails de réservation en ligne et des sites d'avis de consommateurs, multinationales souvent domiciliées à l'étranger.

La réflexion est nourrie par deux enquêtes menées respectivement l'une auprès de 2 000 personnes représentatives de la population française et l'autre auprès de 700 hôteliers indépendants. Elles révèlent que le consommateur est à la fois complice et victime d'un système parfaitement orchestré par les portails de réservation en ligne et que tout le secteur est sous l'emprise de multinationales qui dictent aujourd'hui leurs lois sur les règles tarifaires. L'auteur dresse un constat alarmant: à l'euphorie du Web succède l'angoisse d'une profession étranglée par un système anticoncurrentiel régi par les portails de réservation en ligne.

Parcours

Formé au lycée hôtelier de Poligny (Jura), Rémi Ohayon a fait ses armes en cuisine auprès de Bernard Loiseau, à Soulieu. En 1996, il fonde l'agence Les ateliers Apicius avec son ami Sylvain Garcia. Ce tout juste quadra a, depuis, lancé cinq autres agences, chacune experte dans les métiers du Web, du marketing, de la notoriété en ligne et de la production de contenu. Il emploie aujourd'hui 95 salariés. Avec six de ses collaborateurs, il obtient en 2011 le premier titre de Meilleur Ouvrier de France en communication et création de sites Internet. Plus de 1 500 entreprises de l'hôtellerie et la restauration, en France et en Europe, confient à l'une de ses agences leur stratégie Internet.