



HÔTELLERIE-RESTAURATION

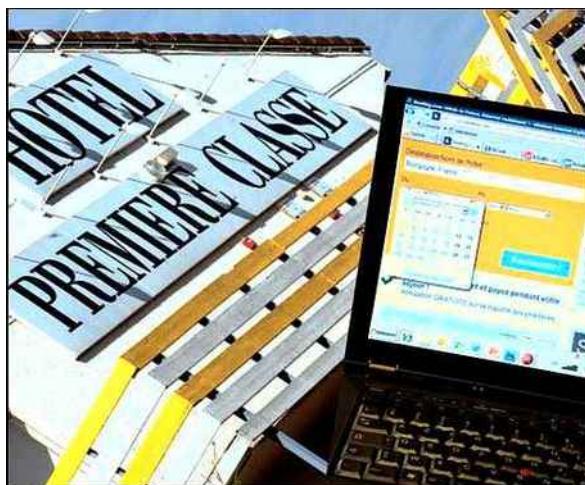
Le diktat des réservations en ligne et coffrets cadeaux

En dix ans, les portails de réservation en ligne et autres coffrets-cadeaux ont fait bien du mal aux hôteliers et aux restaurateurs.

N'allez pas parler des portails de réservation en ligne au président de l'UMIH (Union des métiers et des industries de l'hôtellerie) de Saône-et-Loire, Patrick Revoyre à la tête de l'Hostellerie *Château de la Barge* à Crêches-sur-Saône. « C'est un hold-up organisé », n'hésite-t-il pas à dire. « Nous sommes prisonniers d'un système lentement mis en place faisant croire aux clients qu'en dehors des réservations via ses sites rien d'autre n'est possible. »

Une machine à marge

Au départ, les hôteliers ont vu apparaître ces sites plus comme des annuaires spécialisés que des portails de réservation. Sans n'avoir jamais mis les pieds dans les établissements présents sur leur site, ils ne se gênent pas pour prendre des commissions de 15 à parfois 30 %. Les systèmes de coffrets-cadeaux, du genre Wonderbox ou Smartbox pour ne pas les citer, margent encore plus. « Sur les 150 euros que payent les clients, 100 euros vont pour l'hôtelier-restaurateur et 50 euros partent pour la communication », décrypte Rémi Ohayon, conseiller depuis 15 ans pour des palaces ou des chambres d'hôtes. Le chef du restaurant gastronomique *Greuze* à Tournus, Johann Chapuis,



73 % des clients utilisent des portails en ligne pour réserver, et ne passant plus en direct par les hôteliers. Photo Gilles Dufour

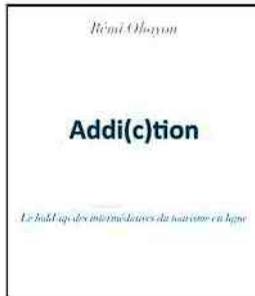
a toujours refusé de travailler avec ces sociétés spécialistes des coffrets-cadeaux. Depuis deux ans, il a été l'un des premiers chefs avec Georges Blanc à créer ses propres coffrets-cadeaux. Il en vend près de 500 à l'année avec des pics pour les fêtes, la Saint-Valentin... « Ces coffrets sont fidèles à l'esprit de ma maison avec des menus allant de 39 à 95 euros par personne », avoue-t-il. « Au moins, vous êtes sûr de retrouver dans l'assiette ce que vous avez payé, ce qui est loin d'être le cas avec les box. »

Difficile d'en sortir...

Malgré des croyances persistantes, les hôteliers n'ont pas le droit de proposer des prix différents sur un portail de réservation (Booking, Expedia...) et sur leur site Internet personnel. Au *château de Pizay* à Saint-Jean-d'Ardières, par exemple, en passant en direct, vous bénéficiez pour le mê-

me prix d'une attention en plus, comme une bouteille de vin dans votre chambre. « Il faut savoir utiliser ces portails de réservations intelligemment », avoue une responsable de cet établissement. Les grandes chaînes hôtelières ont même vu arriver des *Yields managers*, des professionnels des réservations jonglant avec les allotements sans nuire au chiffre d'affaires des professionnels de l'hôtellerie. « Nous ne travaillons pas avec tous les portails de réservation en ligne », précise Carlo Olejniczak, directeur des ventes globales du groupe Accor, « mais avec une sélection de sites stratégiques et clés. Nous nous réservons la possibilité de fermer des chambres à la vente en fonction des besoins de nos hôtels. » Mais aujourd'hui, les hôteliers ont bien du mal à faire sans, tant qu'ils n'ont pas renoué un contact direct avec leurs clients.

Les dates des « ateliers du succès » des hôteliers-restaurateurs



À partir du lundi 21 octobre à Levernois (21) de 9 h 30 à 12 heures et dans toute la France de Lyon à Bordeaux en passant par Nantes ou encore Paris, les hôteliers-restaurateurs et les acteurs du tourisme pourront participer aux « Ateliers du Succès ». Cette première édition se concentrera sur les pratiques des portails de réservation en ligne. Pour en parler, Rémi Ohayon, auteur du livre *Addi(c)tion* aux éditions Page d'Écriture, et ses deux préfateurs Jean-François Mesplède, ancien directeur du Guide Michelin et Michel Bouquet, ayant dirigé pendant plusieurs années la chaîne Relais & Châteaux. Les professionnels peuvent s'inscrire gratuitement sur le site www.les-ateliers-du-succes.com