

Difficile de se passer de Booking.com, mais pas impossible

# Une réalité presque intangible

Johanne Stetter Peut-on se passer des mastodontes de la réservation en ligne? Certains hôteliers l'ont fait, mais non sans mener une profonde réflexion.

S'affranchir des plateformes de réservation est un véritable serpent de mer. Y figurer est presque invivable. Pourtant, certains ont osé le pari, avec succès. Explications...

**Peu de chance de véritablement s'en passer.** La malinise de Booking.com, en particulier, mais aussi de ses consorts, est telle que de ne pas y recourir est risqué. En effet, selon une enquête de l'Observatoire Valaisan du Tourisme, la part de marché de Booking.com sur les réservations en ligne s'élevait à 73,3% en 2016, à 11,9% pour Expedia et à 7,8% pour Hotel Reservation Service. Ce marché est en croissance constante. Plus de 27% des nuitées ont été réservées en ligne en 2016 contre 20,6% en 2015. Les auteurs de l'étude prévoient une part de 50% en 2020. Autant dire que s'en affranchir n'est pas vraiment une solution.

PASCAL GERTSCHEN



Certains prennent des chemins de traverse pour remplir l'objectif principal: que le client pose ses valises dans son hôtel.

celles qui sont dénoncées par beaucoup d'autres hôteliers: le prix des commissions trop élevées (ndlr: généralement 17% en Suisse), méthodes commerciales agressives et culture d'un esprit «bon marché», avec des conditions d'annulation sans frais, par exemple. Des édils

**Vacances à l'étranger, non merci!**

Apparu aux États-Unis lors de la crise financière de 2007, le phénomène «stacation», qui consiste à rester délibérément à la maison lors de ses congés, prend de plus en plus d'ampleur. En fait, les rythmes professionnels soutenus et la mobilité accrue rendent très attractive l'idée de prendre «enfin le temps d'apprécier son environnement», relate l'anthropologue du voyage Jean-Dod Urbain dans «Le Temps». Ils seraient donc de plus en plus nombreux à emprunter ce contre-courant du voyage tout-va et à rester chez eux. Une alternative pour le tourisme local, qui peut jouer sur la carte des offres de détente, en particulier, écoresponsables!

**Architecture récompensée**

Le Spedition, un hôtel trois étoiles situé à Thourne, a reçu Le Prix Versailles, qui récompense les plus belles réalisations dans l'architecture commerciale. L'éblouissement a remporté cette distinction dans la catégorie «hôtels», pour son aménagement intérieur.

**Encore un «pass»**



tant dire que s'en affranchir n'est pas vraiment une solution.

**En Suisse**, les exemples de ceux qui ont réussi à se passer des plateformes de réservation ne courent pas les rues. Il y a pourtant quelques résistants en Valais, comme l'hôtel Au Cour des Alpes, à Zermatt, ou le Maya Boutique Hôtel, à Nax. Les gérants de cet établissement, Lisa et Louis Papadopoulos, se sont retirés de Booking.com l'été dernier.

Une décision mûrement réfléchie: «Cela faisait plus de deux ans que nous envisagions cette possibilité. Durant ce laps de temps, nous avons entrepris des démarches pour augmenter les réservations directes et fidéliser notre clientèle. Ce travail s'est fait en collaboration avec des étudiants de la Haute Ecole de Gestion & Tourisme, à Sierre», explique Lisa Papadopoulos.

Les raisons qui ont poussé ce couple au changement sont les mêmes que

culture d'un esprit «bon marché», avec des conditions d'annulation sans frais, par exemple. Des «diktats» dont les Papadopoulos ne voulaient plus. «Les plateformes de réservation en ligne se mettent entre nous et nos clients et limitent les relations que nous pourrions avoir avec eux. Nous n'avons notamment pas accès à leurs adresses e-mail», affirme la tenancière du Maya Boutique Hôtel.

**Des arguments** infailibles, certes. Pourtant, il est difficile pour la majorité, voire impossible, de se passer des services d'entreprises telles que Booking.com, car les avantages sont bien évidemment nombreux. Elles permettent non seulement de trouver de nouveaux clients, mais aussi d'augmenter sa visibilité et donc ses réservations. En outre, l'utilisation au quotidien est simple: il suffit de se connecter de temps à autre pour mettre à jour ses disponibilités et ses tarifs. «Aujourd'hui,

se priver d'un canal de distribution importante, estime Christophe de Rham, directeur du groupe Hôtel et Patrimoine.

Alors s'en passer, un véritable coup de folie? Peut-être. Une chose est sûre: ceux qui peuvent se le permettre sont ceux qui possèdent un établissement avec un positionnement unique. Lisa Papadopoulos en est pleinement consciente. «Les clients viennent chez nous pour l'hôtel et non pour la destination. Il est beaucoup plus difficile d'être visible dans un lieu très connu ou un centre urbain. Avec un hôtel écologique et construit en paille, il nous était également plus facile de nous démarquer.» On ne décline d'ailleurs aucune trace de regret dans la voix de la gérante. Les affaires marchent et «aucun changement au niveau des réservations ne s'est fait ressentir». Selon elle, se distancer des OTA (Online Travel Agencies) n'est donc pas impossible, mais la mesure im-

référence dans Google.» Reste à savoir si au bout du compte, le jeu en vaut vraiment la chandelle. «Avec Booking.com on peut considérer les commissions en partie comme étant du marketing et réduire ainsi le budget pub en général», fait remarquer Pierre-André Michaud, vice-président d'Hoteliersuisse, qui salue cependant la démarche de ceux qui parviennent à se passer des OTA.

**Au final**, chacun doit y trouver son compte, que ce soit avec ou sans les prestations des portails de réservations. Il est néanmoins essentiel de s'ouvrir à différents canaux et de ne pas dépendre d'un unique prestataire. «Un hôtel devrait être présent sur plusieurs plates-formes de réservation importantes. Il est également conseillé qu'il renforce ses ventes par le biais de son propre site web», précise Martin Abderhalden, responsable Hôtelierie et Tourisme, à GastroSuisse.

Les dix facteurs clés de l'innovation

## Les conditions qu'il faut réunir pour innover



Innovover, c'est aussi savoir évoluer et se remettre en question.

Pourquoi doit-on innovover? C'était trois et les clients par deux. D'où le

s'il veut convaincre son entourage de le suivre.

- **Stratégie:** définir une vision commune de l'innovation et élaborer une stratégie partagée par l'ensemble du groupe.
- **Confiance:** avancer progressivement pour gagner la confiance des parties à l'interne et à l'externe, facilitant leur mobilisation.
- **Ouverture:** faire preuve de transparence, être ouvert aux points de vue différents, être à l'écoute, encourager la diversité généra-

• **Apports externes:** intégrer l'intelligence collective pour disposer de plus de compétences et d'expertises en interne. L'avancement d'un projet est possible par un apport financier, grâce à des outils technologiques, etc.

- **Gouvernance:** adopter une nouvelle approche de mise en réseau, flexible et agile, qui facilite la réaction et la mutualisation.
- **Gestion:** créer un environnement de travail collaboratif et stimulant. Afin que l'équipe s'approprie l'élé-



l'Office du Tourisme de Verbier – Verbier de Bagnes veut se démarquer. Depuis 15 juin, un «VIP Pass» est délivré à toutes les notes séjournant au minimum un nuit dans la région. Il leur est ainsi possible de découvrir différentes activités des lieux gratuitement ou à prix réduits. Cette action est rendue possible grâce à la récente augmentation de la perception de la taxe de séjour. Avec cette offre, les responsables touristiques s'efforcent de faire ressortir la différence de la région par rapport à ses concurrentes qui proposent le même type de carte. «L'accès gratuit en été au sommet du Mont-Fort, avec son panorama exceptionnel, offre au client la possibilité de découvrir sans frais l'un des attractions majeures de la destination. D'autres prestations de partenariat grefferont par la suite pour donner une plus-value supplémentaire à ce pass», estime Joël Schöb, directeur de l'Office du Tourisme de Verbier/Val de Bagnes. Ces offres suffiront-elles vraiment pour s'illustrer? Au vu du nombre d'actions du même type qui fleurissent un peu partout ces derniers mois, la concurrence pourrait tout de même faire sentir.

### Intervention contre les frais de roaming



Une parlementaire monte aux barricades contre une situation qui fait de nos smartphones plus que jamais de la Suisse tout de cherché. Le 15 juin dernier, jour