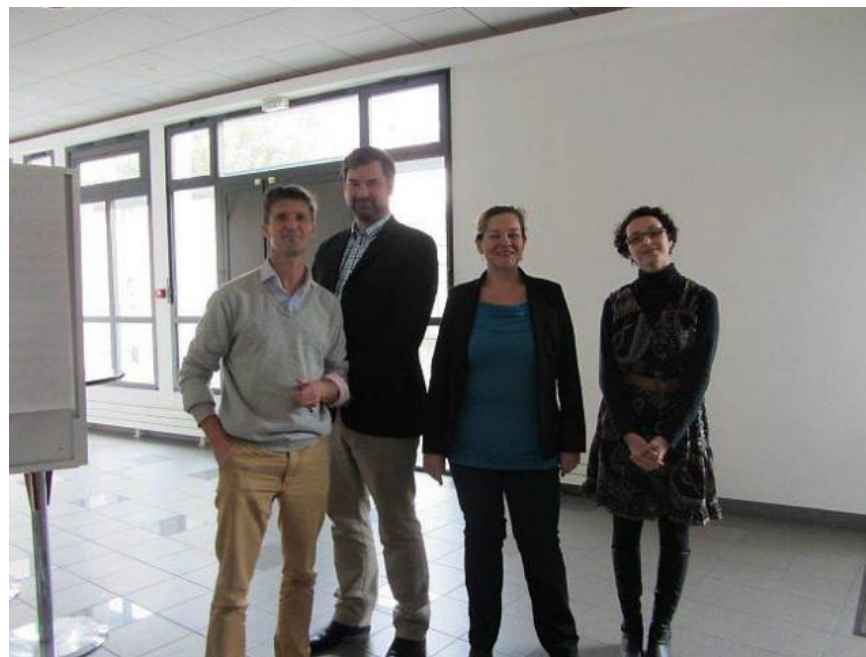


Actualité

Samedi 09 novembre 2013

Les agences de voyage en ligne, un danger ?

Les internautes choisissent aussi leurs destinations grâce à internet. Pour lutter contre un système parfois incontrôlable, les professionnels se doivent de se regrouper... Les professionnels autour de La Baule répondent.



« Faut-il avoir peur des agences de voyage en ligne ? » C'était le titre d'une conférence organisée par la direction du Développement touristique de Cap Atlantique, en partenariat avec les directeurs des offices de tourisme de Pornichet, La Baule, Guérande, Brière et Penestin, qui s'est déroulée en mairie de Guérande, cette semaine.

Près de la moitié des Français réserve sur internet

C'est de ce constat que Thomas Yung, expert des questions de commercialisation dans l'hôtellerie et ancien propriétaire d'un hôtel en Touraine, est parti pour analyser les possibilités et les canaux de réservation qui sont proposés aux professionnels du secteur.

Devant une trentaine de structures présentes, majoritairement des hôtels de la presqu'île, quelques chambres d'hôtes et des offices de tourisme, il a décortiqué les avantages et les inconvénients d'une solution qui s'impose de plus en plus à la quasi-totalité de la profession : les agences de voyage en ligne. Une entreprise de réservation en particulier, a une présence très forte, quasi écrasante, sur le net : booking.com. Une efficacité redoutable, grâce à un système informatique très performant et séduisant pour les utilisateurs, via notamment un moteur de recherche très utilisé par les internautes. Un argumentaire qui sait créer une pression sur l'utilisateur. Résultat pour les structures utilisatrices de ces systèmes de réservations ? Une augmentation des réservations.

Des commissions élevées pour les prestataires

Mais attention, l'augmentation des réservations n'est pas sans contrepartie : des taux de commission élevés (de 15 à 25 %), une perte d'identité directe sur le net, pollution de la e.réputation - elle devient incontrôlable, sans aucune possibilité de réponse, perte du client : il appartient au distributeur et non plus à l'hôtelier, une gestion des annulations handicapante, etc.

La solution pour retrouver de l'indépendance ? Sans remettre en cause l'utilisation de ces systèmes de réservation, il existe quelques astuces pour retrouver une clientèle directe, via une sensibilisation, des offres de fidélités, des propositions différentes. Mais la clé du succès se situerait plus certainement vers un regroupement des hôteliers, une mutualisation et une cohérence à trouver « ensemble » afin de devenir un vrai moyen de pression pour faire cohabiter les deux systèmes.