

## **Cet été, un français sur six va utiliser Internet pour organiser et réserver ses vacances. Comment, dans ce contexte, le Web est-il en train de révolutionner toute une profession ?**

### **► L'e-hôtellerie : un nouveau mode de consommation**

- ▷ Le secteur de l'hôtellerie et de la restauration est particulièrement concerné par le succès de l'Internet. Nombreux sont les internautes qui utilisent désormais ce media pour rechercher, organiser et réserver les hôtels et les restaurants qui vont jaloner un séjour ou un déplacement professionnel.
- ▷ Ainsi, la dernière étude de Yesawich Pepperdine Brown & Russell/Yankelovitch, montre que 63% des Américains utilisent Internet pour préparer leurs vacances (contre 57% il y a un an) et 45% d'entre eux ont utilisé le Web pour effectuer une réservation au cours de la dernière année (contre 38% l'an passé). La même progression est constatée en ce qui concerne les voyageurs d'affaires : 69% d'entre eux passent par le Web pour planifier leurs déplacements (65% l'an passé) et ils sont 51% à réserver leur hébergement en ligne (contre 48% l'an dernier).
- ▷ Ces chiffres sont particulièrement éloquentes et l'on peut penser que sur cette tendance, la majorité des voyageurs, loisirs et business confondus, préférera Internet aux agences de voyage traditionnelles pour réserver (et non seulement planifier) leurs voyages et déplacements en 2005. Ce qui se passe aux États-unis ne peut que se reproduire inéluctablement chez nous à plus ou moins court terme.
- ▷ D'ailleurs, aujourd'hui, il n'est pas rare, notamment dans l'hôtellerie, que les réservations liées à Internet avoisinent les 20%.

### **► L'apparition d'intermédiaires**

- ▷ L'émergence de ce nouveau marché a occasionné la multiplication des offres d'hôtellerie et de restauration sur Internet. Entre les sites d'hôtels et les portails dédiés au tourisme, l'internaute se retrouve désormais devant une multitude d'offres disponibles d'un simple clic de souris.
- ▷ Avec une rapidité caractéristique à ce nouveau média, un phénomène est apparu qui a force de structuration sur l'offre : l'apparition de centrales de réservations « pure players » et de sites de voyage spécialisés, véritables tours operators de l'Internet.
- ▷ Les principaux acteurs du marché sont désormais bien connus du grand public : promovacances.com, opodo.fr, expedia.fr, lastminute.com... Ces mastodontes de l'Internet ont bénéficié de financements considérables pour asseoir leur notoriété et constituer des catalogues impressionnants de propositions.

- ▷ Des acteurs plus petits sont nés dans leur sillage. On peut citer l'exemple de Cybevasion, TPE localisée à Saint-Etienne, qui génère déjà plus de 2 M d'Euros de chiffre d'affaires en cataloguant des hôtels français sur ses sites. Disposant de moins de moyens, leur survie et succès repose sur le positionnement de leur site sur les principaux moteurs de recherche.
- ▷ Il appartient aux acteurs de la filière hôtellerie restauration de nouer des partenariats avec ces nouveaux acteurs, véritables apporteurs d'affaires, de manière à bénéficier à leur offre d'une exposition maximale sur Internet.

## ► Le site Internet - facteurs clés de succès

- ▷ Disposer d'un site Internet performant apparaît aussi comme un axe de développement stratégique pour la filière.
- ▷ S'il est tentant de réaliser soi-même des pages de présentation à moindres coûts, ou de les faire réaliser par un proche dont c'est le hobby, il convient de ne pas oublier qu'un site Internet est un outil de communication de l'entreprise qui véhicule son image. Compte tenu du marché montré au précédent paragraphe, on comprend mieux l'intérêt d'un investissement. Au final, un manque de professionnalisme dans une présentation sur Internet peut nuire d'avantage que de ne pas avoir de présentation...
- ▷ Plusieurs points sont donc à prendre en compte :
  - Le client potentiel vient sur un site d'hôtellerie ou de restauration pour « visiter » virtuellement un établissement. Au-delà des informations essentielles sur les prestations, il convient donc de lui procurer les photographies les plus avantageuses, voire même d'une animation vidéo. Des clients de plus en plus nombreux se fient à l'apparence d'un site Internet d'hôtellerie pour décider du lieu de leurs vacances, notamment aux photos et autres diaporamas disponibles.
  - La portée d'un établissement de tourisme se veut souvent internationale. Il en sera de même de son site Internet, pour lequel, une ou plusieurs langues étrangères seront nécessaires
  - Il est complexe de garantir la visibilité d'un site sur Internet. Pour autant, un restaurant spécialiste de la cuisine auvergnate doit pouvoir sortir en bonne position d'une requête du type « cuisine auvergnate ». C'est le métier des web-marketeurs, qui se chargent de formater les sites Internet et de créer des liens qui amèneront l'Internaute (touriste ou professionnel) jusqu'à la cible désignée.

## ► Internet comme gain d'efficacité

- ▷ Un atout de taille du média consiste à pouvoir informer la clientèle avant son arrivée sur le lieu de la prestation. Nous reprendrons le point de vue de M. Cyril Vaussard, directeur associé de la chaîne Hotelspreference (extrait de la revue [i-t] n°15) : « Les sites doivent se distinguer par leur côté pratique, donner des informations courtes mais pertinentes avec des photos correctes et répondre à des questions simples : jusqu'à quelle heure peut-on arriver, y a t il un parking, etc. Cela semble relever du bon sens mais c'est loin d'être toujours le cas. Le but d'un site est de dégager du temps pour ne pas avoir à répondre à ces questions au téléphone après une visite de l'internaute sur le site. »
- ▷ Seuls les sites dits dynamiques ont la capacité d'être mis à jour en temps réel. Ce point essentiel est à anticiper lors de la conception.
- ▷ Enfin, dans cette optique de communication, le mail est une technologie à maîtriser par le responsable de l'hôtel ou du restaurant, car il facilite l'échange d'informations en temps différé avec les clients.

- ▷ Par ailleurs, la gestion des disponibilités est on ne peut plus stratégique, quand on sait que la rentabilité est directement liée aux taux d'occupation. Par ailleurs, la prévision de l'activité permet aussi de réduire les charges (approvisionnement d'un restaurant, présence du personnel...).
- ▷ De plus, s'il est avéré que gérer des réservations coûte cher, notamment en personnel, un système de réservations sur Internet permet de faire des économies sur ce point. Selon une étude réalisée par PhocusWright, une réservation Internet coûte \$3 à la chaîne Hyatt contre \$9 pour une réservation effectuée par un call-center.
- ▷ Techniquement, un site dynamique peut être agrémenté d'un système de gestion, qui permettra de gérer les disponibilités d'un établissement ou d'un groupe d'établissements en temps réel. Si on y ajoute un module de paiement sécurisé par Carte Bleue, on gagne ainsi du temps sur ces appels de réservation, avec en prime, un service client 24H./24, 7J./7.
- ▷ Enfin, dans le cadre d'échanges interprofessionnels, des places de marché sur Internet sont venues apporter des solutions aux professionnels de la filière. On y trouve notamment des offres d'emploi en personnel qualifié, des sources d'approvisionnement en matériel et matières premières. C'est aussi un lieu où trouver des conseils et échanger sur un métier. On pourra citer une plate-forme de référence : LeChef.com, qui se présente aujourd'hui comme le portail de la restauration.
- ▷ Dans ce cadre, l'usage du mail mérite une nouvelle fois d'être souligné, comme facteur d'accélération des communications. Un professionnel du secteur, Michaël EZJENBAUM, Directeur de Michaels Buying témoigne : « Dans le cadre de mon métier de mise en relation entre fournisseurs et hôtels/restaurants, le mail apparaît comme une révolution. Je l'utilise pour transmettre des propositions illustrées, avec plus de rapidité et de flexibilité que le FAX, et rester en contact avec tous mes clients via une newsletter. »

## ▶ Conclusion

- ▷ Que ce soit pour décrocher de nouveaux marchés, améliorer l'efficacité de sa relation client ou de son business, on comprend pourquoi Internet est une véritable révolution pour cette la filière hôtellerie restauration.
- ▷ Les acteurs qui ont pris la décision d'investir dans ce média, que ce soit pour créer un site Internet ou mettre en place de nouveaux modes de distribution ont généralement réussi à améliorer leurs marges et toucher de nouvelles clientèles.

**► Pour en savoir plus**

<b>URL (adresse sous la forme www.nomdedomaine.fr/ dossier/page.html)</b>	<b>Libellé (nom du site ou de l'organisme)</b>	<b>Description (titre du document ou sujet)</b>
<a href="http://www.journaldunet.com/dossiers/voyages/">http://www.journaldunet.com/dossiers/voyages/</a>	Journal du Net	Dossier permanent de la rédaction sur le voyage en ligne
<a href="http://www.umih.fr/">http://www.umih.fr/</a>	Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie	Site du syndicat – chiffres clés
<a href="http://www.lechef.com/">http://www.lechef.com/</a>	Le Chef	Portail de la restauration
<a href="http://www.michaelsbuying.com">http://www.michaelsbuying.com</a>	Michaels Buying	Intermédiation entre fournisseurs et hôtels restaurants
<a href="http://www.kifaikoi.com/">http://www.kifaikoi.com/</a>	Kifaikoi	Annuaire des fournisseurs des restaurants, hôtels, cafés et collectivités
<a href="http://www.sirha.com/">http://www.sirha.com/</a>	SIRHA	Salon International de la Restauration de l'Hôtellerie et de l'Alimentation
<a href="http://www.lhotellerie.fr/Search_Convention.asp">http://www.lhotellerie.fr/Search_Convention.asp</a>	Sous partie du site de la revue l'Hôtellerie	Liste de conventions collectives
<a href="http://www.cybevasion.fr">http://www.cybevasion.fr</a>	Cybevasion	Centrale de réservation sur Internet
<a href="http://www.chateauxhotels.com">http://www.chateauxhotels.com</a>	Châteaux et Hôtels de France	Site de la chaîne
<a href="http://www.restosaclermont.com/">http://www.restosaclermont.com/</a>	Restos à Clermont	Guide de restaurants sur Internet
<a href="http://www.bestofclermont.com/">http://www.bestofclermont.com/</a>	Best of Clermont	Le Web mag de Clermont