

Négocier des tarifs hôteliers sert-il encore à quelque chose ?

LES ECHOS | Le 20/09 à 06:00



Passer par un programme hôtelier permet à l'entreprise de maîtriser les dépenses et d'éviter le traitement des notes de frais. - Shutterstock

Avec l'arrivée de sites Web spécialisés dans la réservation de chambres d'hôtel à prix cassés, la question mérite d'être posée. Passage en revue comparatif.

« *Nos programmes hôteliers ont-ils encore un sens ?* » Tel était le thème - volontairement provocateur - d'un dîner-débat organisé le 8 septembre dernier par l'Association française des travel managers (AFTM) à Paris. Quand on sait que 80 % à 90 % des entreprises adhérentes à l'association, selon cette dernière, disposent d'un programme voyage, la question avait de quoi surprendre - voire déstabiliser. « *Mais avec l'émergence de l'économie collaborative et des nouvelles offres, elle mérite sérieusement d'être posée* », estime Michel Dieleman, président de l'AFTM.

Monter un programme hôtelier est une opération très chronophage pour les services voyage des entreprises. Elle consiste à négocier en amont, souvent avec l'aide d'un agrégateur hôtelier ou d'une agence de voyages, des tarifs et des volumes de chambres garantis avec des partenaires hôteliers, de façon à pouvoir maîtriser les coûts et les prestations tout au long de l'année.

Des économies ponctuelles et plus de choix côté site web

Or les résultats et les bénéfices de cette pratique ne sont plus forcément systématiques, compte tenu des possibilités désormais offertes par le Web. Il y a de fortes chances pour qu'un voyageur mettant en concurrence des sites spécialisés dans la réservation de chambres d'hôtel instantanée à prix cassés, comme Hotel Tonight ou Very Last Room, trouve, ponctuellement, des chambres moins chères que celles proposées par le système interne de son entreprise.

Au bénéfice du prix s'ajoute celui du choix. En effet, les programmes hôteliers cherchent à concentrer environ 80 % des volumes sur 20 % des références. En d'autres termes, ils envoient tous les voyageurs dans les mêmes endroits. Pouvoir accéder à une **offre alternative (http://www.lesechos.fr/finance-marches/vernimmen/definition_offre-alternative.html#xtor=SEC-3168)**, c'est aussi l'occasion, pour le voyageur, de se rapprocher de son lieu de rendez-vous, de casser la routine ou d'accéder à une catégorie de confort auquel il n'aurait peut-être pas eu droit en passant par les canaux classiques de son entreprise. Autant d'options plébiscitées par un nombre grandissant de voyageurs, notamment les plus jeunes.

Plus de sécurité et plus de sérénité côté programme hôtelier

Reste que la stratégie opportuniste visant à aller ponctuellement au moins cher a ses limites. Dans son genre, elle est elle aussi chronophage, car elle oblige le voyageur à passer du temps pour faire sa recherche. Ensuite, elle est risquée, notamment en cas de pics d'affluence. « *Les hôtels ont développé des techniques de "yield management" - c'est-à-dire de maximisation des profits - extrêmement sophistiquées. Les prix évoluent en permanence. Ils peuvent parfois passer du simple au double en fonction des saisons ou des événements, d'où l'intérêt de négocier en amont* », défend Emmanuel Ebray, directeur France de HRS, une entreprise d'origine allemande spécialisée dans la réservation d'hôtels pour les entreprises.

Outre la maîtrise des dépenses, HRS met en avant les économies indirectes engendrées par l'utilisation d'un système de réservation sécurisé : pas de notes de frais à traiter, pas d'argent à avancer, donc moins d'interventions comptables. Selon les calculs de l'agrégateur hôtelier, ses programmes auraient le potentiel de faire baisser de 9 % la facture hôtelière d'une entreprise. « *A l'échelle d'une société du CAC 40 qui dépense plusieurs dizaines de millions par an en hôtellerie, cela est très significatif* », estime Emmanuel Ebray.

Passer par un programme hôtelier, c'est aussi se réserver la possibilité d'annuler (en général, les tarifs sont annulables le jour même jusqu'à 18 heures), épargnant du stress au voyageur et des pertes à leur employeur. Enfin, dans la mesure où les coordonnées de l'hôtel sont parfaitement connues et ses standards garantis, c'est encore le meilleur moyen d'assurer la sécurité des voyageurs. Une obligation qui pèse sur toutes les entreprises, et qui leur est régulièrement rappelée au gré des attentats et des catastrophes internationales.

« Pour toutes ces raisons, les entreprises ont tout intérêt à maintenir leur programme hôtelier pour l'instant, tranche Michel Dieleman. Mais nous sommes dans une période de grande réflexion. »

Claire Derville, Les Echos

SOMMAIRE DU DOSSIER

Voyages d'affaires : gérer et sécuriser

[Déplacements professionnels : gagner en souplesse en mesurant ses risques](http://www.lesechos.fr/thema/0211287717225-deplacements-professionnels-gagner-en-souplesse-en-mesurant-ses-risques-2028523.php)
(<http://www.lesechos.fr/thema/0211287717225-deplacements-professionnels-gagner-en-souplesse-en-mesurant-ses-risques-2028523.php>)

[Trois exemples de transformation](http://www.lesechos.fr/thema/0211295553892-trois-exemples-de-transformation-2028611.php)
(<http://www.lesechos.fr/thema/0211295553892-trois-exemples-de-transformation-2028611.php>)

[Les pros du voyage d'affaires face au défi de la sécurité](http://www.lesechos.fr/thema/0211287629158-les-pros-du-voyage-daffaires-face-au-defi-de-la-securite-2028667.php)
(<http://www.lesechos.fr/thema/0211287629158-les-pros-du-voyage-daffaires-face-au-defi-de-la-securite-2028667.php>)

[CHARGER PLUS D'ARTICLES](#)