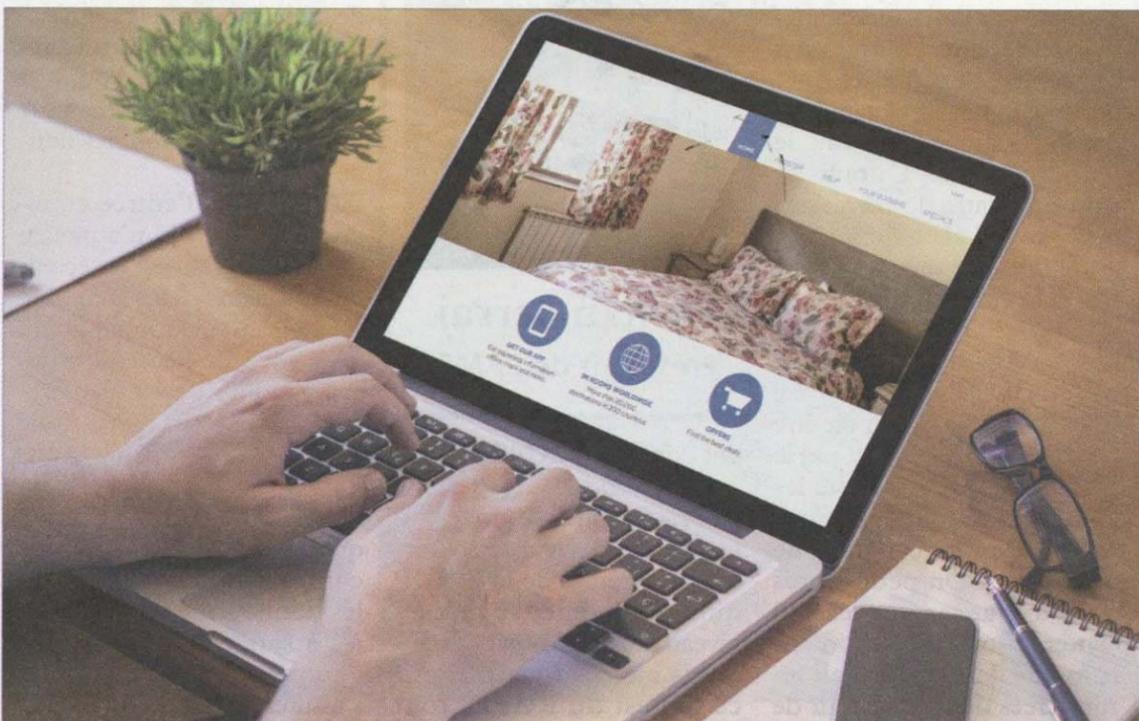


# Tourisme : le diktat des plateformes de réservation d'hôtels

■ Le chiffre d'affaires de certaines agences de voyages a plongé de 25% ■ Les sites ont toutefois permis aux hôtels indépendants d'être plus visibles sur le marché international ■ Le ministère entend les taxer en s'inspirant des expériences étrangères.

Booking.com, hotels.com, Expedia... Ces plateformes de réservation en ligne d'hôtels et parfois de services (billets d'avions, de train, location de voitures, etc.) sont une aubaine pour certains hôteliers... et un manque à gagner pour les agences de voyages, qui perdent leur rôle d'intermédiaires entre hôtel et client, et pour l'Etat, qui pâtit des sorties de devises et de l'évasion fiscale. Pour les établissements liés aux tour-opérateurs internationaux, les sites de réservation ne représentent qu'un canal complémentaire pour la commercialisation de leurs capacités hôtelières. Mais quoi qu'on en dise, ces sites ont un apport indéniable pour le tourisme. Ils ont le mérite d'avoir offert aux hôtels indépendants, aux riads et aux maisons d'hôtes un canal de vente efficace et ouvert sur le monde entier. «Nous recevons des clients de Corée du Sud, de Finlande et de Norvège qu'on aurait jamais pu accueillir sans les sites de réservation en ligne. En basse saison, 100% de la capacité de notre hôtel (1100 lits) est commercialisé à travers les sites contre 50% de la



**POUR LE MINISTÈRE DU  
TOURISME, DU TRANSPORT  
AÉRIEN, DE L'ARTISANAT ET  
DE L'ÉCONOMIE SOCIALE  
ET SOLIDAIRE, L'APPORT  
DES PLATEFORMES DE  
RÉSERVATION EN LIGNE  
POUR LE TOURISME  
MAROCAIN EST INATTENDU**

capacité en haute saison. Pendant cette période, on préfère privilégier une clientèle nationale qu'on capte à travers des réservations directes sur notre site et des publicités sur Facebook, Instagram et Twitter», témoigne Abdelali Chaoui, DG et propriétaire de l'hôtel Eden Andalou qui ne rechigne pas à leur concéder 20% de commission. Ce système est bien avantageux pour cet hôtel excentré du centre-ville de Marrakech dont le taux d'occupation

annuel avoisine 80%.

## Liberté tarifaire et indépendance par rapport aux tour-opérateurs

Les grandes chaînes hôtelières liées à des centrales de réservation de tour-opérateurs font beaucoup moins appel à ces sites. «L'essentiel de nos réservations est opéré via la plateforme Riu.com pour nos six hôtels Tikida (2 à Marrakech et 4 à Agadir) qui prélève une commission de 17%. Nous faisons de ce fait très peu appel aux plateformes de type Booking.com et hotels.com sauf pour notre établissement Tikida Golf Palace géré directement et dont les deux tiers du chiffre d'affaires proviennent des centrales de réservation Booking et Expedia qui reçoivent des commissions situées entre 17 et 20%», déclare Rachid El Habety, directeur général du Groupe Tikida. Ses clients qui passent par la plateforme Riu.com bénéficient d'un système de fidélisation et de prix différenciés par marché et non par plateforme.

Pour les unités hôtelières indépendantes, les centrales de réservation en ligne offrent une liberté tarifaire et une indépendance par rapport aux

TO dont les pratiques sont jugées hégémoniques par quelques-uns. «Les prix pratiqués par les tour-opérateurs sont bas. Le TO peut réserver 150 chambres à un prix de 40 euros/personne toute l'année. Il peut en vendre quelques-unes à 25 euros en basse saison et à 100 euros en haute saison, période pendant laquelle il exige plus de capacité, d'autant plus que les arrivées dépendent à 90% des compagnies low cost. En cas de crise en Europe, le TO peut très facilement lâcher l'hôtel. En outre, leurs exigences vont des transferts gratuits pour leurs clients vers l'hôtel aux commissions sur les excursions vendues sur place. Par contre, Booking, Expedia et hotels.com nous permettent de facturer des prix corrects toute l'année et de bénéficier du yield management pour adapter nos tarifs», explique M. Chaoui.

Les agences de voyages, quant à elles, voient dans ces sites une menace pour leur activité. «La location de voitures ne fait plus partie du giron des agences de voyages. C'est également le cas de la réservation d'hôtels qui s'amenuise. Nous avons perdu entre 25 et 30% de notre chiffre d'affaires à cause des plateformes de réservation en ligne que nous compensons par le biais d'une spécialisation dans les congrès & incentives que Booking.com investit déjà», s'offusque Azeddine Skalli, PDG de S Tours, Travel management company.

«Nous pouvons offrir jusqu'à 50% de réduction aux clients sur les nuitées d'hôtels vu que nous achetons des nuitées à l'avance, alors qu'on ne perçoit que 10% de commissions sur lesquelles on verse 20% en guise de TVA. La plateforme de Booking propose, elle, les prix du marché et s'adjuge jusqu'à 25% de commissions sur les prix pour les hôtels les mieux référencés. Aucun impôt n'est reversé à l'Etat», explique Fouad Lahbabi, DG de l'agence Ico Tours et ex-président de la Fédération nationale des agences de voyages.

## Bookit.ma tente de se faire une place

Bookit.ma, centrale de réservation en ligne marocaine, a été créé en 2018 par Monarch Travel. Le but est de permettre aux Marocains de réserver en ligne pour un séjour dans des hôtels locaux et payer sur place, avec parfois la possibilité d'annulation, le jour même, sans frais. C'est Web Synergy Travel, la filiale digitale de Monarch Travel devenue société 100% online mixant le concept des OTA (Online Tourism Agency) et les Bedbank wholesaler (site de réservation d'hôtels en ligne) qui porte ce projet. «Aujourd'hui, nous avons une base de 390 agences de voyages et 25 fournisseurs étrangers intégrés via XML, sans omettre quelques plateformes internationales clientes qui utilisent notre

contenu Maroc de plus de 1 000 hôtels et riads, transferts, excursions et surtout nos circuits réguliers avec départ garanti. Tout cela nous permet de consolider notre volume de rapatriement de devises», déclare Samir Ahendouch, vice-directeur et IT manager de Web Synergy Travel. La filiale digitale de WST a digitalisé 95% de ses services sur les plans commercial, managérial et décisionnel. Bookit réalise, elle, 20% du chiffre d'affaires de Web Synergy Travel qui décline trois marques, BtoB national et international, BtoC et bientôt corporate, une quatrième. Cette entité génère 40% du chiffre d'affaires global du groupe Monarch Travel, estimé à 65 MDH en 2017 et 100 millions en 2018 ■

Pour le ministère du tourisme, du transport aérien, de l'artisanat et de l'économie sociale et solidaire, l'apport des plateformes de réservation en ligne pour le tourisme marocain est inattendu. Mais cela n'écarte pas la possibilité de les taxer. *«Si l'émergence de ces nouveaux modes d'achat et la diversité de l'offre qui en découle représentent une véritable richesse pour l'attractivité touristique, l'inégal traitement fiscal entre acteurs du secteur suscite des questions. Il convient donc de mieux encadrer cette offre avec l'appui des autorités compétentes en la matière tout en capitalisant sur les expériences des autres pays»*, déclare une source au ministère du tourisme. Et de préciser : *«Nous privilégierons les partenariats qui veilleront à respecter une équité fiscale et une concurrence loyale entre les différents acteurs du tourisme»*, ajoute le ministère. Le débat ne fait que commencer. Reste à savoir si le Royaume

## En Europe, les plateformes spécialisées captent 27% des réservations hôtelières

Sous d'autres cieux, notamment en Europe, les plateformes de réservation en ligne sont devenues quasiment incontournables. Selon une étude intitulée «La distribution européenne des hôtels en 2018» effectuée par l'HOTREC (association regroupant les syndicats hôteliers européens), les ventes en ligne, tous canaux confondus, représentent 60% des réservations hôtelières en Europe et environ la moitié

des réservations hôtelières en France. Sur tout le continent, près de 27% du total des réservations s'effectuaient, en 2017, par des plateformes spécialisées (Booking, hotel.com...) contre 19% en 2013. La proportion est de 23% en France (dont Booking s'adjuge 60 à 70% de part de marché en ligne). La réservation directe reste prédominante avec 55% en Europe et près de 63% en France ■

dispose de la même force de négociation que les pays européens qui ont eux aussi du mal à faire plier ces sites.

### Le site de RAM nuitee.com essaie de convaincre

En dehors du manque à gagner sur le plan fiscal, les commissions sur les réservations effectuées en dirhams pour des établissements locaux sont quand même

reversées en devises. *«Vu que la majorité des réservations dans les hôtels marocains sont réalisées par des étrangers, l'Office des changes ferme les yeux sur les réservations des Marocains sur Booking.com»*, commente Ali Benaddou, directeur général de Monarch Travel, agence de voyages. En réalité, le cadre juridique établi par l'office stipule que seules les structures importatrices de

devises étrangères ont le droit d'en exporter 70%. Booking.com & Co n'ont pas de filiale au Maroc, sauf quelques commerciaux itinérants. *«La création d'une plateforme de réservation d'hôtels en ligne nécessite absolument l'obtention d'une licence d'agence de voyages. C'est grâce à cette démarche que nous avons créé en 2018 Bookit.ma, plateforme de réservation d'hôtels en ligne pour les Maro-*

*cains avec paiement sur place à l'hôtel»*, précise le patron de Monarch Travel.

Royal Air Maroc s'est aussi lancée dans ce juteux marché des plateformes de réservation en ligne avec Nuitee.com, une plateforme installée à l'étranger, en partenariat avec nuitee, le géant mondial des voyages qui collabore exclusivement avec les agences. *«Lancé initialement avec une couverture de 350 000 hôtels, 170 000 nouveaux hôtels et maisons d'hôtes sont venus enrichir le catalogue en fin février 2019. La plateforme enregistre une audience de 35 000 visiteurs par mois provenant principalement du site royalairmaroc.com»*, indique la compagnie aérienne. Le site de réservation en ligne vise même à promouvoir le Maroc auprès d'une base de clients de la compagnie estimée à 7,5 millions. L'argument de l'audience internationale a donc été déterminant dans le choix de ce partenaire ■