

# Stabilisation de la vente directe dans l'hôtellerie

Résultats d'une enquête en ligne sur la situation de la distribution dans l'hôtellerie suisse pour l'année 2018

**Roland Schegg**  
HES-SO Valais-Wallis

Avril 2019

## Sommaire

- Résumé
- Contexte de l'étude
- Canaux de distribution dans l'hôtellerie
- Plateformes de réservation en ligne (OTA) dans l'hôtellerie suisse
- Relations Hôtels-OTA
- Utilisation des technologies de réservation
- Contact
- Annexe: échantillon
- Annexe: questionnaire

15.04.2019

Diapositive 3



# Résumé

## Canaux de distribution

- **Les canaux de distribution directe** (téléphone, fax, walk-in, e-mail, formulaire ou système de réservation sur le site de l'hôtel) sont restés en 2018 de loin les **principaux moyens de vente de l'hôtellerie suisse**, l'e-mail (20.9%) et le téléphone (16.8%) étant les canaux directs les plus utilisés. Après une baisse continue de la part de marché de ces canaux dans le secteur de la distribution durant plusieurs années, la situation semble s'être stabilisée quelque peu depuis 2014. Selon notre enquête, **58% des nuitées** en Suisse ont été générées via ces canaux directs en 2018, alors que cette part atteignait encore 75% en 2008.
- **Les canaux de distribution traditionnels** comme le téléphone, le courrier, le fax ou la vente via les partenaires touristiques traditionnels (offices de tourisme, agences de voyages) détiennent généralement une faible part de marché et sont en **recul** depuis 16 ans, sous l'effet d'un processus rampant.
- La **part de marché des organisations touristiques** s'établissait en 2018 encore à **2.3% des nuitées**; en 2006 les ventes de nuitées via les organisations touristiques atteignaient encore 6,5%.

## Canaux de distribution et OTA dans l'hôtellerie suisse

- **La vente électronique connaît une progression constante:** Aujourd'hui, dans l'ensemble, **plus de 40% des réservations sont effectuées en temps réel** (OTA, IBE, GDS, CRS des chaînes hôtelières, réseaux sociaux), les plateformes de réservation en ligne (OTA) dominant clairement le marché (28%).
- La tendance à un recours accru aux canaux de distribution en ligne se confirme, les plateformes de réservation ayant multiplié leur part de marché par quatre au cours des dernières années. Aujourd'hui 42% des hôtels enregistrent plus de 30% de leurs réservations via les OTA; pour un établissement sur cinq, cette part dépasse même 50%, ce qui témoigne de la forte dépendance de nombreux établissements à l'égard de ces partenaires de distribution. La **part de marché des OTA de 28.0%** en 2018 est légèrement plus élevée que l'année précédente (27.7%). Les hôtels dans les villes et les établissements 3 étoiles affichant des parts nettement au-dessus de la moyenne (>30%).
- La proportion de **réservations en temps réel sur les sites propres de l'hôtel s'établit à 8.5%** et est aussi légèrement plus élevée qu'en 2017 (+0.3%).

## Les OTA dans l'hôtellerie suisse

- **Les parts de marché de Booking Holding semblent avoir perdu un peu de terrain en Suisse:** En 2017 *Booking Holding, Expedia et HRS détenaient ensemble 94% du marché des plateformes en ligne*. La situation est restée la même en 2018. Néanmoins, Expedia a pu accroître sa part (+2.8%) au détriment de Booking.com (-3.6%). Cette évolution s'explique peut-être par la forte hausse des hôtes américains qui réservent beaucoup plus souvent sur Expedia que sur Booking. Malgré de faibles pertes, **Booking Holding reste l'acteur dominant sur le marché en Suisse** (part de marché relative en 2018 de 72% contre 75.6% en 2017).
- Nos analyses révèlent en outre que les parts de marché relatives des OTA Booking Holding, Expedia et HRS varient fortement en fonction des différents types d'hôtels.
  - Booking Holding détient des parts très élevées dans les établissements ouverts deux saisons par année (81%), dans les hôtels 1 et 2 étoiles (86%), dans les petits établissements comptant moins de 20 chambres (80%), dans les hôtels de montagne (77%), dans des hôtels situés dans des localités de moins de 10'000 habitants (78%) et dans des hôtels axés sur le tourisme de loisirs (74%).
  - Booking Holding réalise des parts de marché relativement faibles dans les grands hôtels de plus de 50 chambres (64%), dans les établissements 4 et 5 étoiles (62%) et dans les hôtels urbains (61%).

## Paielement de commissions aux OTA

- Plus de 60% des hôtels interrogés indiquent avoir payé en moyenne sur l'année 12% de commissions à Booking.com, près d'un établissement sur cinq déclare avoir payé 15%. En moyenne on peut compter avec un taux de commission de 13.1% versé à Booking Holding. Le taux moyen payé à HRS s'établit à 14.4% et à 15% pour Expedia. La moyenne pondérée pour les trois OTA s'établit à 13.5%, un taux qui reste stable par rapport à notre étude de 2017.
- La moitié des hôtels paient entre 10'000 et 50'000 CHF de commissions aux OTA chaque année, et un établissement sur cinq plus de 100'000 CHF. Les **commissions versées chaque année aux OTA se montent en moyenne à 61'328 CHF** (valeur médiane 23'000 CHF) par hôtel.
- Selon nos estimations, **les commissions versées par l'hôtellerie suisse aux OTA se montent à 169 CHF mio en 2018**. Ce sont environ 20 millions de CHF de plus que durant les deux années précédentes, ce qui peut s'expliquer par la légère augmentation de la part de marché des OTA et surtout par le chiffre d'affaires hébergement nettement plus élevé en 2018.
- Le versement annuel moyen en commissions aux OTA s'élève par conséquent à 1'203 CHF par chambre d'hôtel.

## Relations entre OTA et hôtels

- Environ la **moitié des hôtels interrogés sont plutôt satisfaits ou très satisfaits de la collaboration avec Booking.com**, alors que 24% sont plutôt insatisfaits ou très insatisfaits. Concernant Expedia, environ 38% des établissements se disent satisfaits de la collaboration et près de 30% insatisfaits.
- **Six hôtels sur dix ont l'impression que les OTA ne communiquent pas de manière transparente et compréhensible la façon dont les classements sont établis**, ni comment on peut les influencer. Plus de 60% des établissements indiquent n'utiliser ni le programme «Preferred Partner» ni le «booster de ranking» pour améliorer leur classement.
- Près d'un tiers des hôtels indique avoir reçu **plus de «fake réservations»** par les OTA que durant les années 2016-2017. Pour les hôtels urbains, cette part représente 56%, pour les chaînes d'hôtels 44% et pour les hôtels 1 et 2 étoiles 56%, ce qui est plus élevé que dans les autres segments d'hôtels.
- La **part des annulations de réservations via les plateformes en ligne (OTA)** par rapport au volume global de réservations représente **presque un cinquième (18.1%)**. 48% des hôtels indiquent que la part de pourcentage des annulations est restée stable en comparaison avec les années 2016-2017. 42% des hôtels indiquent que cette part a légèrement (33%) ou fortement (9%) augmenté.
- Plus de **80% des hôtels se sentent partiellement ou totalement dépendants de Booking.com**.



## Utilisation des technologies de réservation

- **72% des hôtels disposent d'un système de réservation en ligne (web booking engine)** et env. 6.5% ont prévu un tel système pour 2019.
- **65% des hôtels indiquent travailler avec un channel manager** pour gérer leurs tarifs et leurs disponibilités sur les plateformes de réservation en ligne. Le recours au channel manager a fortement augmenté par rapport à 2013. Environ un quart des hôtels utilisent des logiciels ou systèmes de réservation hôteliers et gèrent leurs tarifs et leurs disponibilités manuellement en ligne. En comparaison avec 2013, la part des hôtels qui gèrent leurs tarifs et leurs disponibilités manuellement en ligne a fortement diminué.
- Le top 3 des **channel manager** : Hotel Spider, Kognitiv et Availpro. Le top 3 des **PMS/système front office**: Protel (31.2%), Oracle (19.7%) et base7booking (7.5%)

15.04.2019

Diapositive 10



# Contexte de l'étude

## A propos de l'étude (1)

### Contexte et buts de l'étude

Pour obtenir un aperçu représentatif de la situation actuelle de la distribution dans l'hôtellerie suisse sur une large échelle, hotelleriesuisse a réalisé, entre janvier et mars 2018, conjointement avec l'Institut de tourisme (ITO) de la Haute école spécialisée de Suisse occidentale Valais (HES-SO Valais-Wallis) à Sierre, la 14<sup>e</sup> enquête commune depuis 2003. Les résultats sont censés livrer un tableau aussi fidèle que possible de la situation actuelle de la distribution (en ligne et hors ligne) dans l'hôtellerie suisse et éclairer plus particulièrement le rôle des sites de réservation en ligne (OTA).

### Détails de l'étude Suisse

En Suisse, les données pour l'année de référence 2018 ont été collectées au moyen d'un questionnaire en ligne entre janvier et février 2019. Les résultats présentés ici s'appuient sur les réponses de 261 établissements en Suisse, ce qui correspond à un taux de retour de 6.7%. Au total, 3907 hôtels de la banque suisse de données hôtelières ont été contactés par e-mail.

En rapport avec la population, les établissements classés sont surreprésentés dans l'échantillon. Si l'on considère uniquement les établissements classés, lesquels génèrent 75% des nuitées dans l'hôtellerie suisse, l'échantillon reflète adéquatement les niveaux de classification. Des détails sur l'échantillon et sur le questionnaire figurent dans l'annexe à la fin du rapport.

## A propos de l'étude (2)

### Dépouillement des réponses

Vu que les hôtels n'ont pas tous répondu à l'ensemble des questions, le nombre total des observations varie d'une question à l'autre.

### Mesure de l'exactitude

Un ***intervalle de confiance (CI)*** est un intervalle qui indique l'exactitude de l'estimation de la valeur moyenne. L'intervalle de confiance indique la zone à l'intérieur de laquelle se situe avec une certaine probabilité la véritable valeur du paramètre en cas de répétition infinie d'une expérience aléatoire (le niveau de confiance dans le cas présent est de 95%).

15.04.2019

Diapositive 13



# Canaux de distribution dans l'hôtellerie

## Canaux de réservation Suisse 2018

|   | Part de marché (nuitées) |      | Intervalle de confiance |      |
|---|--------------------------|------|-------------------------|------|
| Directe - Téléphone   | 16.8                     | 58   | 15.1                    | 18.5 |
| Directe - Courrier / Fax  | 1.3                      |      | 0.8                     | 1.8  |
| Directe - Walk-In (personnes sans réservation)  | 4.6                      |      | 3.8                     | 5.4  |
| Directe – Formulaire sur site web (sans vérification de la disponibilité)   | 6                        |      | 4.3                     | 7.7  |
| Directe – E-mail  | 20.9                     |      | 18.8                    | 23.0 |
| Directe – Réservation en temps réel sur site web avec vérification des disponibilités (IBE=Internet Booking Engine) | 8.5                      |      | 7.2                     | 9.8  |
| Offices de tourisme (DMO)   | 1.2                      | 2.3  | 0.9                     | 1.5  |
| Suisse Tourisme (STC - swisshotels.com)   | 1.2                      |      | 0.9                     | 1.5  |
| Tour-opérateurs / agences de voyages  | 3.3                      | 7.5  | 2.4                     | 4.2  |
| Chaînes d'hôtels et coopérations avec CRS   | 1.1                      |      | 0.5                     | 1.7  |
| Grossistes - wholesaler (p. ex.. Hotelbeds, Tourico, Gulliver, Transhotel, etc.)                                    | 1.4                      |      | 0.8                     | 2.0  |
| Organisateurs d'événements et congrès   | 1.8                      |      | 1.2                     | 2.4  |
| Plateformes de réservation en ligne (OTA)   | 28                       | 30.7 | 25.2                    | 30.8 |
| Systèmes de distribution globale (GDS)  | 2.2                      |      | 1.5                     | 2.9  |
| Réseaux sociaux   | 0.3                      |      | 0.1                     | 0.5  |
| Airbnb et autres canaux P2P   | 0.2                      |      | 0.0                     | 0.4  |
| Autres canaux de distribution   | 1.7                      | 1.7  | 0.8                     | 2.6  |

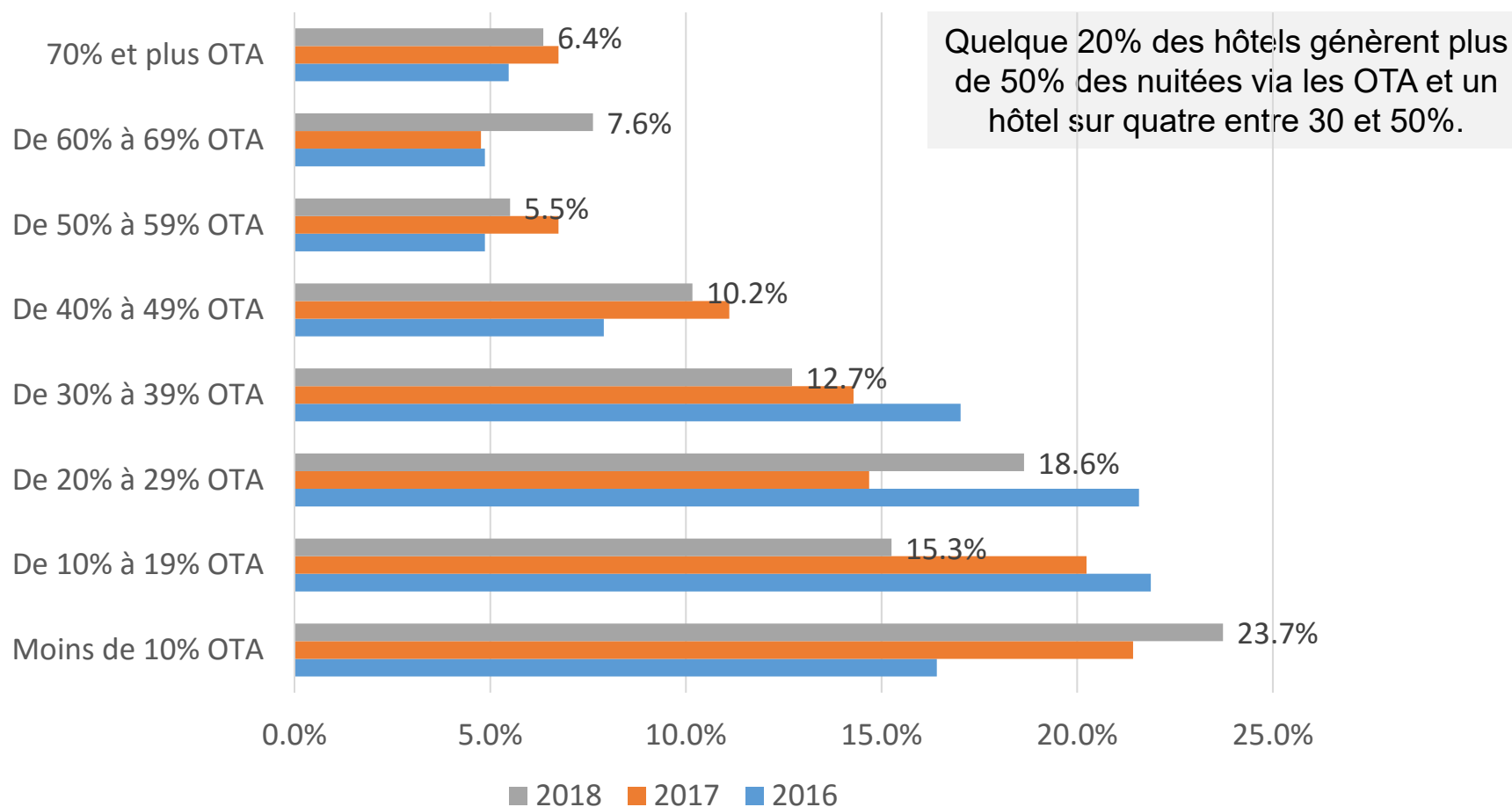
Parts de marché en % des nuitées, n=236

## Evolution des canaux de réservation Suisse 2015-2018

|   | 2015    |      | 2016    |      | 2017    |      | 2018    |      |
|---|---------|------|---------|------|---------|------|---------|------|
|   | (n=226) |      | (n=329) |      | (n=252) |      | (n=236) |      |
|   | %       |      | %       |      | %       |      | %       |      |
| Directe - Téléphone   | 19.9    | 60.7 | 17.0    | 58.3 | 18.3    | 59.2 | 16.8    | 58.0 |
| Directe - Courrier / Fax  | 2.0     |      | 1.4     |      | 1.7     |      | 1.3     |      |
| Directe - Walk-In (personnes sans réservation)  | 4.7     |      | 4.7     |      | 5.1     |      | 4.6     |      |
| Directe - Formulaire sur site web (sans vérification de la disponibilité)   | 5.0     |      | 5.8     |      | 6.9     |      | 6.0     |      |
| Directe - E-mail  | 21.6    |      | 21.2    |      | 18.9    |      | 20.9    |      |
| Directe - Réservation en temps réel sur site web avec vérification des disponibilités (IBE=Internet Booking Engine) | 7.5     |      | 8.2     |      | 8.2     |      | 8.5     |      |
| Offices de tourisme (DMO)   | 1.4     | 2.1  | 1.4     | 2.7  | 1.4     | 2.5  | 1.2     | 2.3  |
| Suisse Tourisme (STC - swisshotels.com)   | 0.7     |      | 1.3     |      | 1.1     |      | 1.2     |      |
| Tour-opérateurs / agences de voyages  | 4.6     | 10.3 | 3.8     | 8.1  | 3.8     | 6.4  | 3.3     | 7.5  |
| Chaînes d'hôtels et coopérations avec CRS   | 1.1     |      | 0.7     |      | 0.6     |      | 1.1     |      |
| Grossistes - wholesaler (p. ex.. Hotelbeds, Tourico, Gulliver, Transhotel, etc.)                                    | 2.3     |      | 1.8     |      | 0.7     |      | 1.4     |      |
| Organisateurs d'événements et congrès   | 2.3     |      | 1.8     |      | 1.3     |      | 1.8     |      |
| Plateformes de réservation en ligne (OTA)   | 20.6    | 24.3 | 27.3    | 29.7 | 27.7    | 29.0 | 28.0    | 30.7 |
| Systèmes de distribution globale (GDS)  | 3.4     |      | 2.2     |      | 1.1     |      | 2.2     |      |
| Réseaux sociaux   | 0.4     |      | 0.3     |      | 0.2     |      | 0.3     |      |
| Airbnb et autres canaux P2P   |         |      |         |      |         |      | 0.2     |      |
| Autres canaux de distribution   | 2.5     | 2.5  | 1.2     | 1.2  | 2.9     | 2.9  | 1.7     | 1.7  |

Parts de marché en % des nuitées

## Répartition des parts de nuitées générées par les OTA 2016-2018



Parts de marché en % des nuitées, 2018: n=236

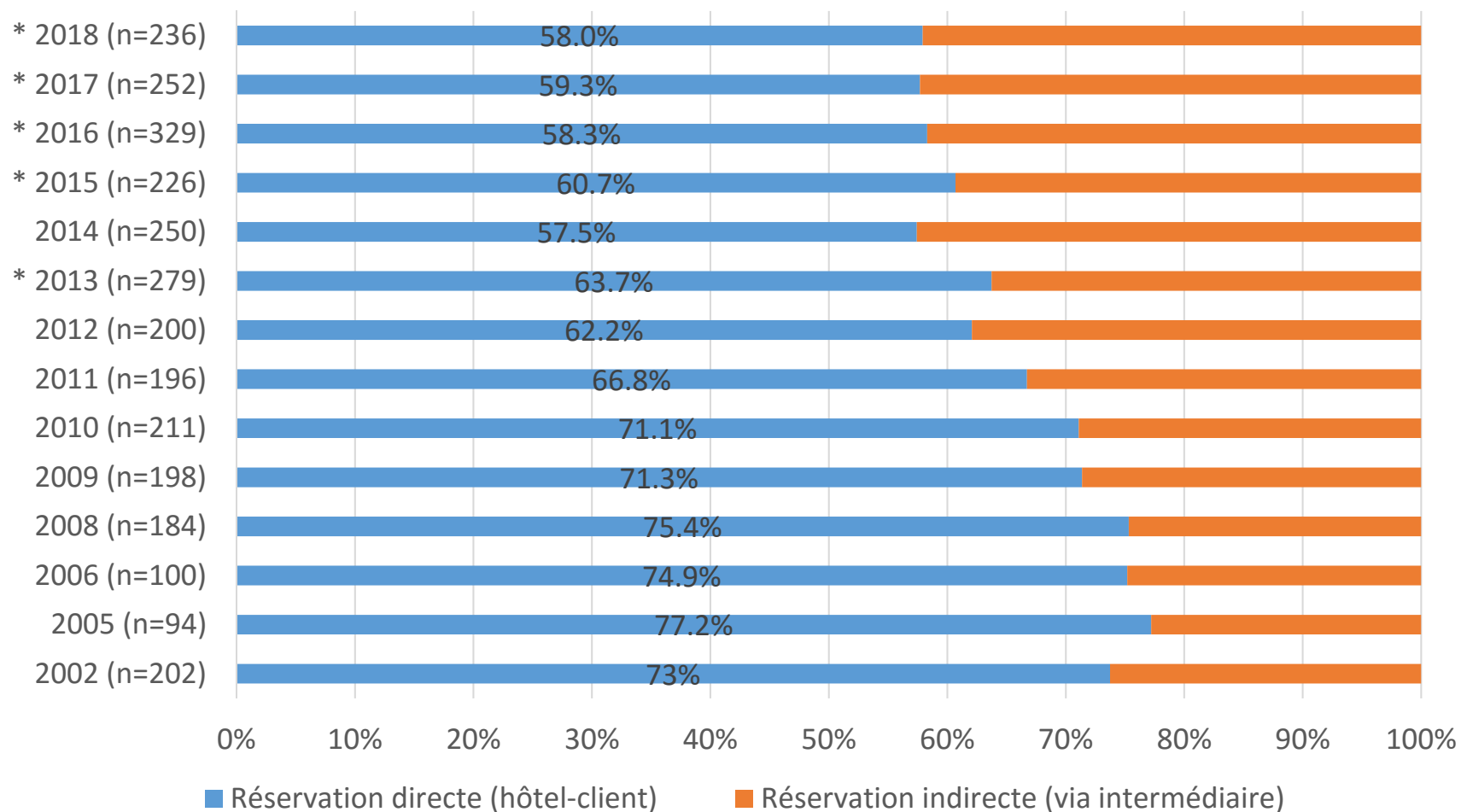


## Parts des réservations via OTA versus catégorie d'hôtel

|                                   |                                    |                                      |                                     |                                       |                     |              |
|-----------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|---------------------|--------------|
| Ouverture annuelle ou saisonnière | Ouvert toute l'année               | Ouvert deux saisons                  | Une saison (hiver)                  | Une saison (été)                      | <b>Total</b>        |              |
|                                   | 28.70%                             | 26.70%                               | na                                  | 31.10%                                | <b>28.10%</b>       |              |
| Catégorie                         | Pas classifié                      | 1* & 2*                              | 3*                                  | 4* & 5*                               | Swiss Lodge & autre | <b>Total</b> |
|                                   | 25.70%                             | 30%                                  | 30.40%                              | 25.07%                                | 29.20%              | <b>28%</b>   |
| Taille de l'hôtel (chambres)      | Moins de 20 chambres               | 20-50 chambres                       | 50-100 chambres                     | Plus de 100                           | <b>Total</b>        |              |
|                                   | 27.60%                             | 30.70%                               | 23.60%                              | 19.90%                                | <b>27%</b>          |              |
| Type d'hôtel                      | Hôtel indépendant                  | Chaîne d'hôtels                      | Coopération                         | <b>Total</b>                          |                     |              |
|                                   | 28.20%                             | 24.30%                               | 26.80%                              | <b>28%</b>                            |                     |              |
| Situation                         | Ville                              | Montagne                             | Campagne                            | Autre                                 | <b>Total</b>        |              |
|                                   | 31.42%                             | 26.63%                               | 20.97%                              | 33.88%                                | <b>27.62%</b>       |              |
| Lieu                              | Ville de plus de 250'000 habitants | Ville entre 50'000-250'000 habitants | Ville entre 10'000-50'000 habitants | Localité de moins de 10'000 habitants | <b>Total</b>        |              |
|                                   | 36.20%                             | 34.30%                               | 29.30%                              | 25.70%                                | <b>28%</b>          |              |
| Segment de clientèle              | Affaires                           | Loisirs                              | MICE & autre                        | Groupes                               | <b>Total</b>        |              |
|                                   | 26.30%                             | 30.10%                               | 11%                                 | 30%                                   | <b>28%</b>          |              |

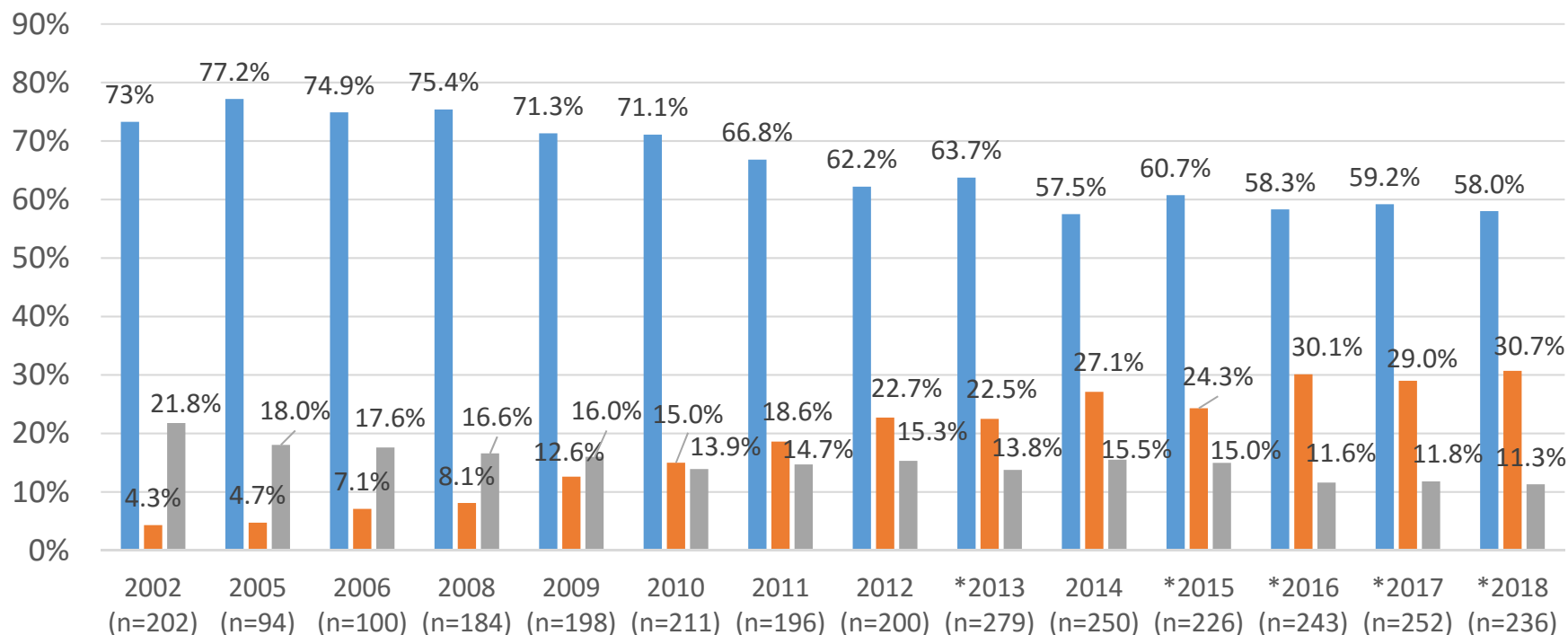
*Parts de marché en % des nuitées*

## Distribution directe versus distribution indirecte 2002-2018



*Parts de marché en % des réservations de 2002-2012 & 2014 et en % des nuitées en \*2013, \*2015 - \*2018!*

## Tendances de la distribution hôtelière en Suisse 2002-2018



■ Réservation directe (hôtel-client)

■ Réservation en ligne via intermédiaire (OTA, GDS, réseaux sociaux)

■ Partenaires touristiques (tour opérateur, agence de voyage, grossiste, DMO, STC, organisateurs d'événements et congrès, chaîne d'hôtels et coopérations avec CRS, autres)

*Parts de marché en % des réservations de 2002-2012 & 2014 et en % des nuitées en \*2013, \*2015 - 2018\**

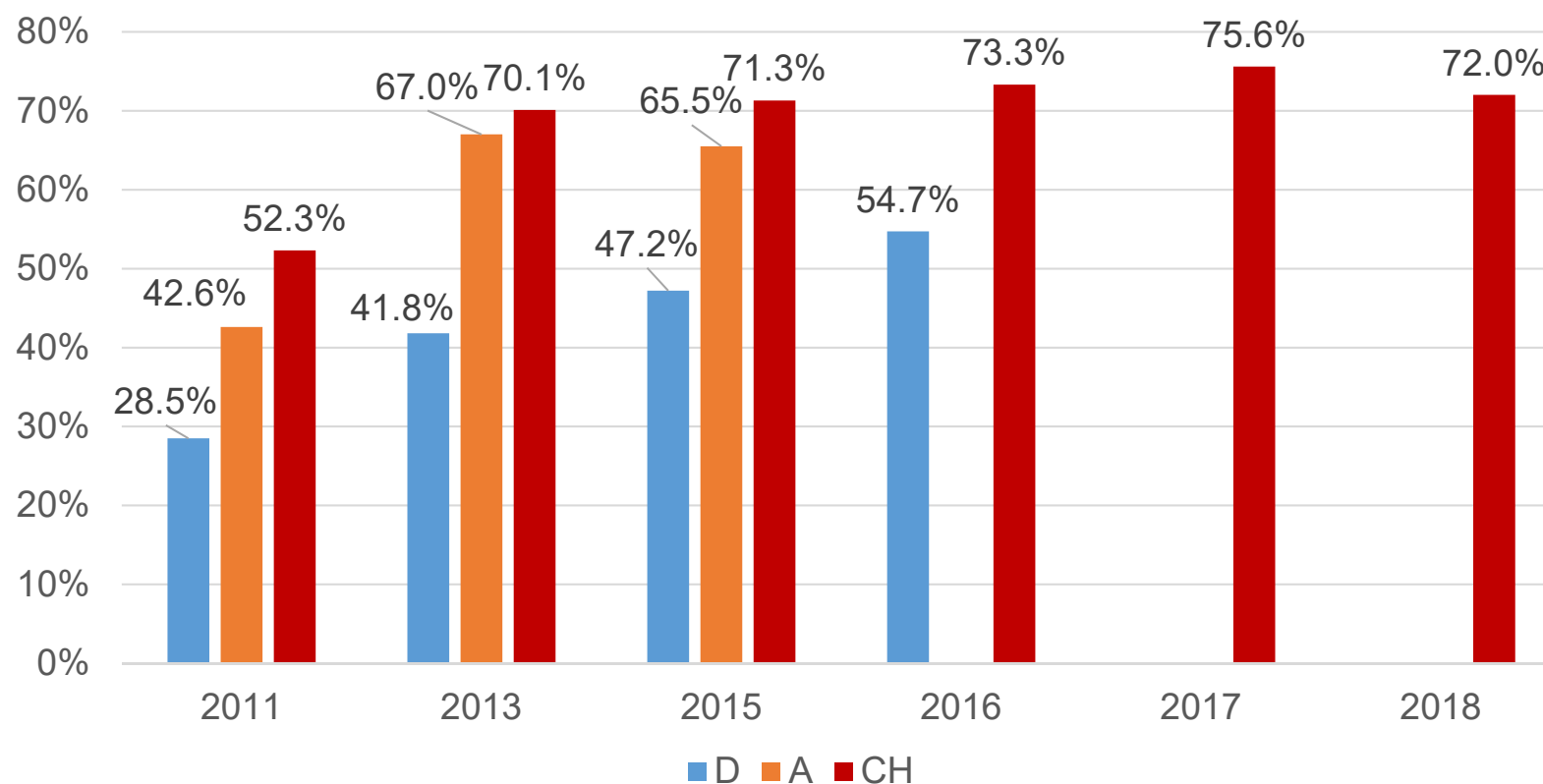


# Plateformes de réservation en ligne (OTA) dans l'hôtellerie suisse

## Parts de marché relatives des OTA 2015-2018

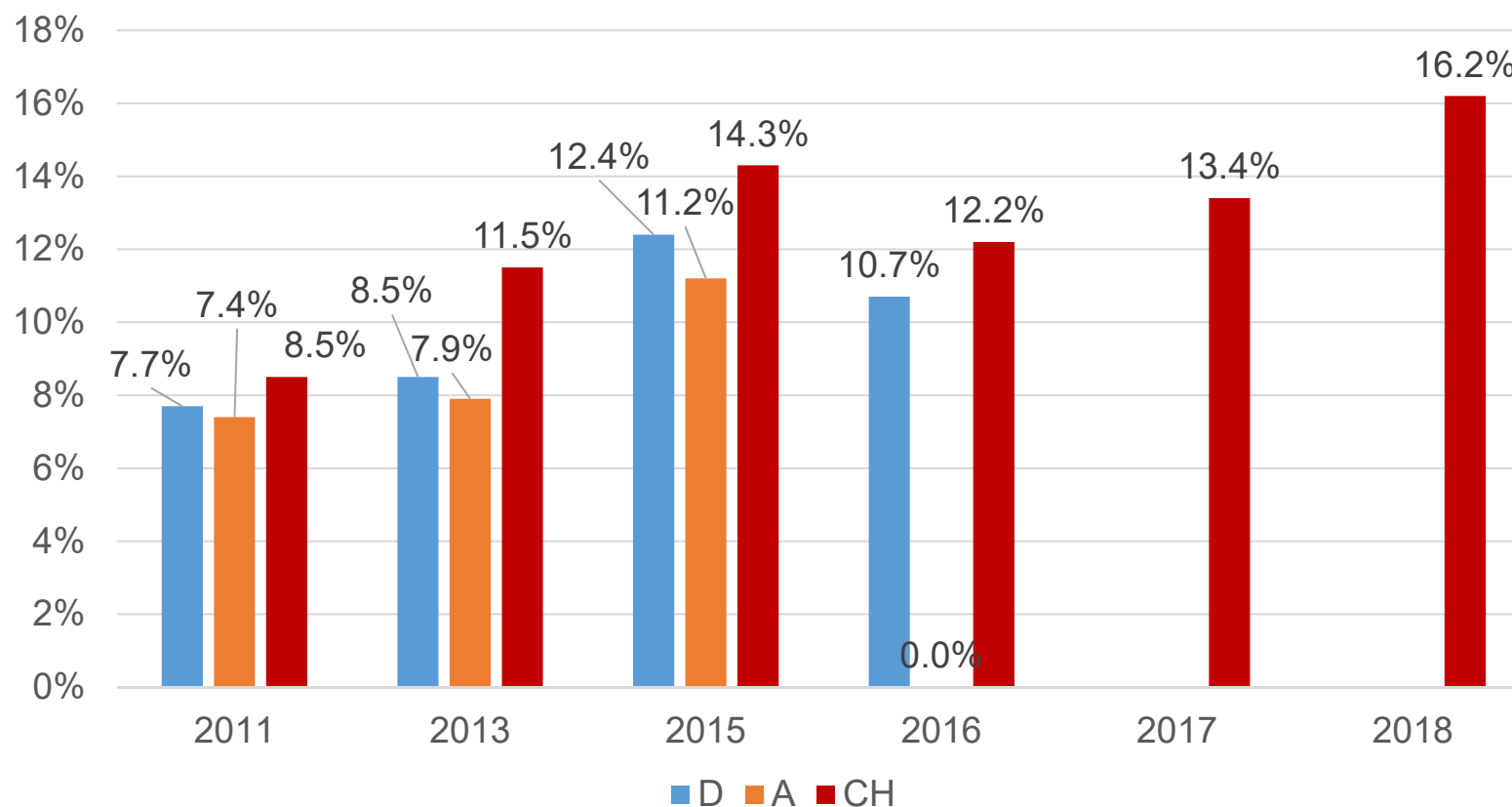
|  | 2018 (n=174) | 2017 (n=186) | 2016 (n=261) | 2015 (n=202) |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Booking Holding</b>                                 | <b>72.0</b>  | <b>75.6</b>  | <b>73.3</b>  | <b>71.3</b>  |
| <i>Booking.com</i>                                     | 71.0         | 74.6         | 72.4         | 70.3         |
| <i>Agoda</i>   | 1.0          | 1.0          | 0.8          | 0.9          |
| <b>Expedia</b>   | <b>16.2</b>  | <b>13.4</b>  | <b>12.2</b>  | <b>14.3</b>  |
| <i>Expedia</i>   | 13.8         | 11.3         | 9.4          | 10.8         |
| <i>hotels.com</i>                                      | 1.6          | 1.7          | 1.1          | 1.5          |
| <i>eBookers</i>  | 0.7          | 0.3          | 0.7          | 0.5          |
| <i>Orbitz Travel (sept. 2015)</i>                      | 0.1          | 0.1          | 0.3          | 0.5          |
| <i>Lastminute (travelocity)</i>                        | 0.1          | 0.0          | 0.1          | 0.1          |
| <i>Venere.com (since dec. 2016 part of hotels.com)</i> |              |              | 0.6          | 0.9          |
| <b>HRS</b>   | <b>5.8</b>   | <b>5.0</b>   | <b>8.1</b>   | <b>8.8</b>   |
| <i>HRS</i>   | 4.6          | 4.4          | 6.4          | 7.0          |
| <i>Tiscover</i>  | 0.0          | 0.0          | 0.2          | 0.1          |
| <i>hotel.de</i>  | 0.7          | 0.5          | 1.2          | 1.5          |
| <i>hotel.ch</i>  | 0.5          | 0.1          | 0.3          | 0.2          |
| <b>TOTALE</b>  | <b>94.0</b>  | <b>94.0</b>  | <b>93.6</b>  | <b>94.4</b>  |

## Evolution de la part de marché relative de Booking Holding dans l'espace DACH



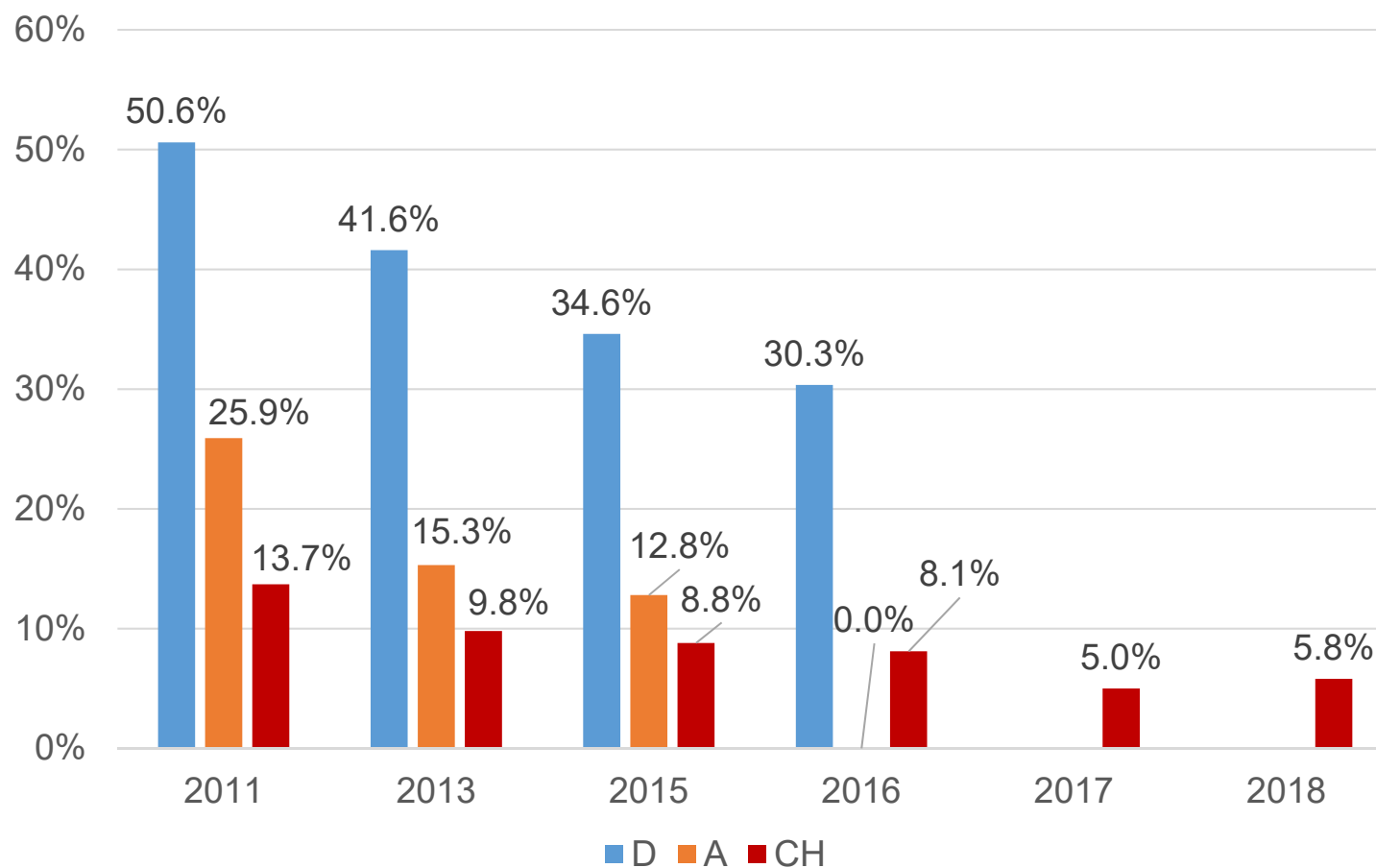
Valeurs en %, 2018: n=174

## Evolution de la part de marché relative d'Expedia dans l'espace DACH



Valeurs en %, 2018: n=174

## Evolution de la part de marché relative de HRS dans l'espace DACH



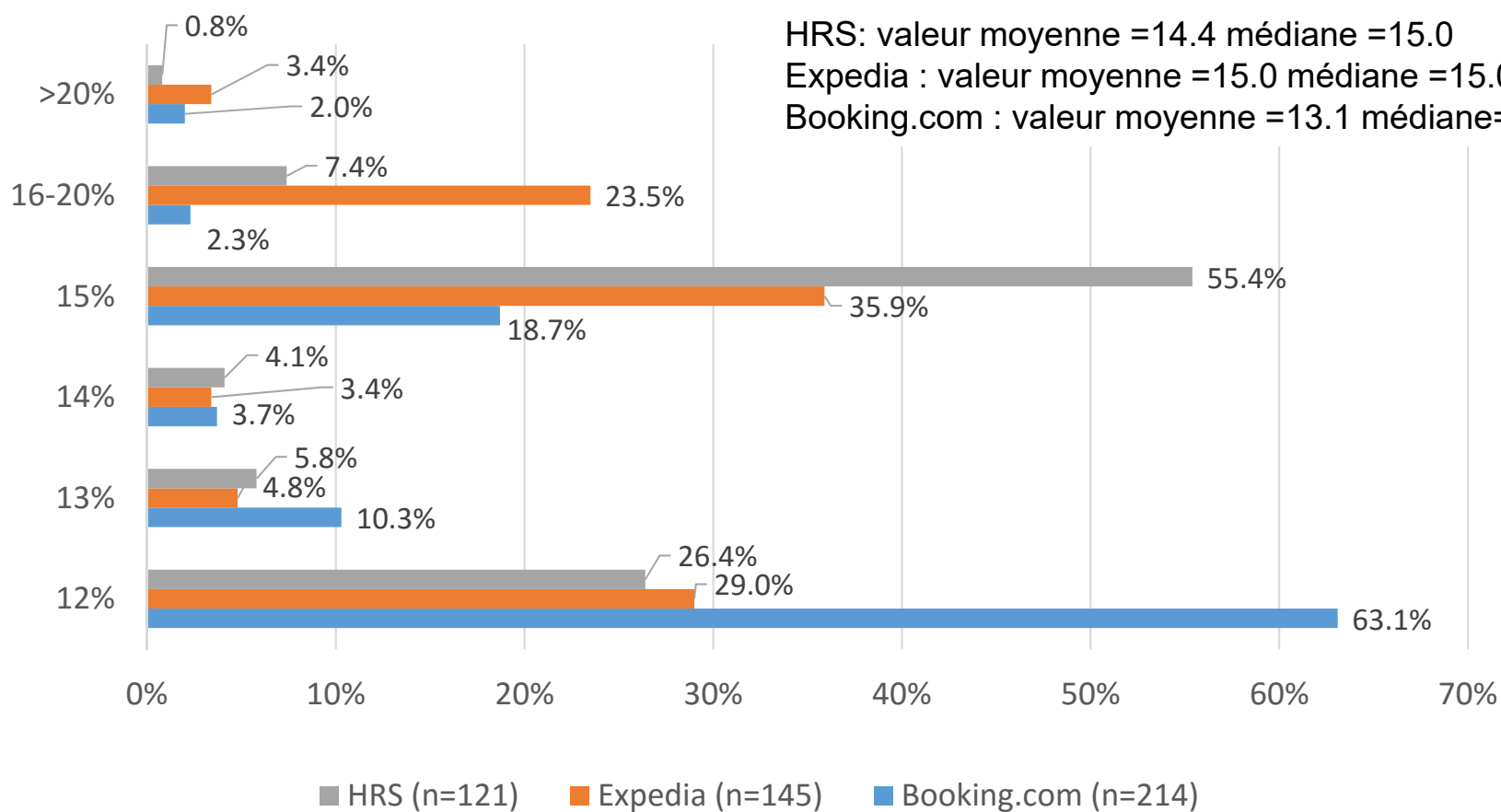
Werte in %, 2018: n=174



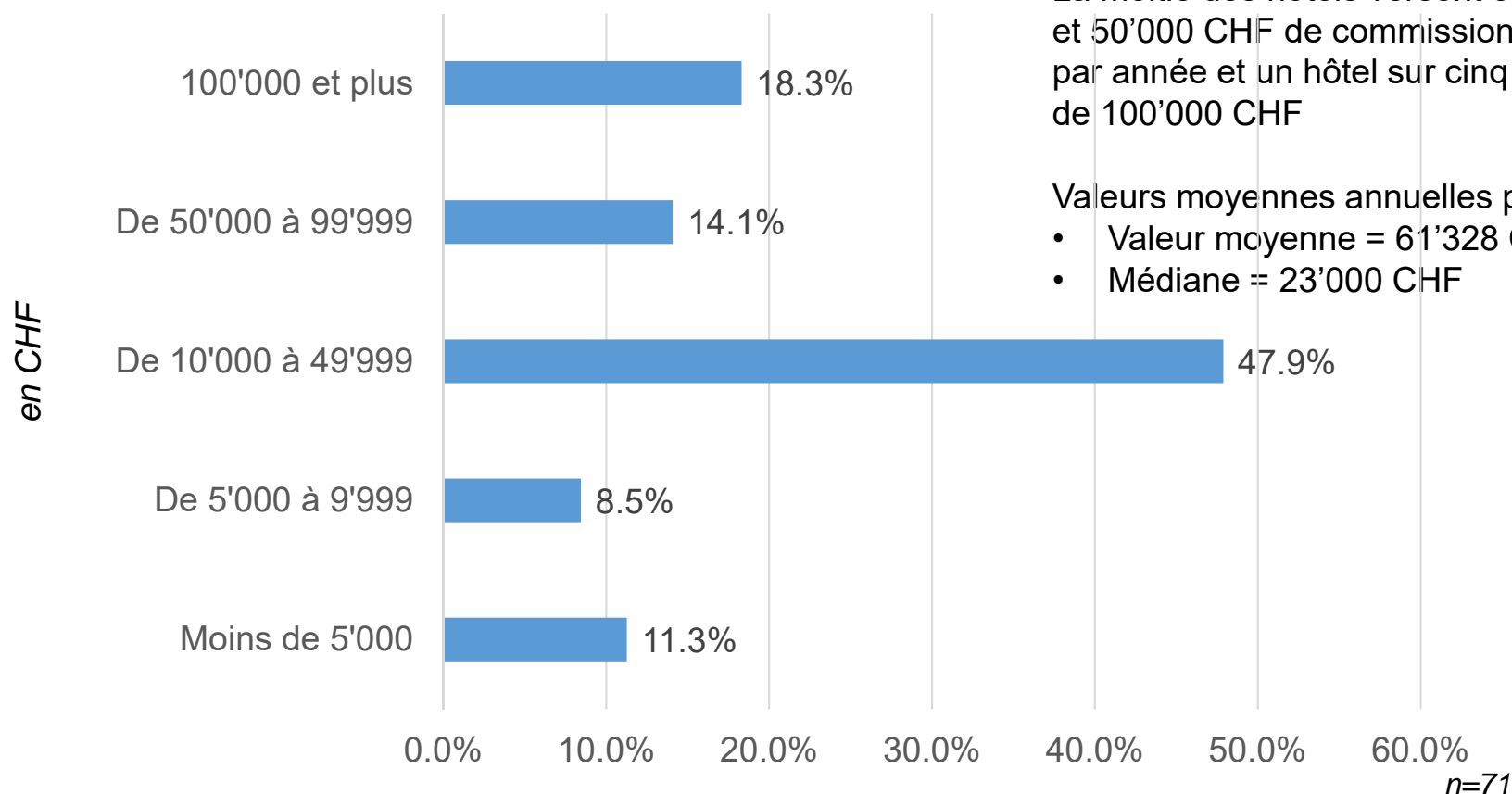
## Part de marché relative de Booking Holding versus catégorie d'hôtel

|                                   |                                    |                                      |                                     |                                       |                     |              |
|-----------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|---------------------|--------------|
| Ouverture annuelle ou saisonnière | Ouvert toute l'année               | Ouvert deux saisons                  | Une saison (hiver)                  | Une saison (été)                      | <b>Total</b>        |              |
|                                   | 67.70%                             | 80.93%                               | na                                  | 71.67%                                | <b>71%</b>          |              |
| Catégorie                         | Pas classifié                      | 1* & 2*                              | 3*                                  | 4* & 5*                               | Swiss Lodge & autre | <b>Total</b> |
|                                   | 75.55%                             | 85.53%                               | 68.86%                              | 62.14%                                | 75.73%              | <b>71%</b>   |
| Taille de l'hôtel (chambres)      | Moins de 20 chambres               | 20-50 chambres                       | 50-100 chambres                     | Plus de 100 chambres                  | <b>Total</b>        |              |
|                                   | 79.60%                             | 68.93%                               | 64.19%                              | 60.50%                                | <b>71%</b>          |              |
| Type d'hôtel                      | Hôtel indépendant                  | Chaîne d'hôtels                      | Coopération                         | <b>Total</b>                          |                     |              |
|                                   | 73.07%                             | 58.53%                               | 69.20%                              | <b>71%</b>                            |                     |              |
| Situation                         | Ville                              | Montagne                             | Campagne                            | Autre                                 | <b>Total</b>        |              |
|                                   | 60.55%                             | 77.23%                               | 74.04%                              | 73.42%                                | <b>71%</b>          |              |
| Lieu                              | Ville de plus de 250'000 habitants | Ville entre 50'000-250'000 habitants | Ville entre 10'000-50'000 habitants | Localité de moins de 10'000 habitants | <b>Total</b>        |              |
|                                   | 59.45%                             | 59.10%                               | 64.03%                              | 77.66%                                | <b>71%</b>          |              |
| Segment de clientèle              | Affaires                           | Loisirs                              | MICE & autre                        | Groupes                               | <b>Total</b>        |              |
|                                   | 64.32%                             | 74.38%                               | 75.75%                              | 77.43%                                | <b>71%</b>          |              |

## Commissions payées en % et par OTA



## Volume de commissions versé chaque année par les hôtels aux OTA en 2018



Pour 63 hôtels, le **montant de la commission par chambre et par an** a pu être calculé directement à partir des résultats de l'enquête: la **valeur médiane** se situe ici à **930 CHF** et la **valeur moyenne** à **1668 CHF par chambre**.

## Versement des commissions de l'hôtellerie suisse aux OTA en 2018

### Bases de l'estimation

Les estimations se basent sur les hypothèses et les limitations suivantes:

- Les calculs se basent sur un produit hébergement de 4.5 milliards CHF réalisé dans l'hôtellerie suisse en 2018 (source: Office fédéral de la statistique, Hesta, revenu = estimation hotelleriesuisse) ainsi que sur l'hypothèse d'une répartition des recettes proportionnelle aux parts de marchés des canaux interrogés.
- Le transfert des chiffres de l'échantillon sur la population n'est valable que dans une mesure limitée.

### Calcul

- Le produit hébergement réalisé via les OTA: part de marché OTA \* produit hébergement total  
=> 28% \* 4.5 mia CHF = **1.251 mia CHF**
- Volume de commissions versées aux OTA (en %) → **13.5%**
- Paiement des commissions (en CHF) aux OTA par l'hôtellerie suisse au total → 13.5% \* 1.251 mia CHF = **169 mio CHF**
- Pour une offre de 140'888 chambres d'hôtel en Suisse, le montant moyen annuel des commissions versées aux OTA se monte à **1'203 CHF** par chambre d'hôtel (cette valeur est proche de la valeur calculée directement sur la diapositive précédente: valeur médiane 930 CHF et valeur moyenne 1668 CHF)

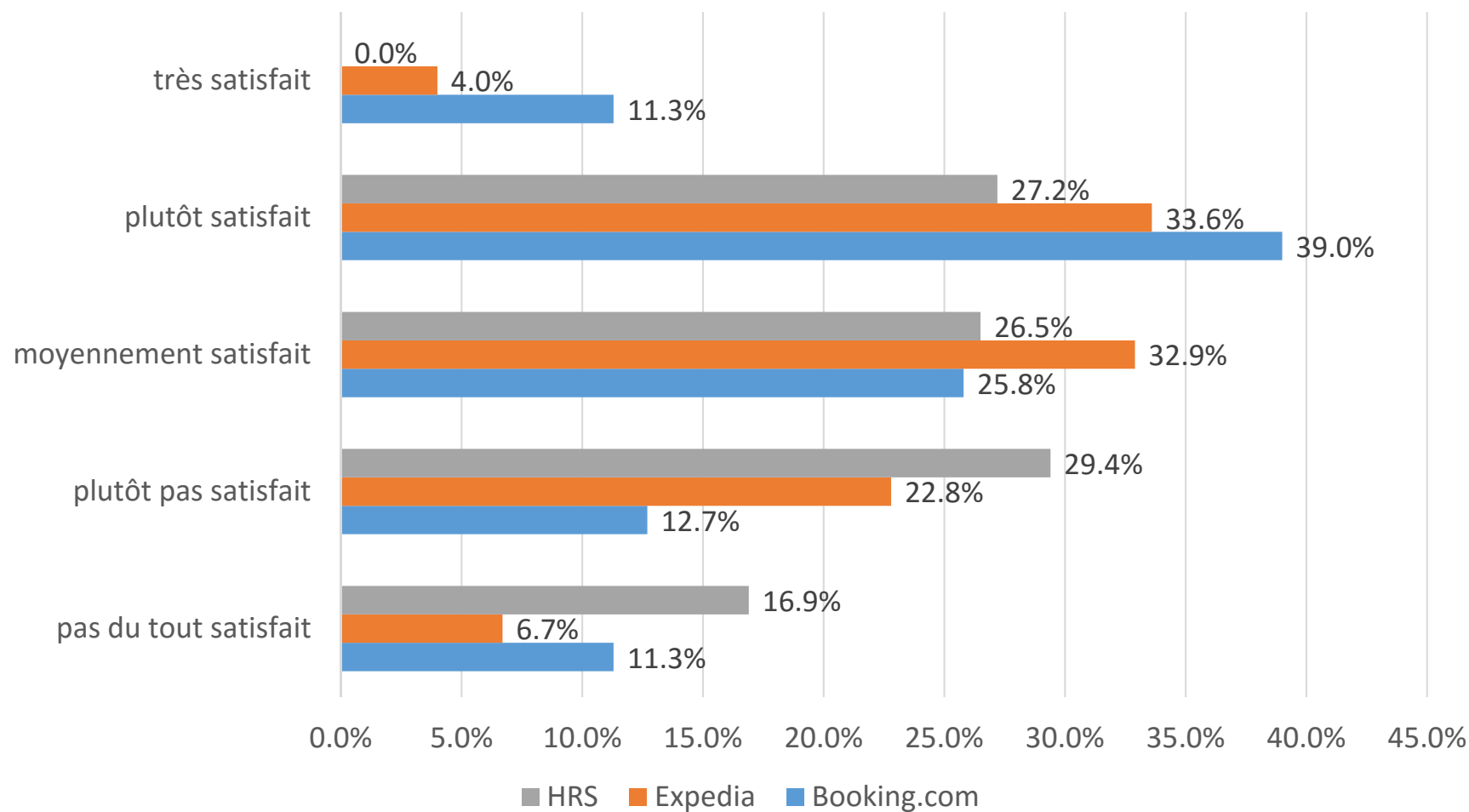
15.04.2019

Diapositive 29



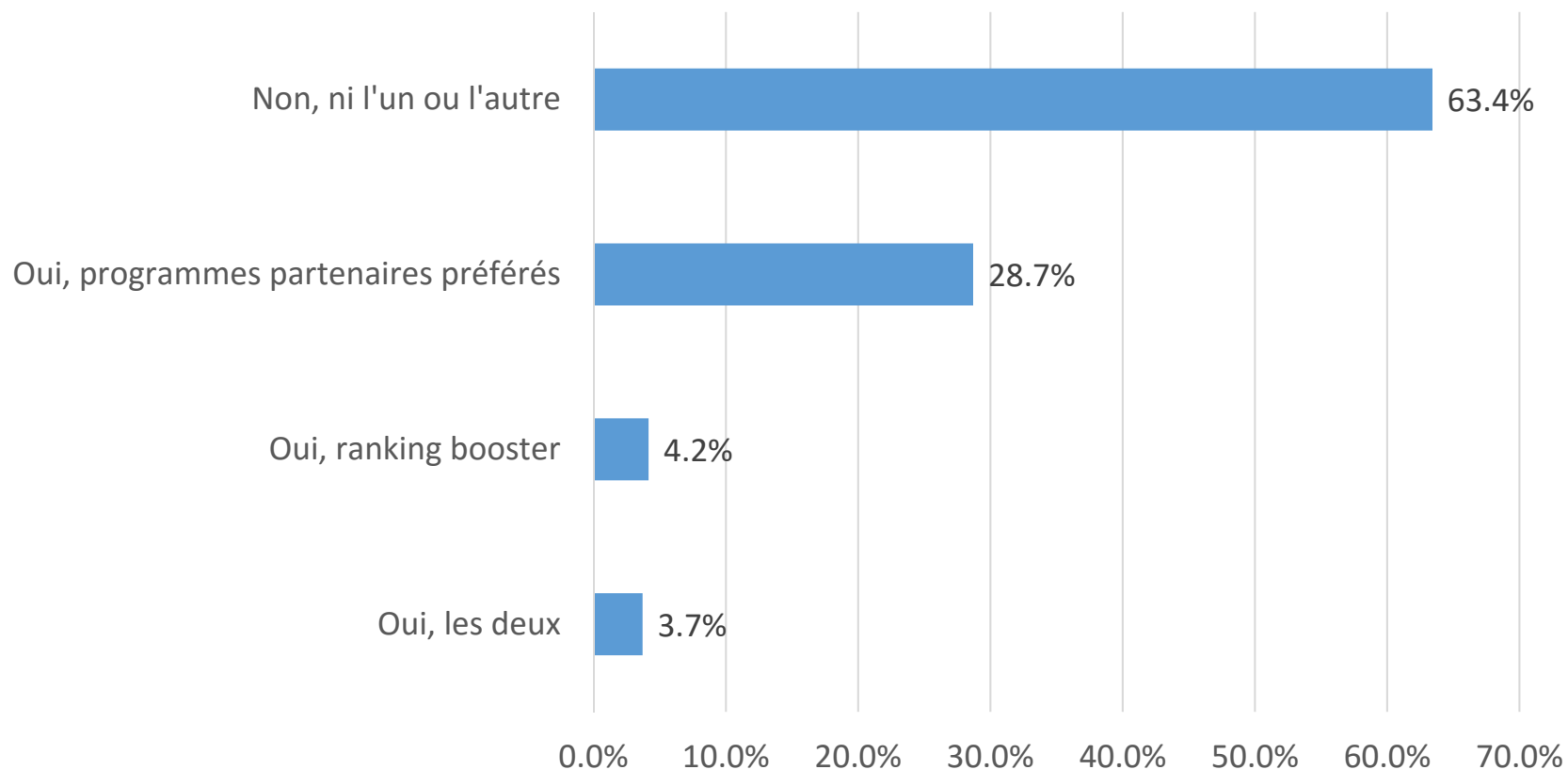
# Relation Hôtels-OTA

## Évaluation de la collaboration avec les OTA



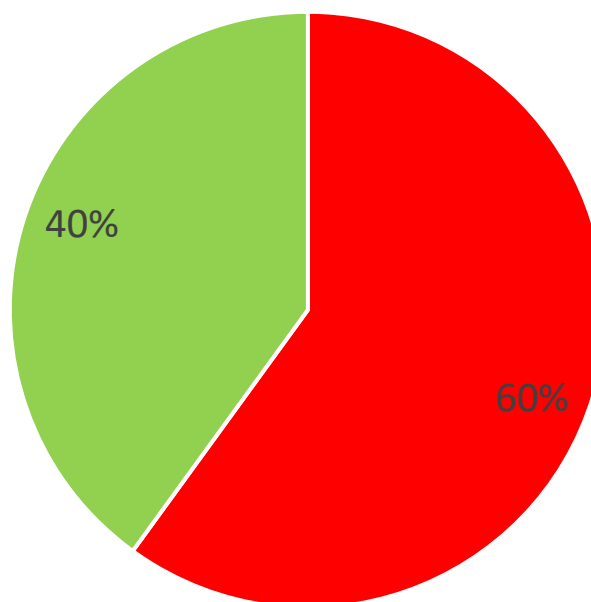
Booking.com n=213, Expedia n=149, HRS n=136

## Avez-vous déjà utilisé les multiples possibilités des OTA pour améliorer votre classement (p. ex. booster de ranking, programme Preferred Partner) ?



*n=216*

## Les plateformes de réservation en ligne vous informent-elles de manière transparente et compréhensible comment votre ranking est obtenu et comment il peut être influencé ?

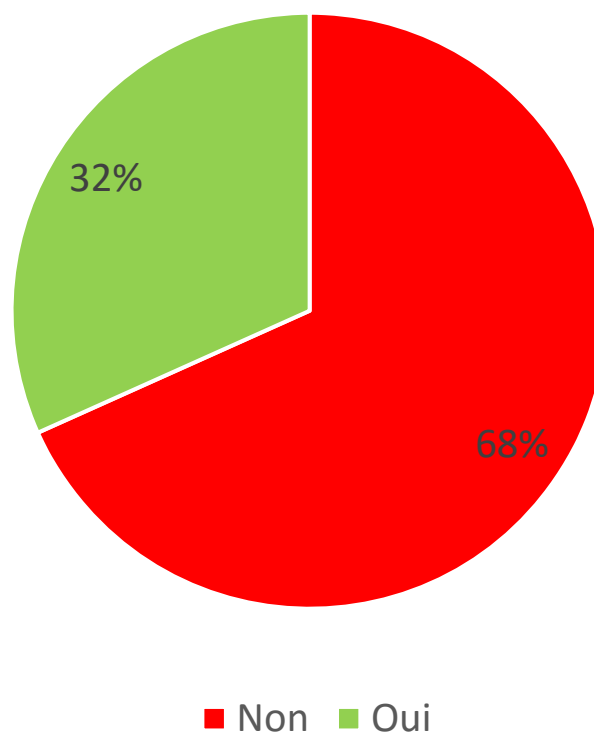


■ Non ■ Oui

*n=205*

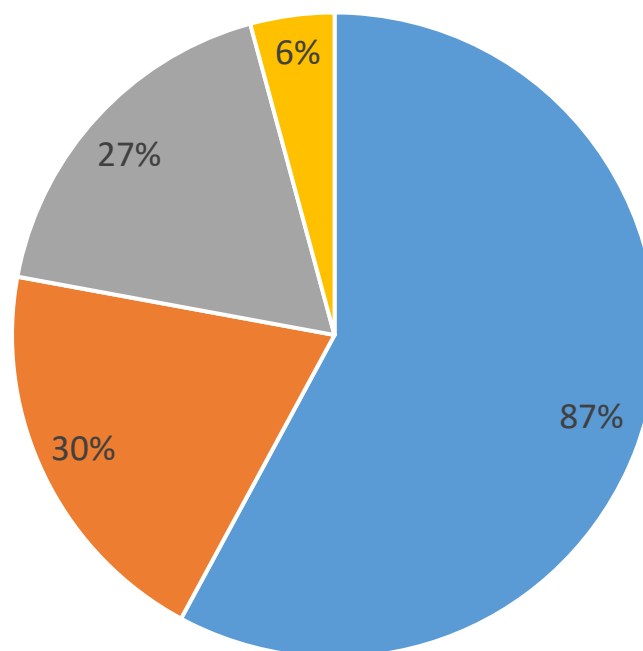


**En 2018 avez-vous reçu plus de «fake réservations» des plateformes de réservation en ligne (HRS, Expedia, Booking.com) en comparaison avec les années 2016-2017?**



*n=205*

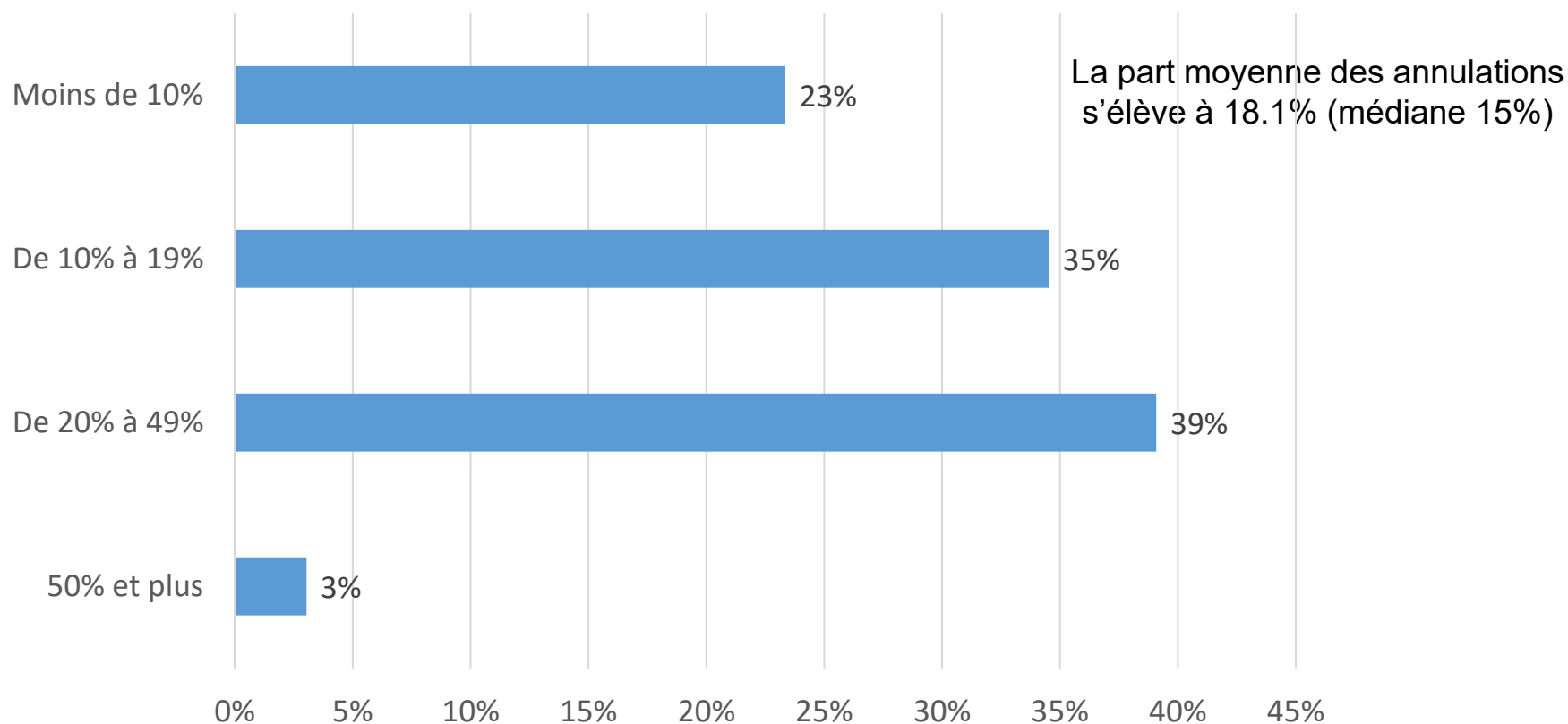
## Si «Oui», de quelles OTA?



■ booking.com ■ Expedia ■ HRS ■ Andere OTA

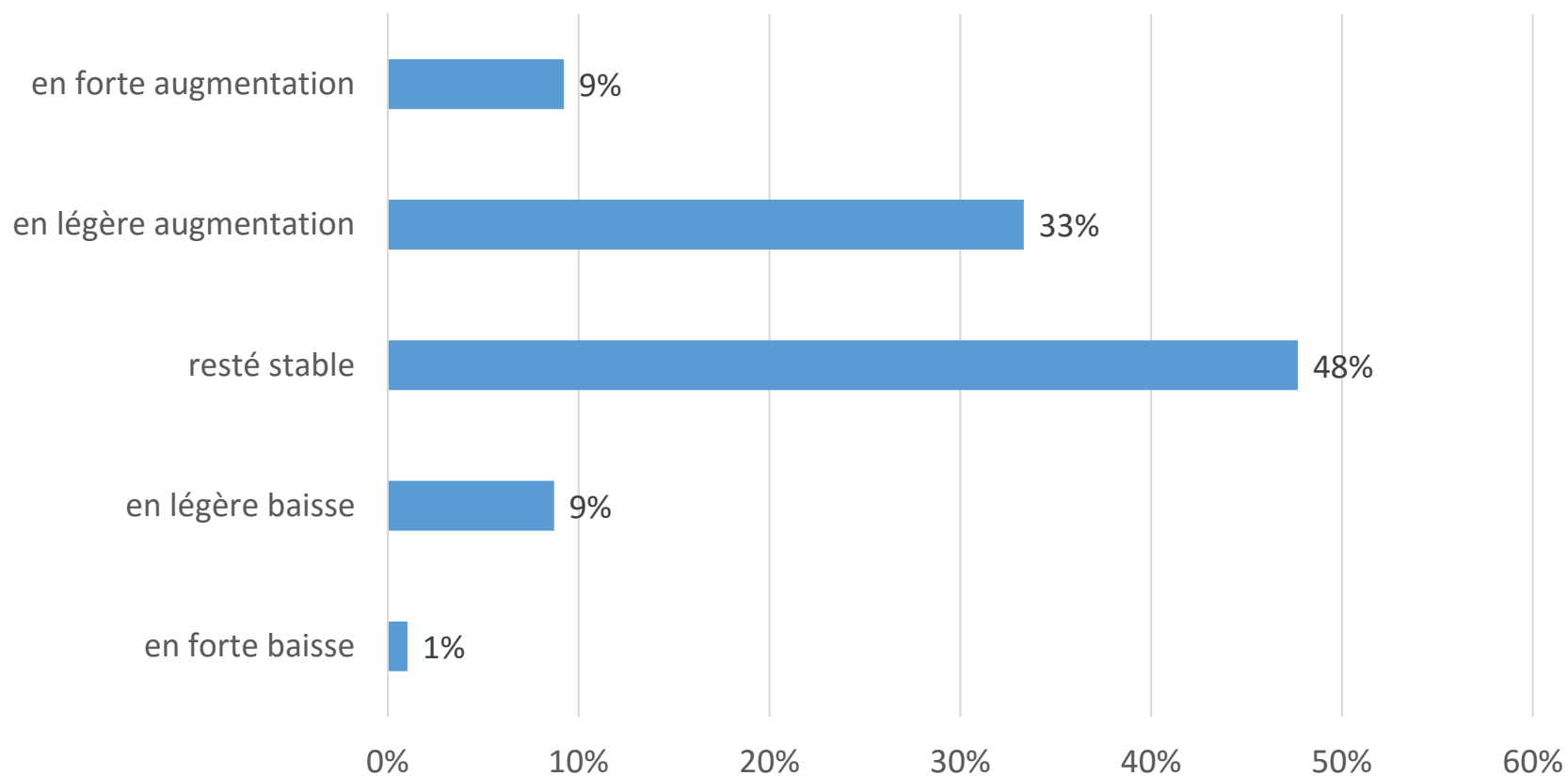
*n=63*

## A combien s'élève en général la part des annulations de réservations via les plateformes de réservation en ligne (OTA) par rapport au volume global des réservations ?



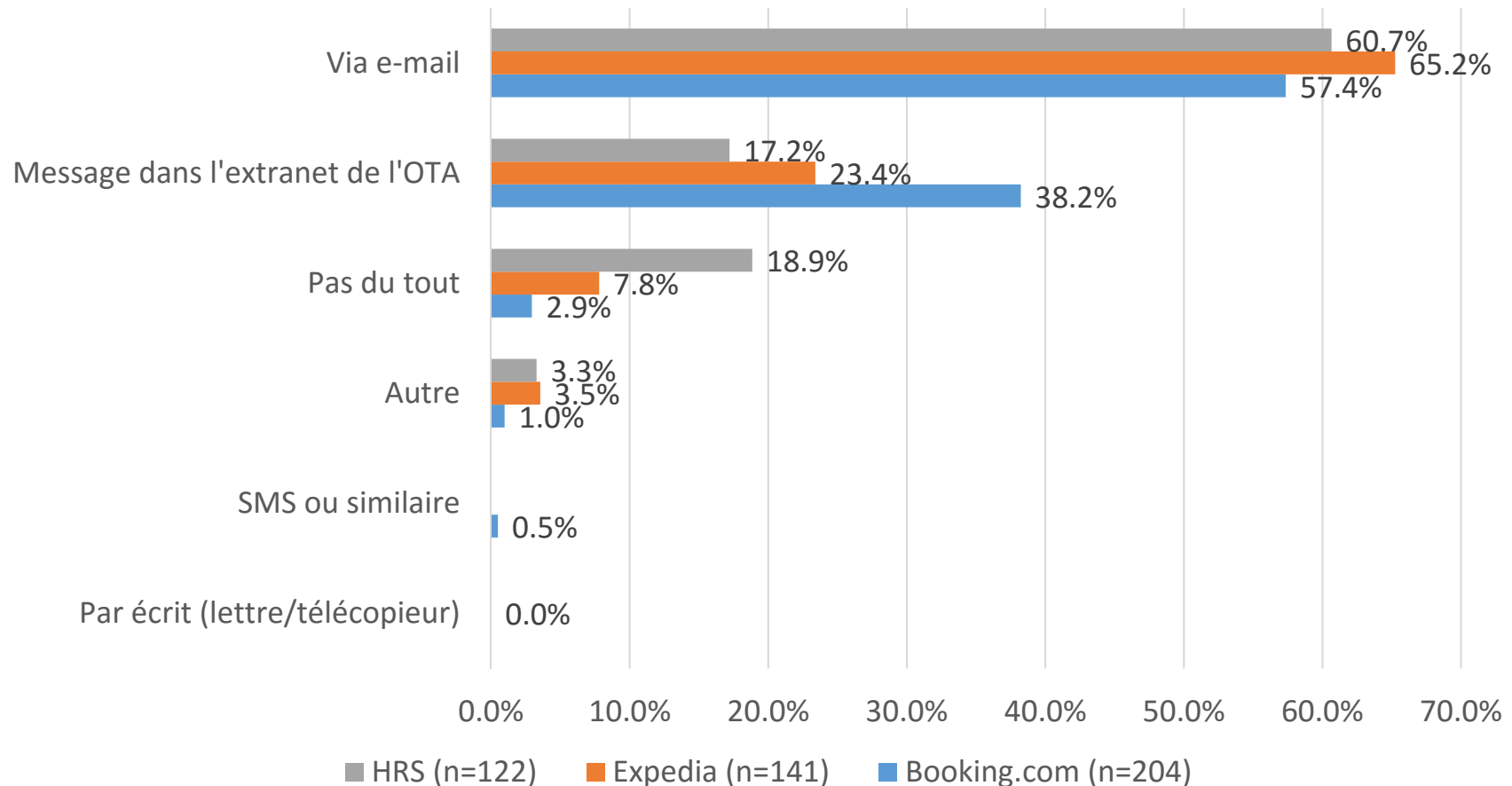
*n=197*

## La part en pour cent des annulations via les plateformes de réservation en ligne (OTA) a-t-elle évolué par rapport aux années 2016-2017 ?

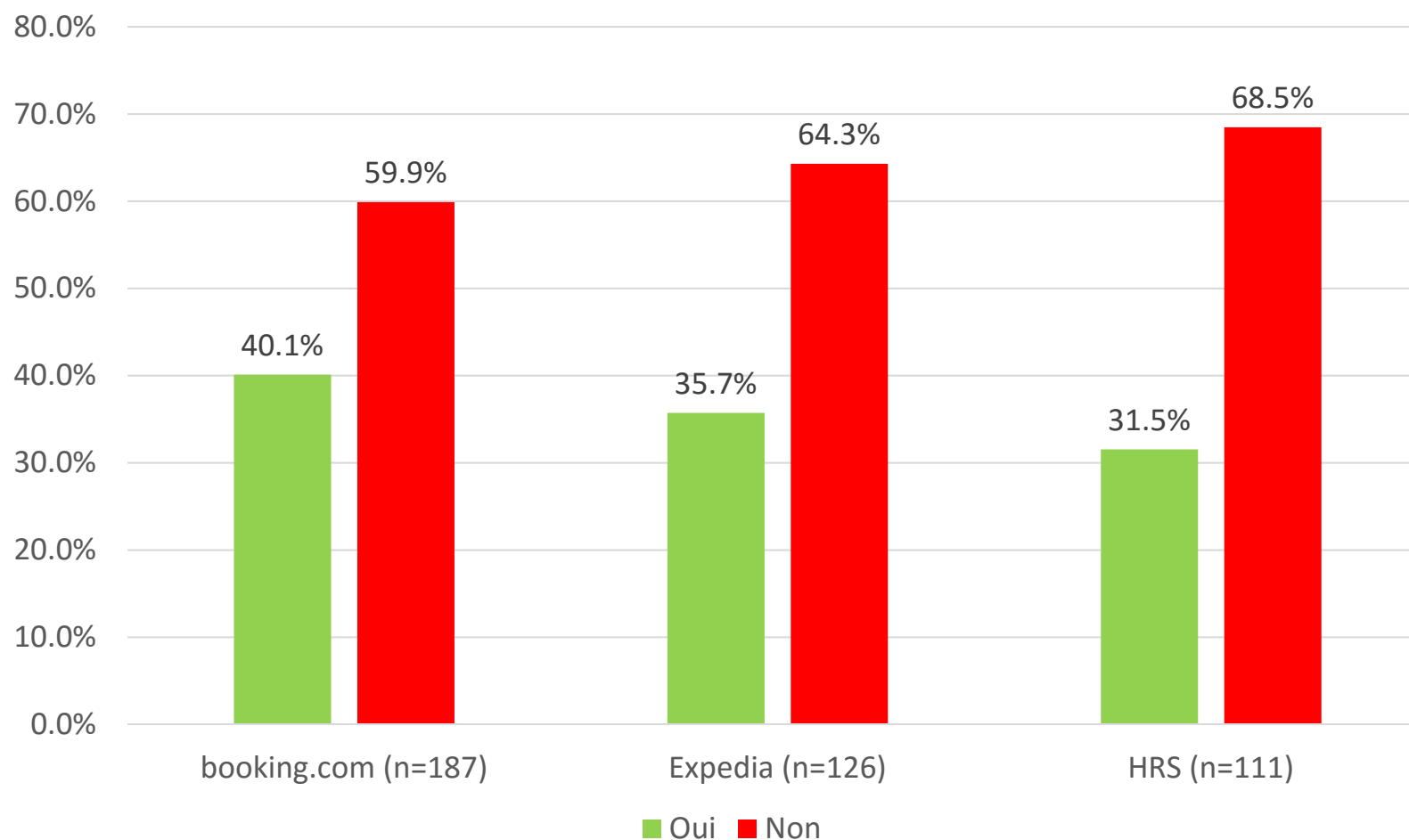


*n=195*

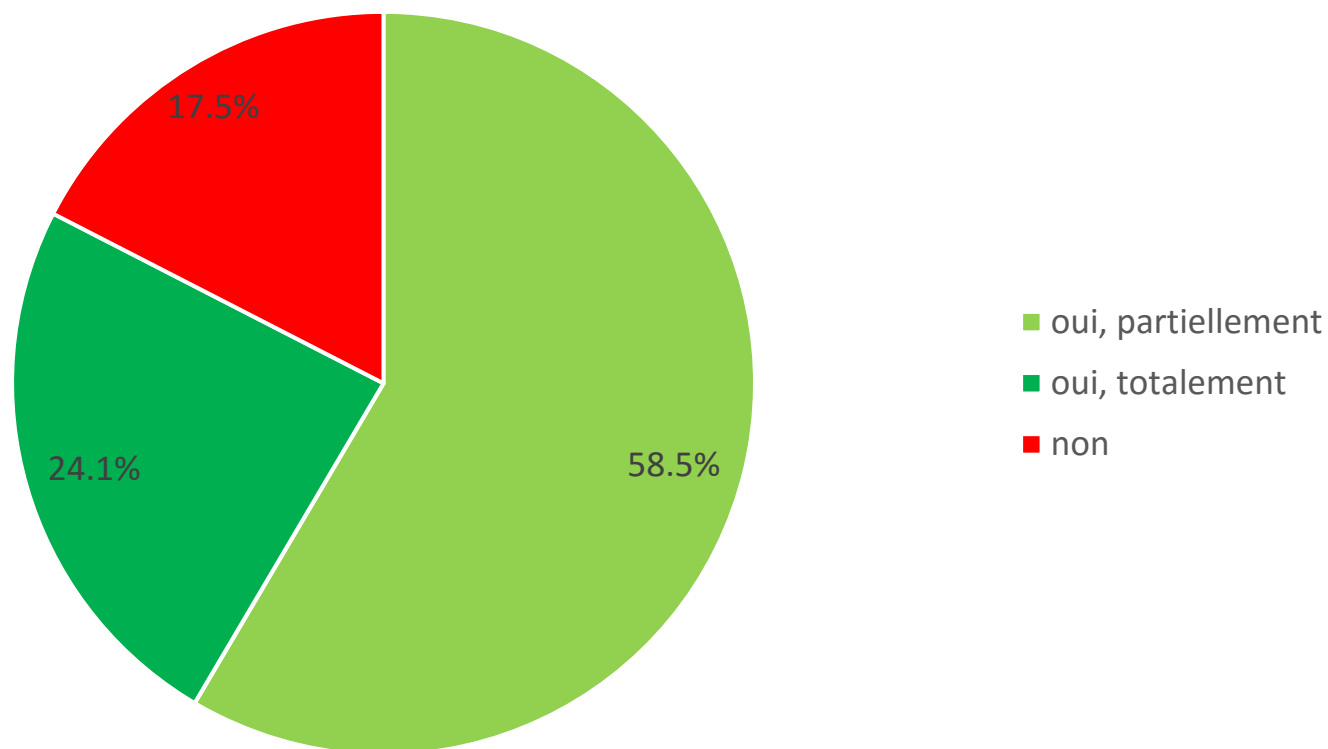
## Comment êtes-vous informé des changements dans les conditions générales des plateformes de réservation en ligne (OTA) ou de l'introduction de nouvelles clauses ?



## Avez-vous la possibilité de refuser les modifications des conditions générales et l'introduction de nouvelles clauses?



## Vous sentez-vous dépendant de Booking.com?



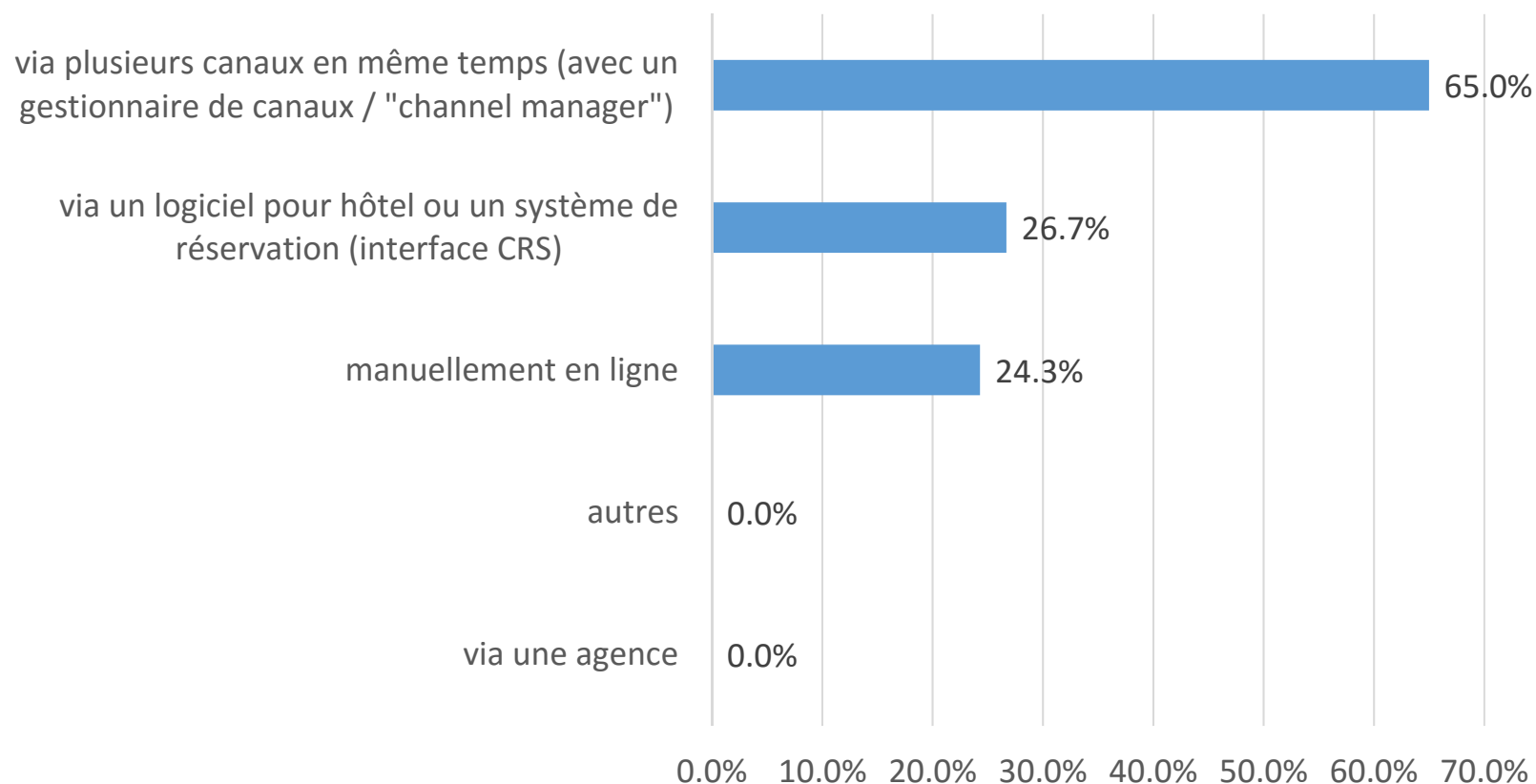
n=212



# Utilisation des technologies de réservation

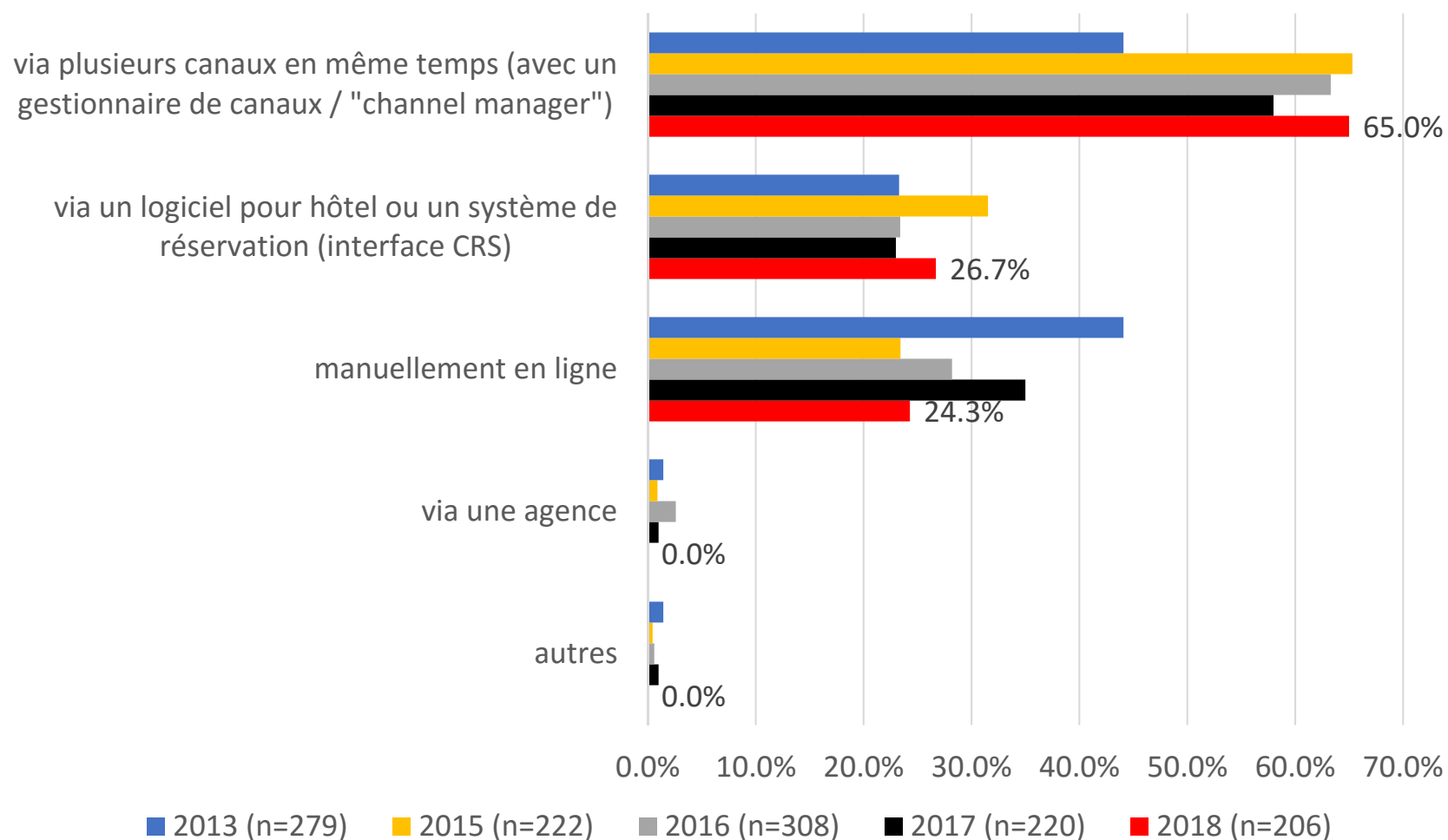


## Comment gérez-vous vos tarifs et vos disponibilités sur les plateformes de réservation en ligne (plusieurs réponses possibles) ?



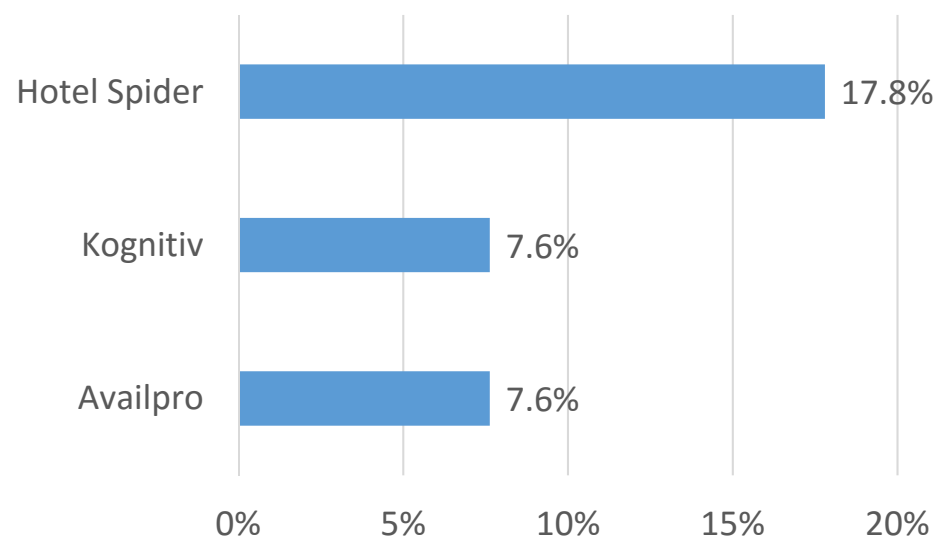
n=206

## Comment gérez-vous vos tarifs et vos disponibilités sur les plateformes de réservation en ligne ?



## Avec quel channel manager travaillez-vous ?

### Top 3 des channel managers

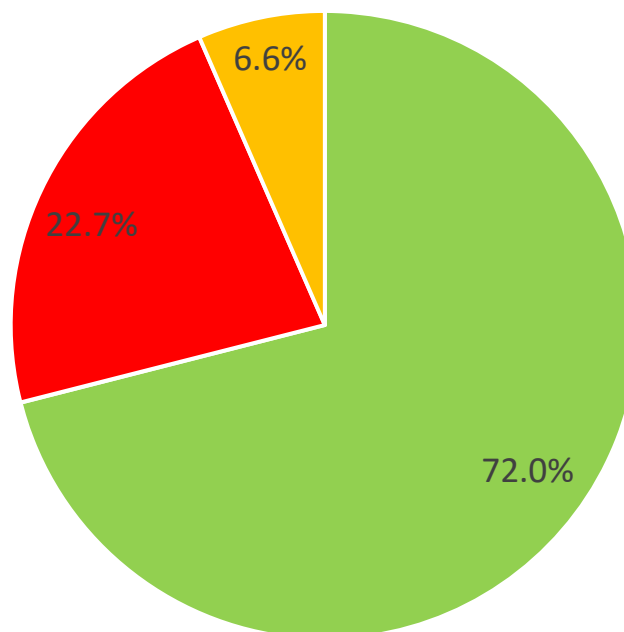


*n=118*

### Autres:

|                         |   |      |                      |   |      |
|-------------------------|---|------|----------------------|---|------|
| Cubilis                 | 5 | 4.2% | CEX                  | 1 | 0.8% |
| easybooking             | 4 | 3.4% | fastbooking          | 1 | 0.8% |
| GHIX                    | 4 | 3.4% | HNS                  | 1 | 0.8% |
| HotelPartner            | 3 | 2.5% | Hotel eigen          | 1 | 0.8% |
| Globres                 | 3 | 2.5% | Hotelpac             | 1 | 0.8% |
| T-Manager               | 3 | 2.5% | IDEAS                | 1 | 0.8% |
| Sihot                   | 3 | 2.5% | MappingMaster        | 1 | 0.8% |
| keinen                  | 3 | 2.5% | ONQ/Horizon          | 1 | 0.8% |
| Travelclick             | 3 | 2.5% | Profitroom Suite     | 1 | 0.8% |
| Protel                  | 3 | 2.5% | Qonline (SQH)        | 1 | 0.8% |
| DIRS21                  | 2 | 1.7% | RateTiger            | 1 | 0.8% |
| Simple booking          | 2 | 1.7% | Reservit             | 1 | 0.8% |
| SQHI                    | 2 | 1.7% | REZgain              | 1 | 0.8% |
| Accor                   | 2 | 1.7% | RoomCloud            | 1 | 0.8% |
| Bocco                   | 2 | 1.7% | Sabee app            | 1 | 0.8% |
| DormProject             | 2 | 1.7% | Siteminder           | 1 | 0.8% |
| SynXis                  | 2 | 1.7% | Smart Hotel          | 1 | 0.8% |
| Tomas                   | 2 | 1.7% | smoobu               | 1 | 0.8% |
| valais booking          | 2 | 1.7% | Swiss Quality Hotels | 1 | 0.8% |
| vertical booking        | 2 | 1.7% | Synergie             | 1 | 0.8% |
| viato                   | 1 | 0.8% | Tars                 | 1 | 0.8% |
| Beds24                  | 1 | 0.8% | Trust                | 1 | 0.8% |
| Casy - Vertical Booking | 1 | 0.8% |                      |   |      |

## Disposez-vous d'un web booking engine (système de réservation en temps réel sur votre propre site web)?

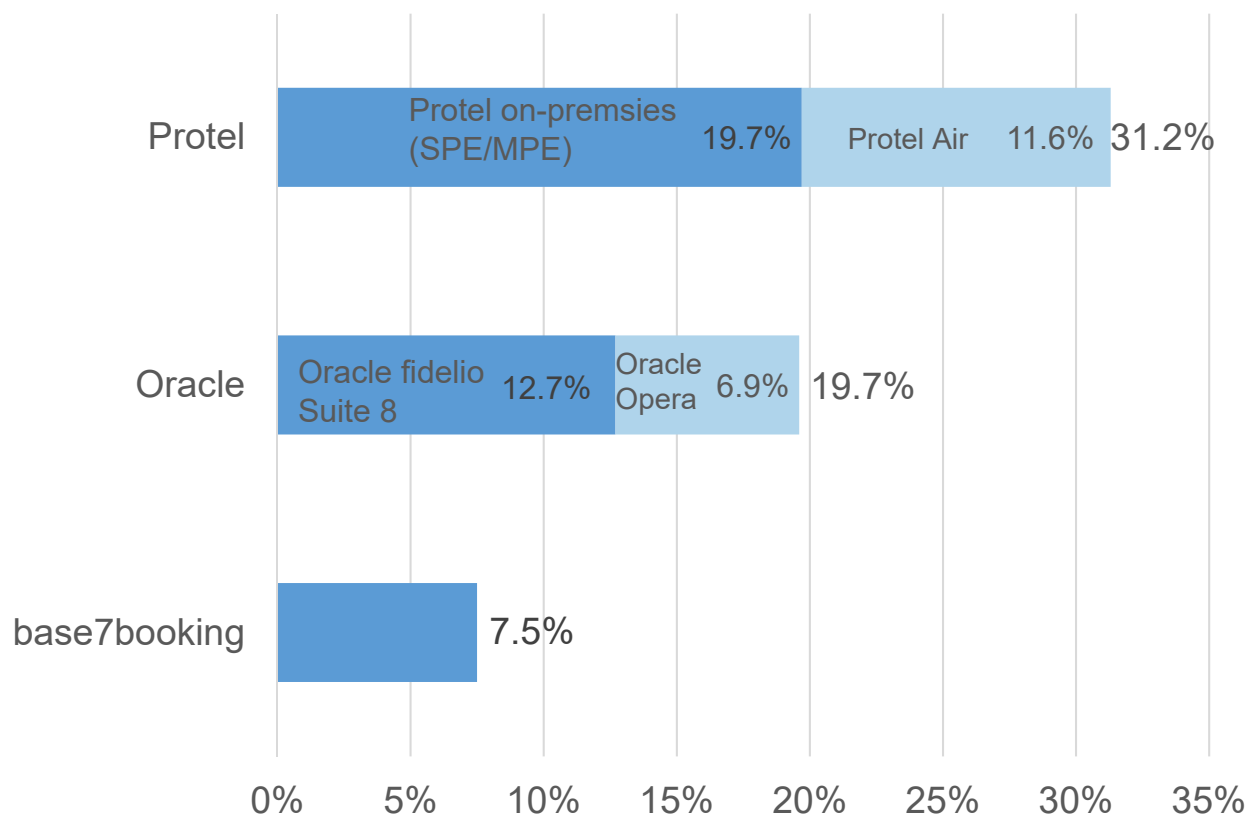


■ oui ■ non ■ non, c'est prévu pour 2019

*n=211*

## Avec quel PMS/front office travaillez-vous ?

### Top 3 des PMS/Front Office



*n=173*

## Avec quel PMS/front office travaillez-vous ?

### Autres systèmes:

|                    |   |      |              |   |      |
|--------------------|---|------|--------------|---|------|
| HS/3 Hotelsoftware | 8 | 4.6% | DormBook     | 1 | 0.6% |
| Casy               | 8 | 4.6% | eseason      | 1 | 0.6% |
| Hogatex            | 7 | 4.0% | Excel        | 1 | 0.6% |
| Sihot              | 6 | 3.5% | FOLS         | 1 | 0.6% |
| Visual             | 6 | 3.5% | gar          | 1 | 0.6% |
| Aida               | 5 | 2.9% | HostelOffice | 1 | 0.6% |
| Office             | 5 | 2.9% | HOTEL        | 1 | 0.6% |
| Front              | 5 | 2.9% | Hotelpac     | 1 | 0.6% |
| Reconline PMS      | 4 | 2.3% | ibelsa       | 1 | 0.6% |
| Hotline            | 3 | 1.7% | keins        | 1 | 0.6% |
| Mews               | 3 | 1.7% | Kognitiv     | 1 | 0.6% |
| easybooking        | 3 | 1.7% | KWHotel      | 1 | 0.6% |
| eigene             | 3 | 1.7% | Management   | 1 | 0.6% |
| von                | 2 | 1.2% | Papier       | 1 | 0.6% |
| alixon             | 2 | 1.2% | RoomCloud    | 1 | 0.6% |
| Casablanca         | 1 | 0.6% | SHS          | 1 | 0.6% |
| Pas-H              | 1 | 0.6% | Soft         | 1 | 0.6% |
| Lodgit Desk        | 1 | 0.6% | suit         | 1 | 0.6% |
| Vakanza            | 1 | 0.6% | System       | 1 | 0.6% |
| Agenda             | 1 | 0.6% |              |   |      |

n=173

## Contact

### **Pr Roland Schegg**

Haute école spécialisée de Suisse occidentale Valais (HES-SO Valais)

Haute Ecole de Gestion & Tourisme

Institut pour le tourisme (ITO)

TechnoPôle 3

CH-3960 Sierre, Suisse

Tél: +41 (0)27 606 90 83

Mail: [roland.schegg@hevs.ch](mailto:roland.schegg@hevs.ch)

Twitter: [@RolandSchegg](https://twitter.com/RolandSchegg)

LinkedIn: [ch.linkedin.com/in/rolandschegg/](https://ch.linkedin.com/in/rolandschegg/)

Web: [www.hevs.ch](http://www.hevs.ch) / [www.etourism-monitor.ch](http://www.etourism-monitor.ch) / [www.touobs.ch](http://www.touobs.ch)

Bachelor of Science HES-SO in Tourism en français, allemand et anglais

<http://tourism.hevs.ch>

EMBA en innovation touristique: [www.innovation-touristique.com](http://www.innovation-touristique.com)

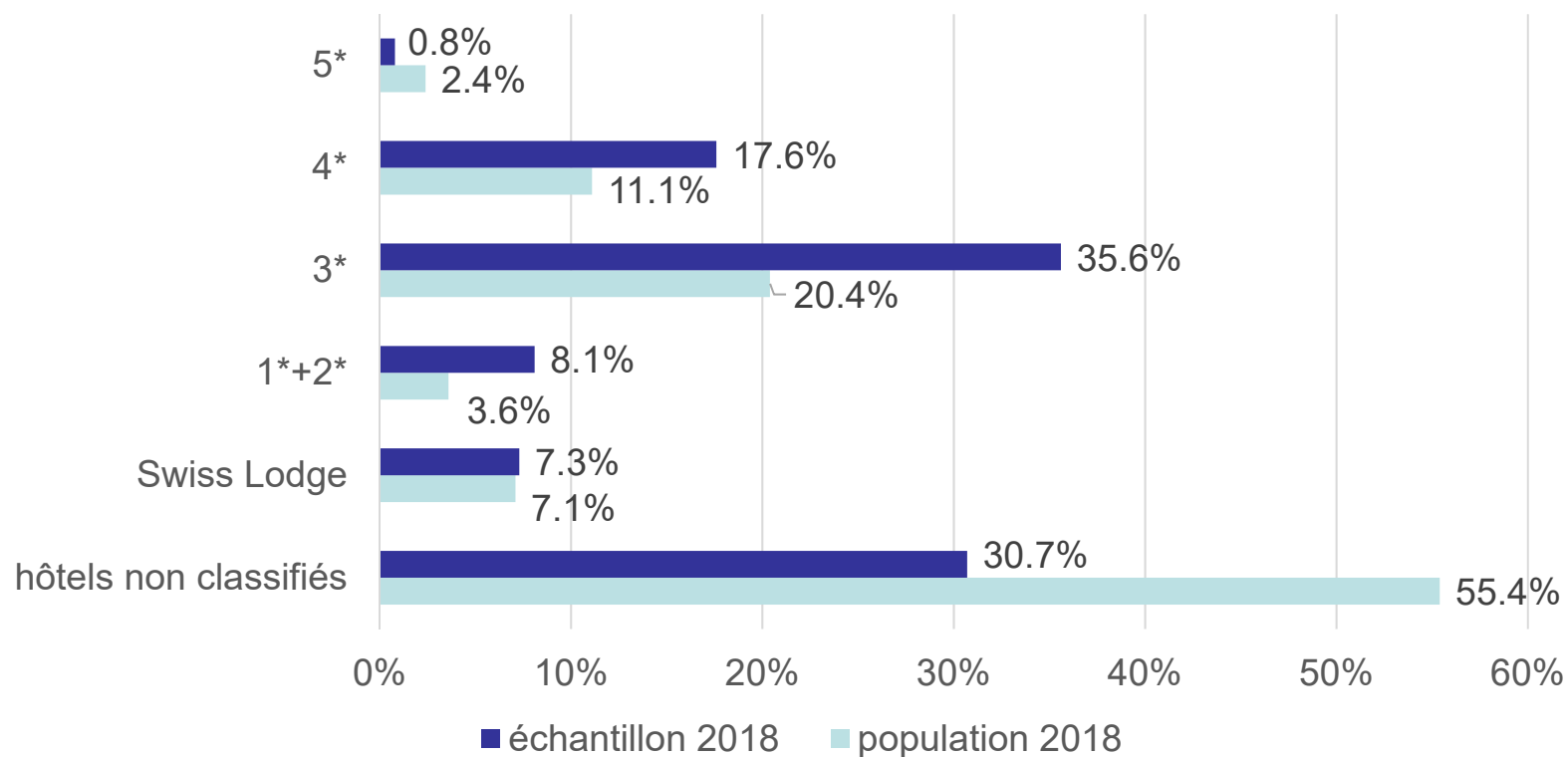




# Annexe

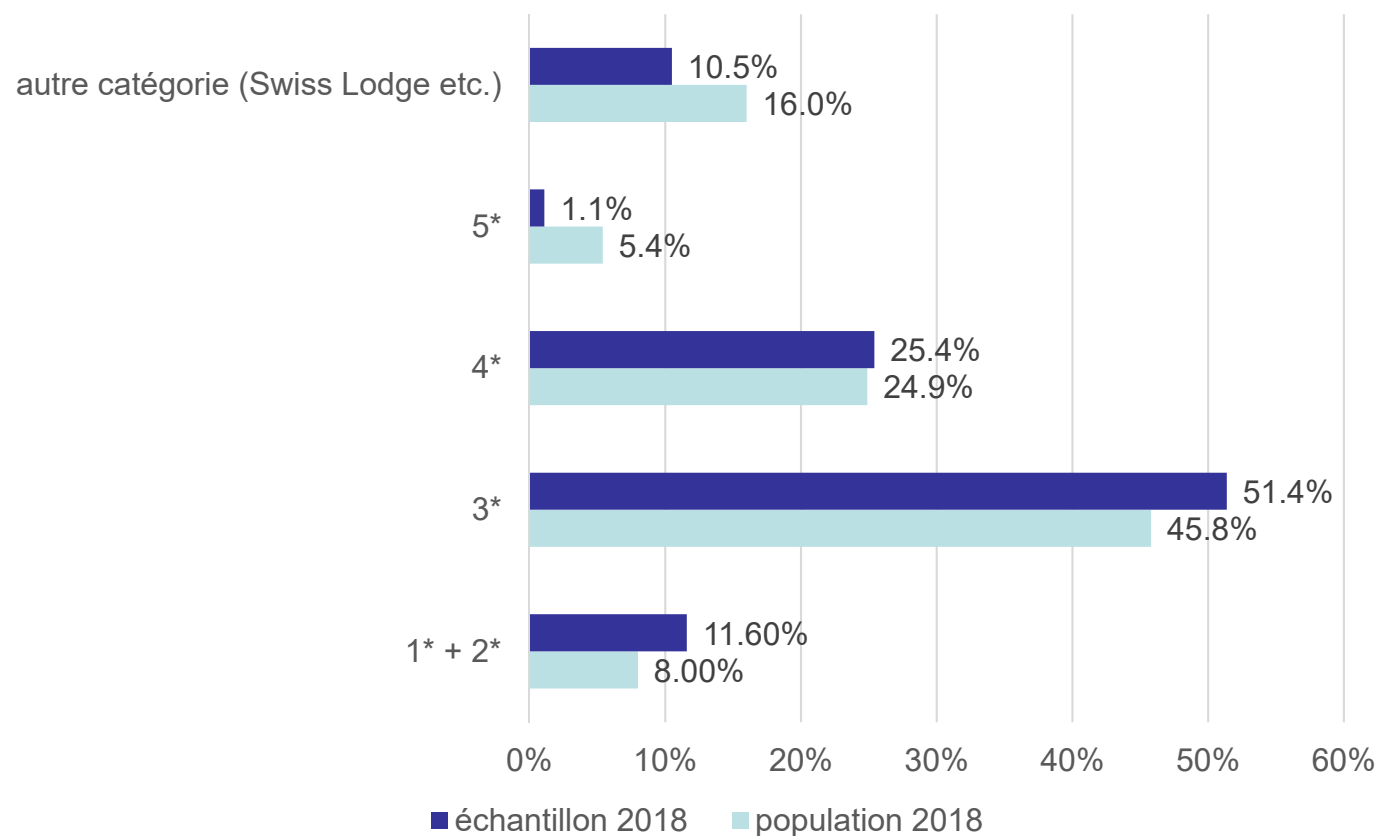


## Echantillon versus Population



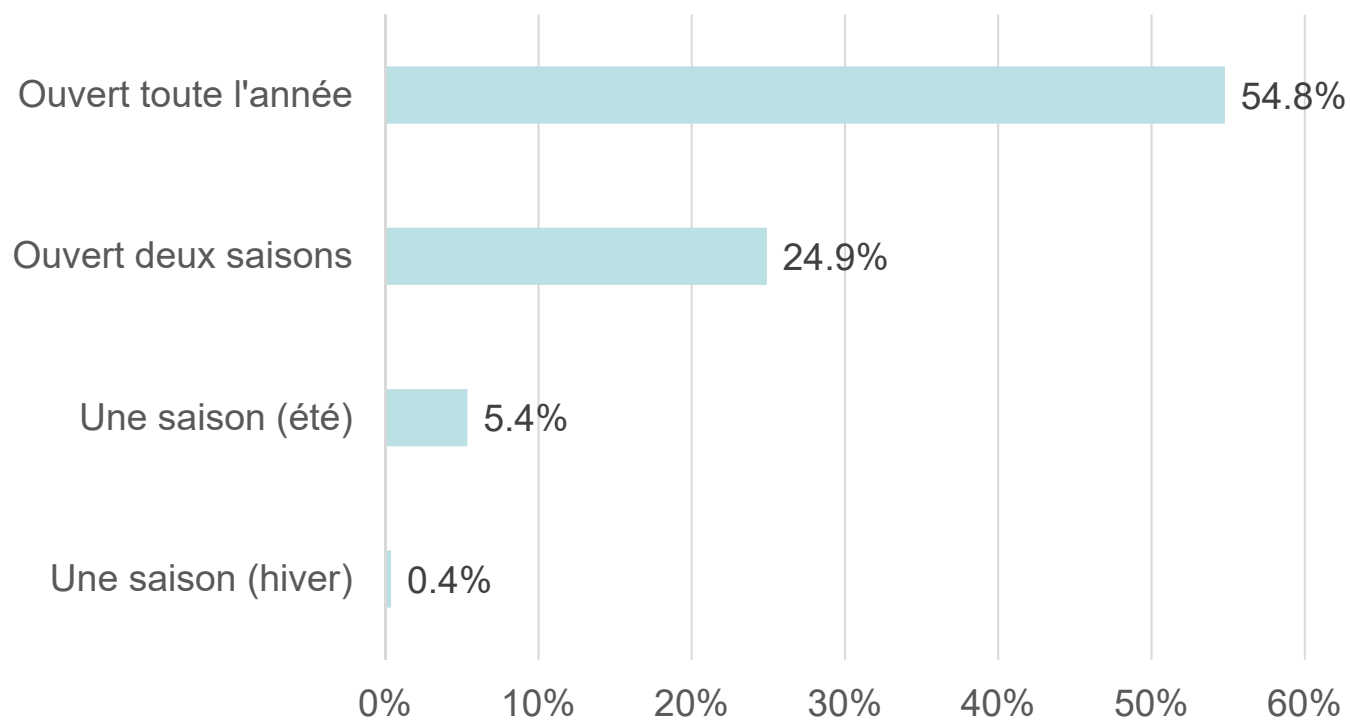
Echantillon n=261 / Population n=3907 (4140 mails envoyés, dont 233 n'ayant pas été délivrés)

## Comparaison des hôtels classés: échantillon versus population



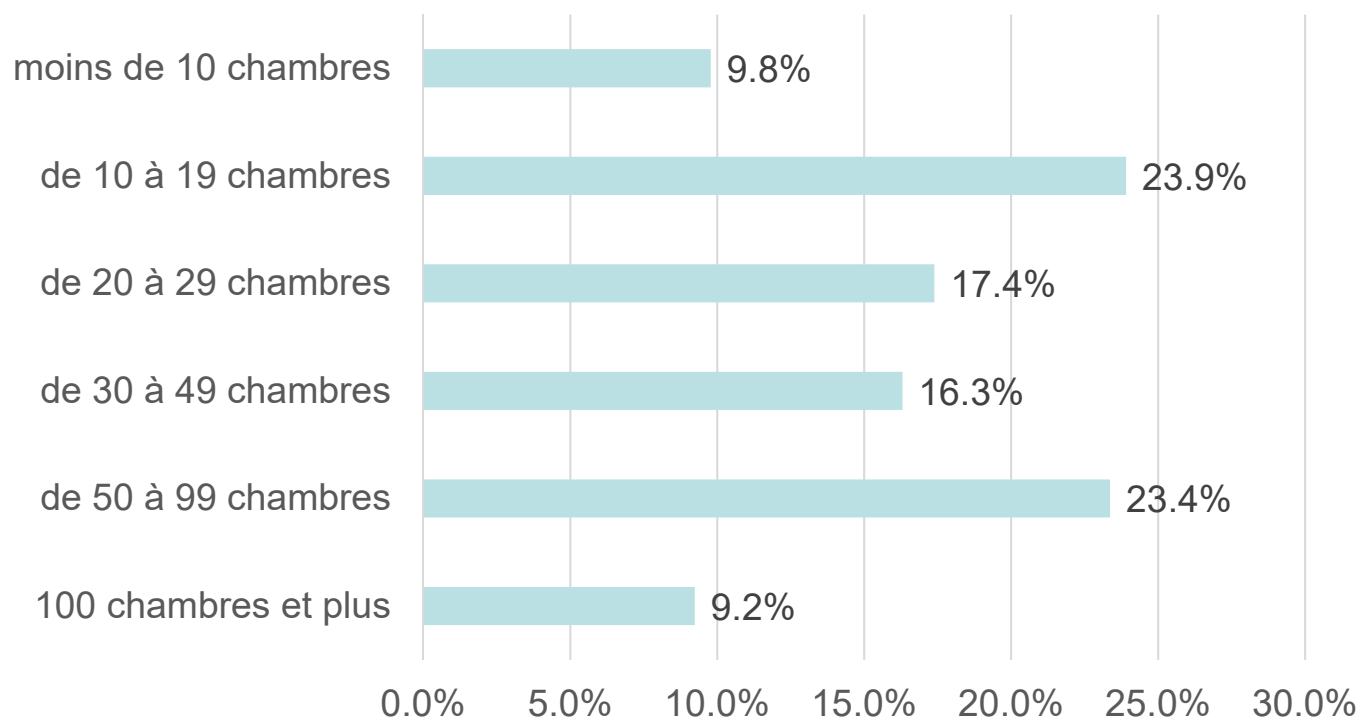
Echantillon n=181 / Population n=2332

## Structure de l'échantillon: ouverture annuelle ou saisonnière



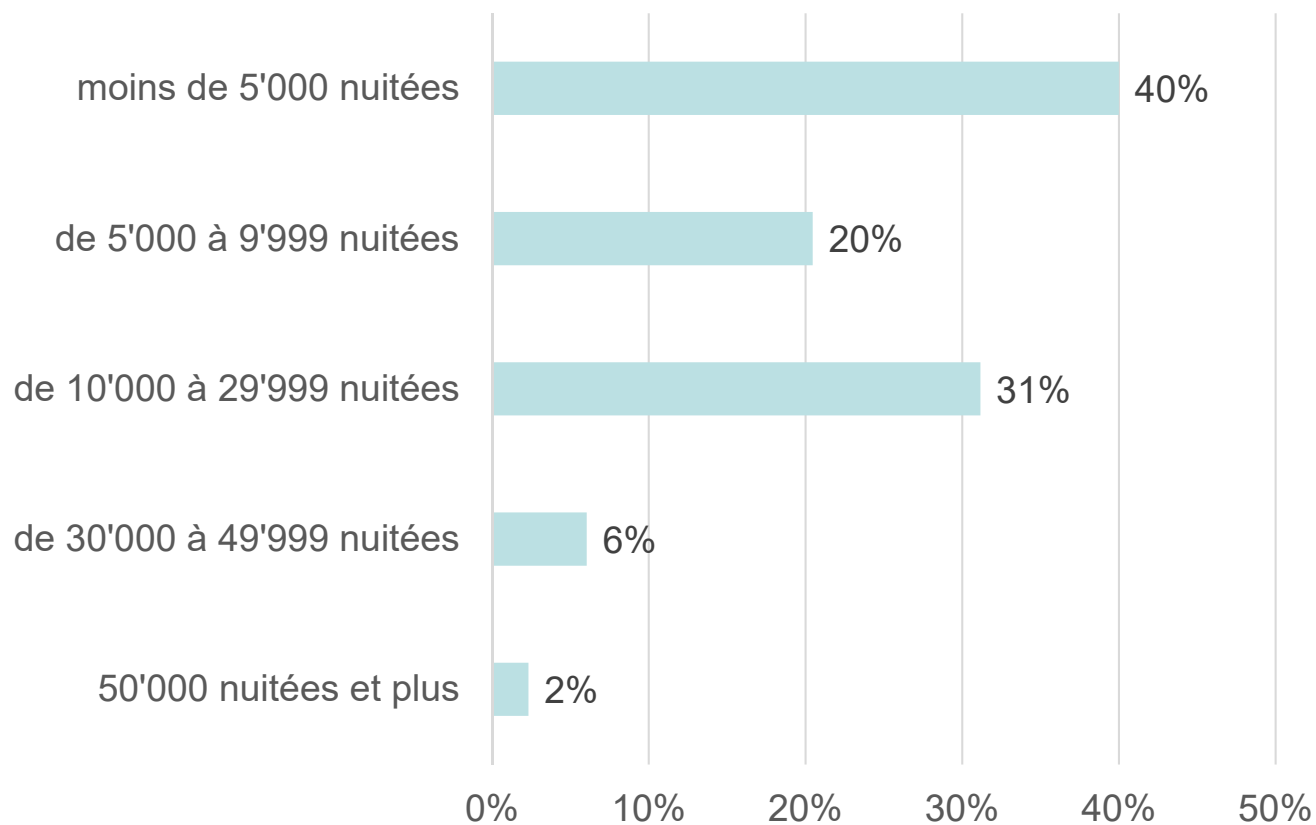
Echantillon n=261

## Structure de l'échantillon: nombre de chambres



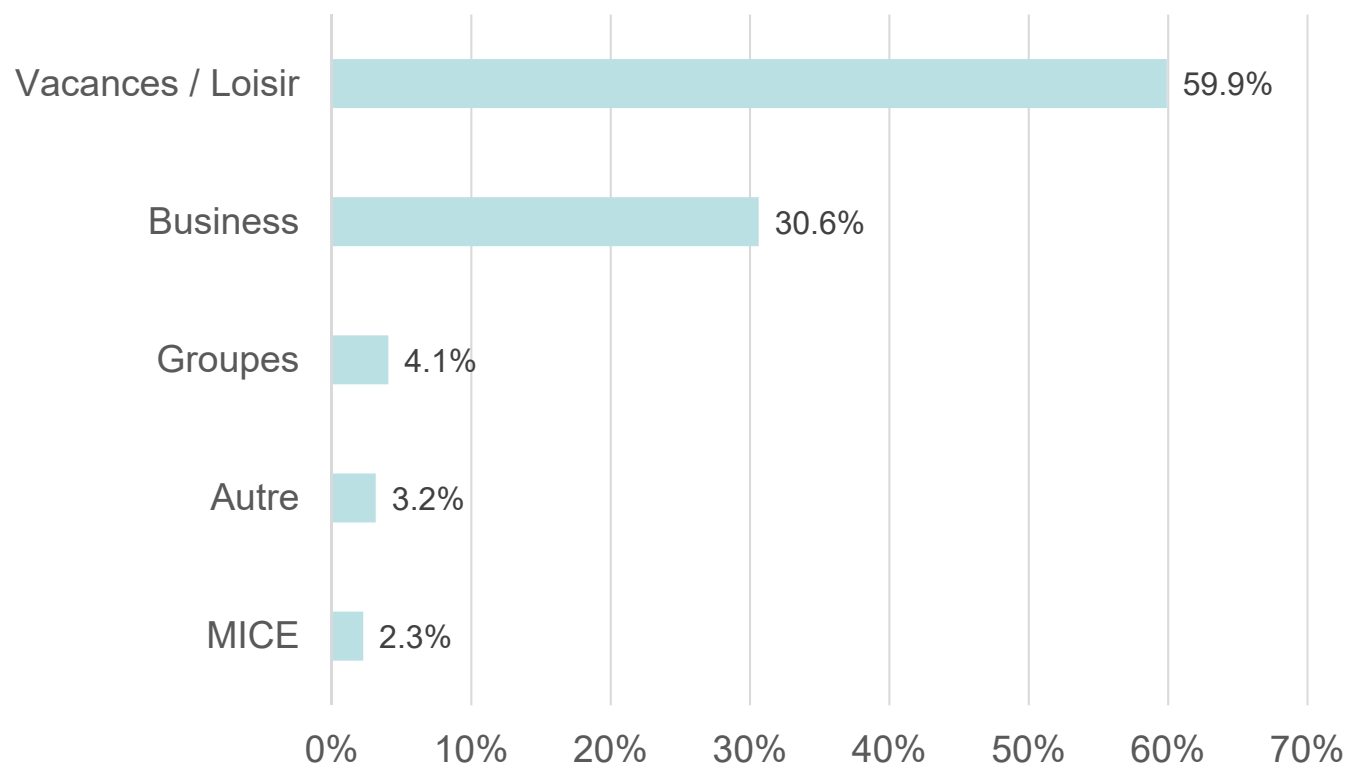
Echantillon n=233

## Structure de l'échantillon: nombre de nuitées 2018



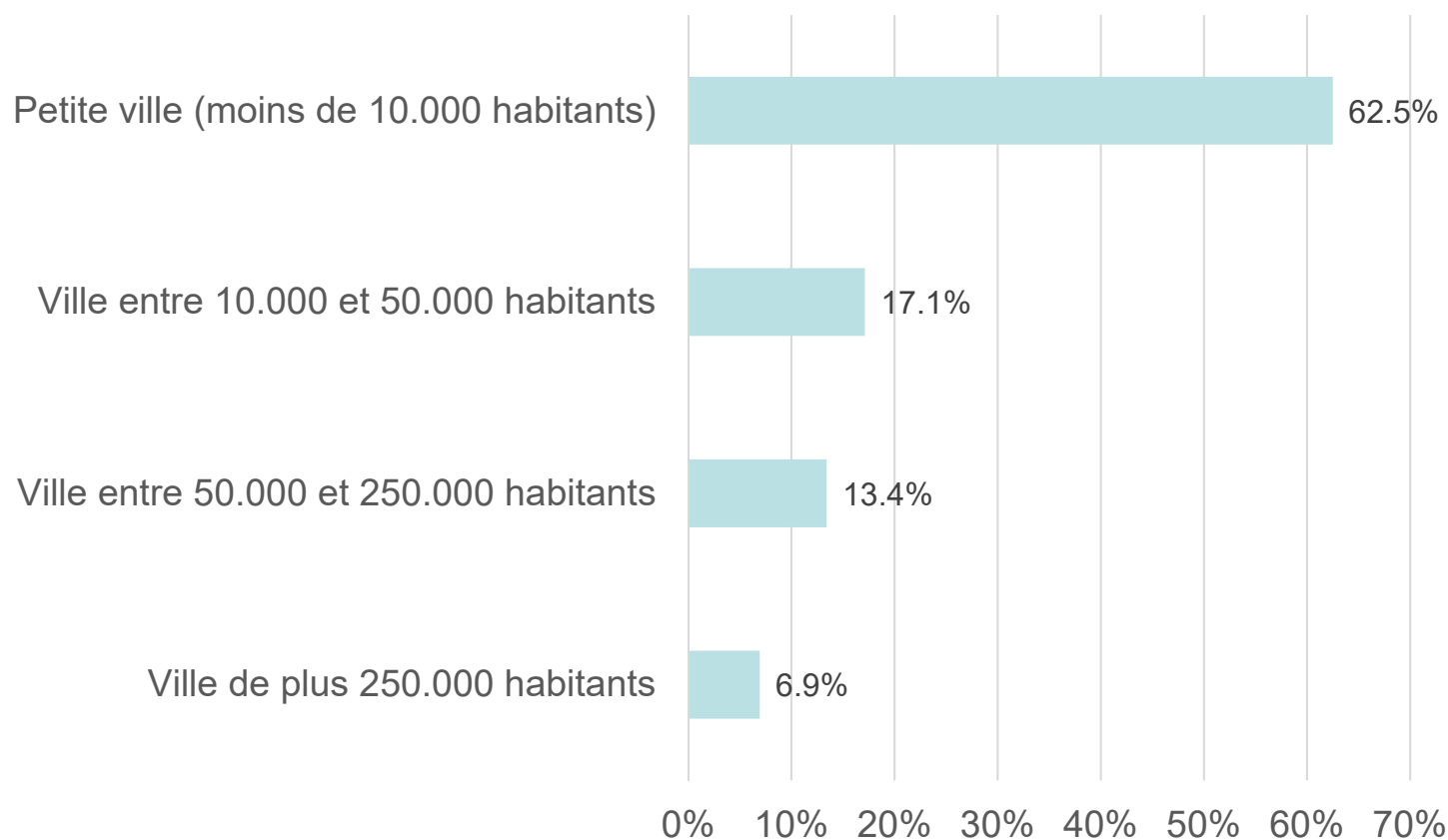
Echantillon n=215

## Structure de l'échantillon: principaux segments de clientèle



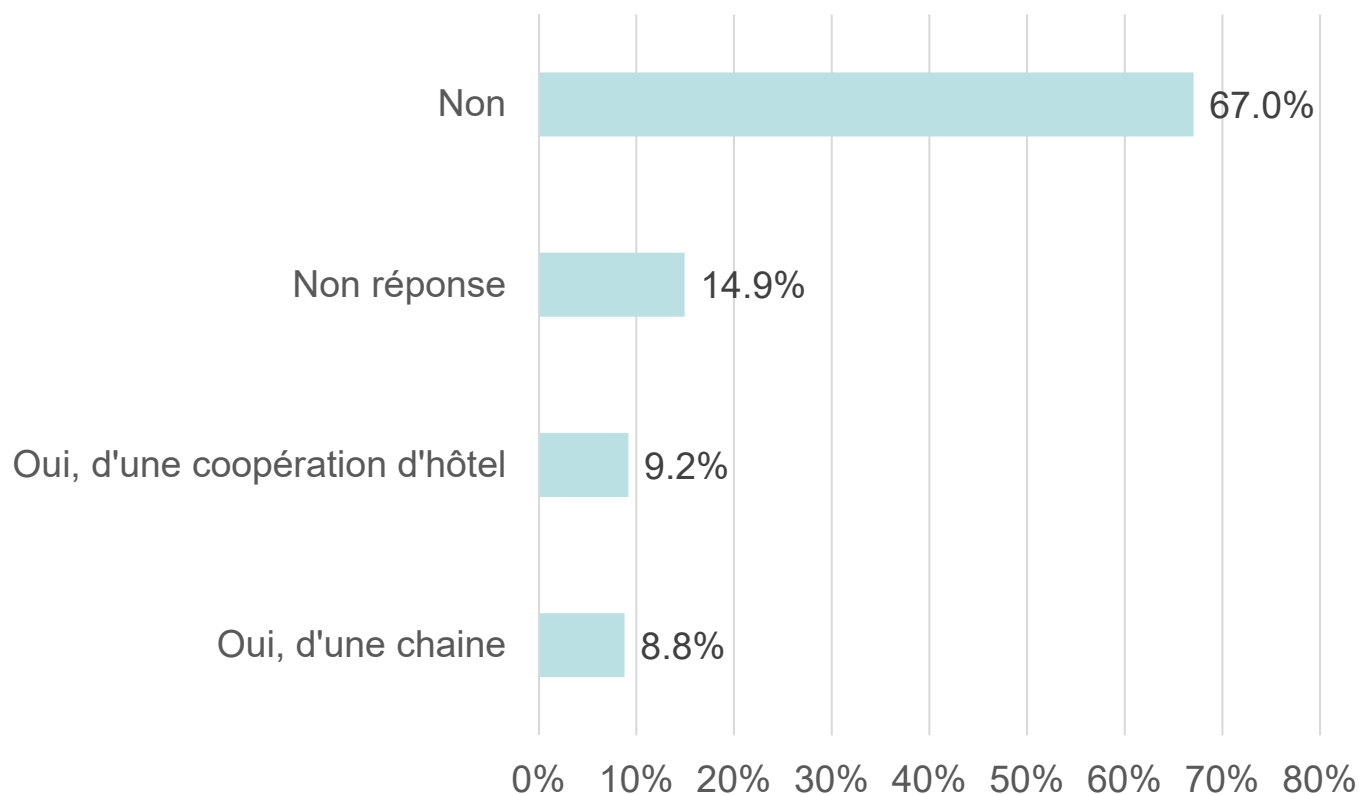
Echantillon n=222

## Structure de l'échantillon: situation de l'hôtel



Echantillon n=216

## Structure de l'échantillon: appartenance à une coopération ou à une chaîne



Echantillon n=261



## Questionnaire

### Etude 2019 sur la distribution hôtelière en Suisse

Un tout grand merci pour l'intérêt que vous portez à notre enquête. Les résultats nous donneront une image précise de la situation actuelle de l'importance des différents canaux de distribution (en ligne et hors ligne) au sein de l'industrie hôtelière. Un focus particulier sera apporté en ce qui concerne le rôle des agences de voyage en ligne (OTA).

Vos réponses seront traitées de manière confidentielle et en respectant toutes les obligations inhérentes à la protection des données. Aucun établissement ne pourra par conséquent être identifié dans les différentes publications qui présenteront les résultats de cette enquête.

Remarques :

- Les flèches directionnelles vous permettent de naviguer entre les pages.
- Prière de sauvegarder vos réponses en cliquant sur le bouton "**enregistrer**".

Les chaînes hôtelières et les associations qui désirent nous confier des données pour plusieurs établissements sont invitées à contacter le Dr. Roland Schegg (roland.schegg@hevs.ch).

Pour l'assistance technique, veuillez contacter

Dr. Roland Schegg

E-Mail:roland.schegg@hevs.ch

Institute for Tourism (ITO), School of Management & Tourism

University of Applied Sciences of Western Switzerland Valais (HES-SO Valais)

Sierre, Switzerland

## A. Canaux de ventes/distribution des hôtels

En 2018, quel est le pourcentage de nuitées qui ont été réservées sur les canaux suivants ?

Merci d'inscrire vos réponses en nombres entiers, par exemple pour 21,3 %, indiquez 21. De plus, merci de vous assurer que la somme des nuitées vendues sur l'ensemble des canaux proposés ci-dessous est égal à 100.

|   |                      |   |
|---|----------------------|---|
| Ventes directes par téléphone   | <input type="text"/> | % |
| Ventes directes par courrier ou par fax   | <input type="text"/> | % |
| Ventes directes à la réception (personnes sans réservation)                                     | <input type="text"/> | % |
| Ventes directes via un formulaire sur votre propre site (sans vérification de la disponibilité) | <input type="text"/> | % |
| Ventes directes par mail  | <input type="text"/> | % |
| Ventes directes en temps réel sur votre propre site internet avec vérification de disponibilité | <input type="text"/> | % |
| Office de tourisme local et régional (DMO) / Associations professionnelles                      | <input type="text"/> | % |
| Office de tourisme nationale (STC)  | <input type="text"/> | % |
| Tour Operateur / Agence de voyage   | <input type="text"/> | % |
| Agence de voyage en ligne (OTA)   | <input type="text"/> | % |
| Chaîne d'hôtels et coopérations avec CRS  | <input type="text"/> | % |
| Système de distribution globale (GDS) - Amadeus, Travelport incl. Galileo et Worldspan, Sabre   | <input type="text"/> | % |
| Grossiste (par ex. Hotelbeds, Tourico, Gulliver, Transhotel, etc.)                              | <input type="text"/> | % |
| Organisateurs d'événements et congrès   | <input type="text"/> | % |
| Réseaux sociaux (Facebook etc.)   | <input type="text"/> | % |
| Airbnb et autres canaux P2P   | <input type="text"/> | % |
| Autres canaux de distribution   | <input type="text"/> | % |

Veuillez vérifier le total de vos canaux de vente en cliquant sur "calculer la somme" (Calculate SUM)

Calculate SUM

Si vous avez répondu "autres canaux", merci de préciser lesquels:

Commentaires éventuels sur le développement des canaux de distribution en général:

## B. Agence de voyage en ligne (OTA)

Si votre hôtel est référencé sur les Agences de voyage en ligne (OTA), merci d'indiquer la part en % des nuitées générée en 2018 par les canaux proposés ci-dessous. Veuillez indiquer des nombres entiers. La somme totale devra être égale à 100 %.

|   |                      |   |
|---|----------------------|---|
| Agoda   | <input type="text"/> | % |
| Airbnb  | <input type="text"/> | % |
| Bergfex   | <input type="text"/> | % |
| Booking.com   | <input type="text"/> | % |
| CTrip   | <input type="text"/> | % |
| eBookers (Orbitz)   | <input type="text"/> | % |
| Destinia  | <input type="text"/> | % |
| eDreams   | <input type="text"/> | % |
| Expedia   | <input type="text"/> | % |
| Hotel.ch  | <input type="text"/> | % |
| Hotel.de  | <input type="text"/> | % |
| Hoteliers.com   | <input type="text"/> | % |
| Hotels.com  | <input type="text"/> | % |
| HRS   | <input type="text"/> | % |
| Lastminute.com (Travelocity)  | <input type="text"/> | % |
| Latebooking.com   | <input type="text"/> | % |
| Orbitz Travel   | <input type="text"/> | % |
| Swishotels.com (STC)  | <input type="text"/> | % |
| Tiscover  | <input type="text"/> | % |
| Voyage-Privé  | <input type="text"/> | % |
| Voyage-SNCF.fr (excl. Rail)   | <input type="text"/> | % |
| Unister (ab-in-den-urlaub.de, hotelreservierung.de, reise.de, etc.) | <input type="text"/> | % |
| Autre plateforme (1)  | <input type="text"/> | % |

Veuillez vérifier le total de vos canaux en cliquant sur "calculer la somme" (Calculate SUM)

Calculate SUM

Si vous avez répondu "autre plateforme (1)", merci de préciser laquelle :

Commentaires éventuels sur les agences de voyage en ligne (OTA):

Quelle a été la commission moyenne (en % en 2018) que vous avez versée à booking.com ?

- 12%     13%     14%     15%     16%     17%     18%  
 19%     20%     21%     22%     23%     24%     25%  
 26%     27%     28%     29%     30%     > 30%

Quelle a été la commission moyenne (en % en 2018) que vous avez versée à Expedia?

- 12%     13%     14%     15%     16%     17%     18%  
 19%     20%     21%     22%     23%     24%     25%  
 26%     27%     28%     29%     30%     > 30%

Quelle a été la commission moyenne (en % en 2018) que vous avez versée à HRS?

- 12%     13%     14%     15%     16%     17%     18%  
 19%     20%     21%     22%     23%     24%     25%  
 26%     27%     28%     29%     30%     > 30%

Quel est le montant total des commissions versées à tous les portails de réservation (OTA) en 2018 (en CHF) ?

## Relations avec les OTA

Comment jugez vous la collaboration avec les OTAs?

|             | pas du tout satisfait | plutôt pas satisfait  | moyennement satisfait | plutôt satisfait      | très satisfait        |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Booking.com | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Expedia     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| HRS         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Avez-vous déjà utilisé les diverses possibilités offertes par les OTA pour améliorer efficacement votre classement (p. ex., ranking booster, programmes partenaires préférés)?

- Oui, programmes partenaires préférés     Oui, ranking booster     Oui, les deux     Non, ni l'un ou l'autre

Les portails de réservation en ligne (OTA) vous fournissent-ils des informations transparentes et compréhensibles sur la façon dont votre classement est établi et comment il peut être modifié ?

- Non     Oui

En 2018, par rapport à 2016-2017, avez-vous reçu plus de fausses réservations ("fake bookings") via les portails de réservation en ligne (HRS, Expedia, Booking.com) ?

- Non     Oui

Si oui, via quels OTAs?

- booking.com     Expedia     HRS     Autre OTA

Si "Autre OTA", laquelle?

Quelle est la proportion des annulations de réservations via les portails de réservation en ligne (OTA) dans le nombre total de réservations ?

- 1%    2%    3%    4%    5%    6%    7%    8%    9%    10%  
 11%    12%    13%    14%    15%    16%    17%    18%    19%    20%  
 21%    22%    23%    24%    25%    26%    27%    28%    29%    30%  
 31%    32%    33%    34%    35%    36%    37%    38%    39%    40%  
 41%    42%    43%    44%    45%    46%    47%    48%    49%    50%  
 51%    52%    53%    54%    55%    56%    57%    58%    59%    60%  
 61%    62%    63%    64%    65%    66%    67%    68%    69%    70%  
 71%    72%    73%    74%    75%    76%    77%    78%    79%    80%  
 81%    82%    83%    84%    85%    86%    87%    88%    89%    90%  
 91%    92%    93%    94%    95%    96%    97%    98%    99%    100%

En 2018, le pourcentage d'annulations de réservations via les portails de réservation en ligne (OTA) a-t-il changé par rapport à 2016-2017 ?

- en forte augmentation    en légère augmentation    resté stable    en légère baisse    en forte baisse

Comment êtes-vous informé des changements apportés aux Conditions générales ou de l'introduction de nouvelles fonctionnalités dans les portails de réservation en ligne (OTA) ?

|             | Via e-mail            | Par écrit (lettre/<br>télécopieur) | SMS ou similaire      | Message dans<br>l'extranet de<br>l'OTA | Autre                 | Pas du tout           |
|-------------|-----------------------|------------------------------------|-----------------------|--|-----------------------|-----------------------|
| Booking.com | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Expedia     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Autre       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Avez-vous la possibilité de rejeter les modifications apportées aux conditions générales et aux nouvelles fonctionnalités ?

|             | oui                   | non                   |
|-------------|-----------------------|-----------------------|
| Booking.com | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Expedia     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Autre       | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Vous sentez-vous dépendant de booking.com ?

- non    oui, partiellement    oui, totalement

Si "oui", pourquoi?

Commentaires et remarques facultatifs sur la relation avec les portails de réservation en ligne (OTA) :

## C. Technologie de réservation et nouveaux médias

De quelle façon maintenez-vous vos tarifs et vos disponibilités sur les agences de réservation en ligne (OTA) (plusieurs réponses possibles)?

- via plusieurs canaux en même temps (avec un gestionnaire de canaux / "channel manager")  manuellement en ligne
- via une agence  autres
- via un logiciel pour hôtel ou un système de réservation (interface CRS)

Si vous avez répondu "autres" merci de préciser lesquels :

Avec quel Channel Manager travaillez-vous ?

Disposez-vous d'un moteur de réservation en ligne ou Web Booking Engine (réservation en temps réel sur votre propre site web) ?

- non  non, c'est prévu pour 2019  oui

Avec quel PMS/Front Office travaillez-vous ?

- |                                       |   |   |
|---------------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Aida         | <input type="checkbox"/> Apaleo                       | <input type="checkbox"/> base7booking           |
| <input type="checkbox"/> Bellboy      | <input type="checkbox"/> Betisoft                     | <input type="checkbox"/> Casablanca             |
| <input type="checkbox"/> Casy         | <input type="checkbox"/> Citadel                      | <input type="checkbox"/> Clock                  |
| <input type="checkbox"/> Elite        | <input type="checkbox"/> Express Hotel Cloud          | <input type="checkbox"/> Felix                  |
| <input type="checkbox"/> Gastrodat    | <input type="checkbox"/> Guestline                    | <input type="checkbox"/> Hogatex                |
| <input type="checkbox"/> Hope         | <input type="checkbox"/> HoRes                        | <input type="checkbox"/> Hotelmeister           |
| <input type="checkbox"/> Hotline      | <input type="checkbox"/> HS/3 Hotelsoftware           | <input type="checkbox"/> HSTeam Hotel           |
| <input type="checkbox"/> Igumbi       | <input type="checkbox"/> Infor                        | <input type="checkbox"/> Lodgit Desk            |
| <input type="checkbox"/> Mews         | <input type="checkbox"/> Onstay                       | <input type="checkbox"/> Oracle fidelio Suite 8 |
| <input type="checkbox"/> Oracle Opera | <input type="checkbox"/> Pas-H                        | <input type="checkbox"/> Pccaddie               |
| <input type="checkbox"/> protel Air   | <input type="checkbox"/> protel on-premises (SPE/MPE) | <input type="checkbox"/> Reconline PMS          |
| <input type="checkbox"/> Sihot        | <input type="checkbox"/> Winfoms                      | <input type="checkbox"/> WinHotel Solution      |
| <input type="checkbox"/> Autre        |   |   |

Si vous avez répondu "autres" merci de préciser lequel :

## D. Informations générales concernant votre hôtel

Ouverture annuelle ou saisonnière

- Ouvert toute l'année  Une saison (hiver)
- Ouvert deux saisons  Une saison (été)

Votre hôtel est-il classé (étoiles) ?

- Oui  Non

Classification hôtelière

- 1\*  2\*  3\*
- 4\*  5\*  Autre catégorie (Swiss Lodge etc.)

Taille de l'hôtel (nombre de chambres)

Combien de nuitées avez-vous enregistré en 2018 ?

- <2 000       2 000-5 000       5 000-10 000       10 000-15 000  
 20 000-25 000       25 000-30 000       30 000-40 000       40 000-50 000  
 >50 000

La part la plus importante de votre clientèle

- Business       Vacances / Loisir       MICE  
 Groupes       Autre

Lieu

- Ville de plus 250.000 habitants       Ville entre 50.000 et 250.000 habitants       Ville entre 10.000 et 50.000 habitants       Petite ville (moins de 10.000 habitants)

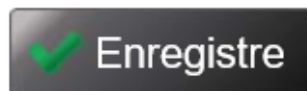
Situation

- Ville       Montagne       Région rurale       Autre situation

Votre hôtel fait-il partie d'une chaîne ou d'une coopération d'hôtels ?

- Non       Oui, d'une chaîne       Oui, d'une chaîne volontaire

Si vous désirez recevoir un résumé de notre rapport final, merci de bien vouloir indiquer votre adresse e-mail ci-dessous



**UN TOUT GRAND MERCI POUR VOTRE COLLABORATION**