

19 Les partenaires de l'hôtel

L'hôtel fonctionne avec de nombreux partenaires, à différent niveau. Citons bien sûr :

Les partenaires locaux

comme les entreprises (qui utilisent les services de l'hôtel pour les commerciaux, pour les séminaires) ou les offices de tourisme (qui envoient des clients à l'hôtel)

Les partenaires régionaux ou nationaux

comme les centrales de réservations de chaînes intégrées ou volontaires, de regroupements locaux (parc naturel, centres touristiques, parc à thème...)

Les partenaires nationaux et internationaux physiques

(agences de voyages locales ou nationales, tour operator nationaux, européens ou mondiaux...)

Les partenaires « web » virtuels

Comme les coffrets cadeaux type « Box » et les OTA (Online Travel Agencies), les plus connus étant Booking.com et Expedia.fr...

Les contrats avec les partenaires

Qui dit partenaires de l'hôtel, dit presque toujours « contrat signé » et très souvent « tarifs négociés »...

Avec les entreprises

L'hôtel signe un contrat avec des entreprises qui lui garantiront un certain nombre de nuitées sur l'année. En contrepartie, un tarif avantageux est accordé aux représentants de l'entreprise lors de leur venue à l'hôtel. Ce contrat peut stipuler ou non une prise en charge de tout ou partie du séjour du client. Dans ce cas, un écrit de prise en charge sera demandé au moment de la réservation.

Avec les centrales de réservations, les agences de voyages ou assimilés

L'hôtel signe également un contrat afin de garantir le paiement des séjours des clients venant par ses intermédiaires. Le contrat prévoit des tarifs négociés et les commissions rétrocédées à l'intermédiaire. L'usage du code des pratiques entre agences et hôteliers prévoit généralement actuellement une commission de 8 % sur l'hébergement.

Avec les partenaires web (box et OTA)

Le principe est le même que pour les agences physiques. Cependant, certains partenaires détiennent une position de quasi monopole et applique des commissions pouvant aller jusqu'à plus de 25 % sur le séjour. Devant l'augmentation des taux de commission demandés aux hôtels par les OTA, les hôteliers tentent de se regrouper pour créer leur propre OTA (ex : Fairbooking.com) avec des commissions plus réduites et une cotisation annuelle.

Les tarifs et les rémunérations des partenaires

Dans le cas d'un paiement partiel ou intégral du client avant sa venue à l'hôtel, le solde du séjour sera reversé à l'hôtelier après le départ du client, déduction faite de la commission.

Dans le cas d'une simple réservation avec garantie CB, c'est l'hôtel qui devra reversé le montant de la commission directement à l'intermédiaire, après le règlement du client à son départ de l'hôtel.

Les vouchers (ou bons d'agence)

Tout engagement entre un client, un hôtel et son partenaire nécessite qu'un document soit édité, et suive et encadre le déroulement de la prestation, de sa réservation à son règlement intégral. Il s'agit du voucher (ou bon d'agence). Il n'existe pas de bon d'agence dont la présentation soit normalisée. Lors de la vente des prestations hôtelières, les agences de voyages établissent les bons d'agence, parfois en plusieurs exemplaires.

Le cas de voucher « papier »

- 1er exemplaire : remis au client au moment de sa réservation ou de son paiement
- 2ème exemplaire : envoyé à l'hôtelier qui sert de bon de réservation
- 3ème exemplaire : envoyé à l'hôtelier et retourné à l'agence pour confirmer la réservation
- 4ème exemplaire : gardé par l'agence

Les vouchers dématérialisés

Depuis quelques temps, les vouchers ne sont plus que très rarement édités sous forme papier. Ils sont dématérialisés mais conservent leur fonctionnement initial et leur valeur. On trouve maintenant des vouchers :

- dans le corps d'un courrier électronique
- en pièce jointe d'un courrier électronique (au format pdf protégé)
- en édition de page web (lors de réservation en ligne)
- sur écran de smartphone (application Iphone ou Android, flashcode ou mail)

L'encaissement des bons d'agence

Bon de simple réservation (ou recommandation)

Caractéristiques : preuve de réservation sans valeur marchande

Somme due par le client à l'hôtel : l'intégralité de la facture

Relation agence/hôtel : commission due par l'hôtelier sur les prestations réservées

Bon de dépôt ou de "deposit"

Caractéristiques : valeur déterminée versée par le client à titre d'acompte à l'agence

Somme due par le client à l'hôtel : montant de la facture moins le dépôt indiqué sur le bon

Relation agence/hôtel : encaissement du dépôt moins la commission (calculée généralement sur l'hébergement, parfois sur le montant déposé)

Bon de forfait

Caractéristiques : couvre un séjour déterminé. Les prestations indiquées sont prises en charge par l'agence (ex: chambre, petit déjeuner)

Somme due par le client à l'hôtel : montant des prestations hors forfait (extra)

Relation agence/hôtel : l'hôtelier envoie la facture à l'agence déduction faite de la valeur de la commission (calculée sur l'hébergement en règle générale, parfois sur le B&B)

Bon plein crédit

Caractéristiques : couvre la totalité des prestations ou sous certaines conditions (plafond)

Somme due par le client à l'hôtel : rien

Relation agence/hôtel : l'hôtelier envoie la facture à l'agence, déduction faite de la valeur de la commission (calculée sur l'hébergement en règle générale, parfois sur le B&B, parfois aussi sur le séjour).