Monde Dossiers du mois par : le 06/09/2012 09h10

Distribution en ligne : Canal encore marginal de ventes des nuitées hôtelières il y a dix ans, la distribution en ligne est aujourd'hui le principal axe de la stratégie commerciale des groupes hôteliers. Ils ont laissé s'installer depuis les années 2000 des acteurs qui ont pris du poids et une force considérable, dictant souvent leurs lois aux hôteliers isolés. A force d'acquisitions et de regroupements, trois géants mondiaux dominent le secteur des agences en ligne, marginalisant les acteurs régionaux et nationaux. Mais le marché de la vente de voyages attise aussi la convoitise d'autres sociétés planétaires, moteurs de recherche ou réseaux sociaux, qui comptent bien faire leur chemin, quitte à en découdre avec les alliés d'hier. Les groupes hôteliers ne peuvent pas simplement regarder inactifs le combat des titans et cherchent désormais à faire entendre leur propre voix. La maitrise de l'inventaire serat- elle suffisante face à la promotion des sites auprès du grand public ?

Agences de voyages en ligne, l'univers impitoyable des poids lourds américains

Sur la planète OTA (Online Travel Agencies), il n'y a plus beaucoup de places pour les petits joueurs. Les regroupements et acquisitions menées par les leaders du marché réduisent le cercle des acteurs qui ont pris une dimension mondiale à travers une galaxie de filiales et de sites dérivés. Ils ont la particularité d'être tous originaires des Etats-Unis, le marché le plus développé et le plus organisé à ce jour.

Sans doute le plus médiatisé, le groupe Expedia a été créé en 1996 par Microsoft pour servir de laboratoire à ses logiciels. Introduit en bourse en 1999, Expedia Inc est désormais contrôlé par InterActiveCorp de Barry Diller. Dirigé par Dara Khosrowshahi, Expedia Inc regroupe un grand nombre de sites locaux et thématiques qui lui donnent sa puissance mondiale. Contrairement aux autres sites, il tire environ les 2/3 de ses revenus de la réservation hôtelière. La galaxie Expedia est l'une de celles qui comprend le plus de planètes et de satellites, à commencer par un réseau de 20 déclinaisons nationales du site Expedia, piloté par le Français Eric Grosse, président Monde de la marque. Le site hotels.com a été acquis par IAC en même temps qu'Expedia et a été développé en parallèle. Il regroupe toute la base hôtelière d'Expedia et se retrouve dans 70 pays à travers une déclinaison locale.

Mais Expedia Inc s'appuie sur d'autres filiales : Hotwire, marque low cost pour le déstockage à prix bradés ; eLong, le site chinois qui sert de fer de lance à la pénétration de ce marché ; Egencia, (ex-Expedia Corporate Travel), agence en ligne spécialisée en déplacements d'affaires, et noyau d'une Egencia Global Alliance présente dans 24 pays ; Anyway.com pour la vente de billets d'avion secs ; Venere, site de réservation en ligne leader en Italie, avec plus de

35 000 hôtels ; sans compter Cruiseshipcenters.com et une participation dans voyages-sncf.com, premier site français de ventes loisirs. Jusqu'à l'an passé, TripAdvisor faisait partie du groupe, mais a fait l'objet d'un « spin-off », avec une cotation individuelle au Nasdaq. Avec un portefeuille de plus de 120 000 hôtels dans le monde, Expedia Inc a dépassé un volume d'affaires de 25 milliards de dollars.

Imaginé par Jay Walker, le patron fondateur de Walker Digital, conglomérat de nouvelles technologies, Priceline est arrivé sur le marché avec le soutien financier d'un holding chinois, Cheung Kong. Il a instauré le principe d'une réservation à l'aveugle uniquement fondée sur le prix choisi par l'internaute, avec révélation du nom de la compagnie aérienne ou de l'hôtel une fois le paiement accepté. A travers d'autres acquisitions, des modèles plus classiques de réservation avec commission se sont mis en place. L'achat le plus significatif est celui de Booking.com, groupe européen basé à Amsterdam. Booking.com est passé en tête des sites de réservation hôtelière en ligne, avec plus de 30 millions de visiteurs uniques par mois. Les ramifications de Booking se sont étendues à 165 pays avec un site disponible en 41 langues, offrant l'accès direct à 195.000 hôtels dans le monde. L'adhésion des hôteliers a été facilitée par un modèle économique qui fait payer le client directement à l'hôtel, évitant les délais de paiement du site. La commission est prélevée ensuite sur un compte. En 2006, Priceline ajoutait le site activehotels.com en fusionnant une partie des inventaires d'hôtels avec ceux de booking, mais en conservant l'identité du site présent en Allemagne, en Espagne, en France, en Italie et au Royaume-Uni. En 2007, c'est au tour d'Agoda.com de rejoindre le groupe, un site fortement présent en Asie-Pacifique avec 30 000 hôtels. Dernière acquisition complémentaire, Traveljigsaw, spécialiste de la location de voitures. Pour l'année 2011, le groupe Priceline a annoncé 22 milliards de dollars de volume d'affaires.

Travelocity, filiale de Sabre Holdings Corp, elle-même propriété des fonds Silver Lake Partners et Texas Pacific Group, est basée au Texas. Ses activités sont déployées sous le site éponyme travelocity.com aux USA, au Canada, au Royaume-Uni, en Allemagne, en Scandinavie et en Inde. Mais aussi à travers sa principale acquisition, Lastminute.com dans toute l'Europe, et à travers les sites Zuji.com en Asie et Travelguru en Inde. Il est aussi propriétaire du site de comparaisons tarifaires IgoUgo, et du site de réservation hôtelière, allhotels.com, aujourd'hui fusionné dans la base Travelocity. Dans le groupe figure aussi World Choice Travel, un programme d'affiliation marketing pour des sites partenaires. Pour relancer l'activité, l'ancien patron de Sabre Holdings, Hugh Jones, est revenu récemment aux commandes directes de Travelocity. En 2011, les ventes générées par l'ensemble des sites du groupe ont dépassé les 10 milliards de dollars, en majorité en billets d'avion, la réservation hôtelière arrivant en seconde position. lire tout le dossier sur le site de MKG

Consultez la source sur Veille info tourisme: Réservation en ligne la bataille des géants a débuté une analyse sur le marché de la distribution en ligne