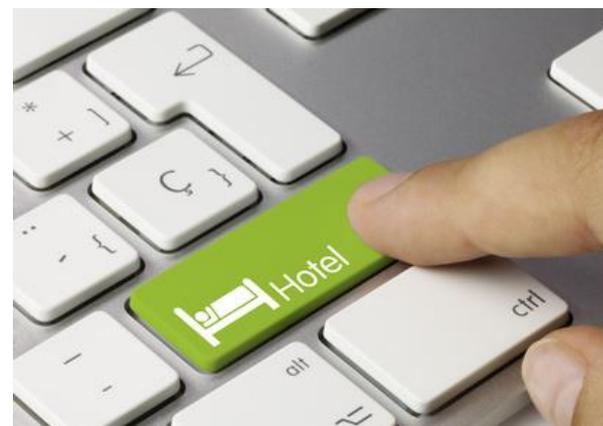


SYNHORCAT

*Syndicat National des Hôteliers
Restaurateurs, Cafetiers et Traiteurs*

“Reset” Internet ?

Reprenons la main sur notre commercialisation en ligne !



Plénière présidée par **Razzy HAMMADI**, député de Seine Saint-Denis, président de la Commission d'Examen des Pratiques Commerciales (CEPC) et rapporteur à l'Assemblée Nationale du projet de loi « consommation »

Sur Twitter : #defiSYNHORCAT

SYNHORCAT

*Syndicat National des Hôteliers
Restaurateurs, Cafetiers et Traiteurs*

- **Razzy HAMMADI**, député de Seine Saint-Denis, président de la CEPC et rapporteur à l'Assemblée Nationale du projet de loi « consommation »
- **Christophe PALUEL-MARMONT**, vice-président et président de la commission des affaires européennes et numériques du Synhorcat
- **Maître Loraine DONNEDIEU DE VABRES**, avocate associée au cabinet Jeantet
- **Markus LUTHE**, directeur général d'IHA, association hôtelière allemande
- **Pascal DROUX**, président des hôteliers de la FAGIHT
(Fédération autonome générale de l'industrie hôtelière touristique)
- **Georges BONNEAU**, hôtelier (Le Six, Observatoire du Luxembourg)
- **Stéphanie LEGUAY**, juriste au sein de l'INPI
(Institut national de la propriété intellectuelle)
- **Rémi OHAYON**, auteur du livre *Addi(c)tion*

#defiSYNHORCAT



*Syndicat National des Hôteliers
Restaurateurs, Cafetiers et Traiteurs*

Razzy Hammadi

Député de Seine Saint-Denis, président de la CEPC et rapporteur à l'Assemblée Nationale du projet de loi « consommation »

#defiSYNHORCAT



*Syndicat National des Hôteliers
Restaurateurs, Cafetiers et Traiteurs*

Christophe Paluel-Marmont

1^{er} vice-président et président de la commission
des affaires européennes et numériques du
Synhorcat

#defiSYNHORCAT

SYNHORCAT

*Syndicat National des Hôteliers
Restaurateurs, Cafetiers et Traiteurs*

Le Synhorcat, précurseur et acteur !

1. Tribunal de commerce de Paris (2011)
2. Commission d'examen des pratiques commerciales (2012/2013)
3. Autorité de la concurrence (2013/?)

#defiSYNHORCAT

SYNHORCAT

*Syndicat National des Hôteliers
Restaurateurs, Cafetiers et Traiteurs*

1. Tribunal de commerce de Paris

Octobre 2011 : Expedia.fr, TripAdvisor.fr et Hotels.com
condamnés pour « **pratiques commerciales trompeuses** »

PAS D'APPEL

A- Sur les disponibilités

Avant: « L'hôtel X n'est pas disponible »

Maintenant : « L'hôtel X n'est pas disponible sur Expedia »

#defiSYNHORCAT

SYNHORCAT

*Syndicat National des Hôteliers
Restaurateurs, Cafetiers et Traiteurs*

1. Tribunal de commerce de Paris

B- Sur les promotions

Avant : « Hôtel X :
Tarifs réduits, -40%! »

- ▶ [Hotel Mansart: Hôtels bas prix Expedia](#)
Expedia.fr Tarifs ultra-négociés jusqu'à -40%. Toutes catégories avec localisation
- ▶ [Hotel Mansart: Jusqu'à -50% de réduction](#) 💰 Smart Deal
Voyages-sncf.com Plus de 400 hôtels en promo. A saisir avant le 16 Février !
- ▶ [Hotel Mansart: Hôtels dégriffés à prix mini.](#)
Hotels.com Réservez maintenant et économisez. Large choix, prix le plus petit garanti!

Maintenant : « Paris : réservez et
économisez ! »

[Paris: Réservez et économisez !](#)

Booking.com Profitez d'un très grand choix et de prix bas !

[Paris: Réservez et économisez !](#)

Hotels.com Des hôtels dans le monde entier à des prix exceptionnels !

[Paris: Économisez dès maintenant !](#)

Expedia.fr Des promotions exceptionnelles sur plus de 150 000 hôtels dans le monde.

2. Commission d'examen des pratiques commerciales

Juin 2012 : demande d'avis adressée à la CEPC sur les contrats entre hôteliers et OTAs (Booking, Expedia, HRS).

Septembre 2013 : réponse de la CEPC

1^{ère} conclusion :

« **toutes les clauses de parité**, qu'elles portent sur les tarifs, sur les disponibilités ou sur d'autres conditions, **sont nulles dès l'instant qu'elles prévoient un alignement automatique** sur les conditions plus favorables accordées aux concurrents. ».

#defiSYNHORCAT

2. Commission d'examen des pratiques commerciales

2^{ème} conclusion : “Déséquilibre significatif” des contrats

Certaines clauses créent un “**déséquilibre significatif**” entre les droits et obligations des parties au contrat

- Délais de paiement des commissions très courts ;
- Exonération de responsabilité pour les OTAs ;
- Possibilité pour les OTAs de résilier ou de suspendre l'exécution du contrat unilatéralement.

→ Les contrats pourraient être **annulés** par les tribunaux

#defiSYNHORCAT

3. Autorité de la concurrence

1^{er} octobre 2013 : requête déposée par le Synhorcat et la FAGIHT

Objectif : obtenir l'interdiction des clauses léonines dans les contrats des OTA

Analyse du marché

OTAs concernées : Booking, Expedia (et leurs partenaires), HRS

Base légale:

- Ententes
- Abus de position dominante

#defiSYNHORCAT

3. Autorité de la concurrence

Points litigieux:

- Parité tarifaire
- Parité des disponibilités
- Utilisation du nom de l'hôtel à des fins de marketing
- Partage des responsabilités entre l'hôtelier et l'OTA : l'hôtelier, responsable de tout!
- Possibilité pour les OTA de modifier le contrat et de le rompre unilatéralement, de façon brutale

#defiSYNHORCAT

SYNHORCAT

*Syndicat National des Hôteliers
Restaurateurs, Cafetiers et Traiteurs*

La Commission européenne reproche à Google ses pratiques anticoncurrentielles

2010 : ouverture d'une enquête sur les pratiques anticoncurrentielles de Google

Avril 2013 : Google publie ses engagements... Insuffisants!

→ Nouvelles fonctionnalités de Google
qui entretiennent la confusion entre
résultats naturels et commerciaux

#defiSYNHORCAT



hotel mansart paris



Web Images Maps Shopping Plus Outils de recherche

Environ 231 000 résultats (0,31 secondes)

Les cookies assurent le bon fonctionnement de nos services. En utilisant ces derniers, vous acceptez l'utilisation des cookies.

OK En savoir plus

Annonces relatives à **hotel mansart paris**

[Hôtels 4 étoiles à Paris - Meilleur tarif garanti - booking.com](#)

www.booking.com/Mansart

★★★★★ 72 191 avis pour booking.com

Réservez votre **Hôtel 4 étoile Paris**

Booking.com a 1 455 097 abonnés sur Google+

[Meilleur Tarif Garanti](#) - [Commentaires clients](#) - [Réservation sécurisée](#)

[Hôtel Mansart 4 étoiles - Place Vendôme dès 160€/nuit](#)

www.paris-hotel-mansart.com/

Offre Spéciale, Réservez en ligne !

[Découvrez les chambres](#) - [Lire les avis clients](#) - [Réservation sécurisée](#)

📍 5, rue des Capucines, Paris - 01 42 61 50 28

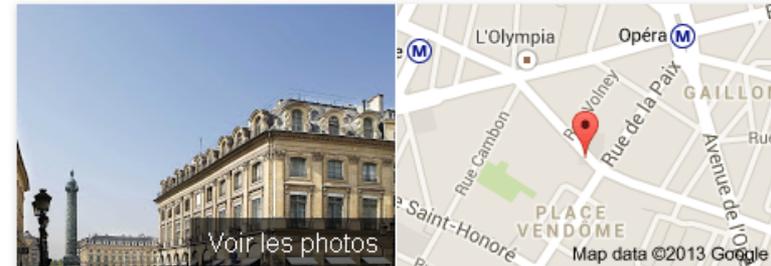
[Hôtel Mansart Paris - Site officiel - Meilleurs prix garantis](#)

www.paris-hotel-mansart.com/

Hôtel de charme situé proche de l'Opéra et des grands magasins (Galeries Lafayette et Printemps), l'**hôtel Mansart** vous accueille dans le respect de l'esprit des ...

3 avis de Google · [Donner votre avis - 205 €](#)

📍 5 Rue des Capucines, 75001 Paris
01 42 61 50 28



Hôtel Mansart**** Paris

205 € Réserver ▼

Itinéraire

Donner votre avis

Adresse : 5 Rue des Capucines, 75001 Paris

Téléphone : 01 42 61 50 28

Avis

3 avis de Google

Autres avis : tripadvisor.fr, booking.com, nomao.com, hros.net

Êtes-vous le propriétaire de l'établissement ?

[Signaler un problème](#)

#defiSYNHORCAT

[Hôtel Mansart 4 étoiles - Place Vendôme dès 160€/nuit](#)

www.paris-hotel-mansart.com/ ▼

Offre Spéciale, Réservez en ligne !

[Découvrez les chambres](#) - [Lire les avis clients](#) - [Réservation sécurisée](#)

📍 5, rue des Capucines, Paris - 01 42 61 50 28

[Hôtel Mansart Paris - Site officiel - Meilleurs prix garantis](#)

www.paris-hotel-mansart.com/ ▼

Hôtel de charme situé proche de l'Opéra et des grands magasins (Galeries Lafayette et Printemps), l'**hôtel Mansart** vous accueille dans le respect de l'esprit des ...

3 avis de Google · [Donner votre avis](#) - 205 € ▼

📍 5 Rue des Capucines, 75001 Paris
01 42 61 50 28

[Hôtel Mansart Paris](#)

Hôtel de charme situé proche de l'Opéra et des grands magasins ...

[Autres résultats sur paris-hotel-mansart.com](#)

[Hotel Mansart \(Paris\) : voir 21 avis](#)

www.tripadvisor.fr > ... > France > Île de France

★★★★★ Note : 4 - 213 avis - Prix : ...

Hotel Mansart, Paris : Consultez les avis des clients

meilleures offres pour Hotel Mansart, classé n°424 sur 1 795 hôtels à Paris et noté ...

Date d'arrivée : Date de départ :	
17/11	18/11
Annonces par nuit	
Booking.com	205 €
192 € plus taxes et frais	
HRS	205 €
194 € plus taxes et frais	
www.paris-hotel-mansart.com	
Propriétaire du site	

(Galeries Lafayette et Printemps), l'hôtel ...

Liens vers des OTA

Pas de prix!



*Syndicat National des Hôteliers
Restaurateurs, Cafetiers et Traiteurs*

La Commission européenne reproche à Google ses pratiques anticoncurrentielles

Avec l'HOTREC, le Synhorcat a alerté la Commission européenne de ces nouvelles pratiques, qui détournent l'internaute du site propre de l'hôtel pour le diriger vers les OTA.

Nouveaux engagements de Google.

Nouvelle consultation : le Synhorcat y répondra, aux côtés de l'HOTREC.

SYNH  RCAT

*Syndicat National des Hôteliers
Restaurateurs, Cafetiers et Traiteurs*

Me Loraine Donnedieu de Vabres

Avocate associée au cabinet Jeantet

SYNH RCAT

*Syndicat National des Hôteliers
Restaurateurs, Cafetiers et Traiteurs*

Markus Luthe

Directeur général d'IHA,
association hôtelière allemande

SYNH RCAT

*Syndicat National des Hôteliers
Restaurateurs, Cafetiers et Traiteurs*

Pascal Droux

Président des hôteliers de la FAGIHT,
Fédération autonome générale de l'industrie
hôtelière touristique

SYNH RCAT

*Syndicat National des Hôteliers
Restaurateurs, Cafetiers et Traiteurs*

Georges Bonneau

Hôtelier

UHI (Union des Hôteliers Indépendants)

UHI

UNION DES HÔTELIERS INDÉPENDANTS

- Les OTA représentent en moyenne 30% de votre Chiffre d'Affaires
- Les commissions pèsent 6 à 8% du chiffre d'affaires de vos hôtels.
- Vous perdez la main sur votre fonds de commerce
- Les OTA font du Brandjacking
- Les OTA cannibalisent votre chiffre d'affaires.
- Les OTA détournent la clientèle naturelle de votre hôtel

- ✘ Em@il
- ✘ Payment info/ CB
- ✘ Guest contact info
- ✘ Guest loyalty program
- ✘ Guest review
- ✘ Guest profile

➤ **Il est temps de rééquilibrer le partenariat avec les agences de voyage en ligne (OTA)**



Objectifs :

Rééquilibrer la répartition de la valeur créée entre OTA et hôteliers indépendants en obtenant un taux de commission réduit.

(comparable aux chaînes hôtelières – Accor/Louvre Hôtels)

➤ La remise obtenue sur le taux de commission de base s'appliquera également à l'ensemble des autres taux de commission pratiqués par les OTA dans les différents types de contrat (ex: contrat Preferred, etc.)

Stratégie :

- Faire valoir le poids du groupement dans un premier temps à Paris.
- Concrètement, pendant la phase de négociation, le nom des hôtels adhérents n'apparaîtra pas.
- Recours à des professionnels de la négociation.

Ensemble nous contrôlons l'offre :

- Les hôtels indépendants représentent $\frac{2}{3}$ du marché parisien.
- Les 3/4/5 étoiles sont les « emblèmes » de Paris, tant pour les clients que pour les OTA. Celles-ci ne peuvent donc pas s'en passer.
- En regroupant au minimum **300** hôtels indépendants, nous pesons suffisamment pour entrer en négociation.

Marché Hôtelier

	Hôtels Indépendants	Total d'Hôtels à Paris
5 Etoiles	15	42
4 Etoiles	143	274
3 Etoiles	449	606
Total	607	922



Pourquoi adhérer à « UHI » ?

- Agir pour le RBE des hôtels
- Ensemble nous **contrôlons** l'offre
- Etre groupé est la seule façon de négocier « **d'égal à égal** » avec les OTA et de valoriser le métier de chacun : Producteur et Distributeur
- Négocier des baisses de commission sur les contrats en cours.
- Refuser toute augmentation de commission dans les mois et années à venir.
- Refuser toute nouvelle décision imposée unilatéralement par vos partenaires internet.
- Explorer de nouvelles opportunités d'affaires auprès de nouveaux distributeurs.
- Reprendre le **contrôle** et conserver en même temps une totale **indépendance**.
- Le groupement négociera également à l'avenir d'autres points comme les allotements, le brandjacking, la parité tarifaire, etc.

UHI

UNION DES HÔTELIERS INDÉPENDANTS

SYNH  RCAT

*Syndicat National des Hôteliers
Restaurateurs, Cafetiers et Traiteurs*

Stéphanie Leguay

Juriste au sein de l'INPI,
Institut national de la propriété intellectuelle

Institut national
de la
propriété

**Propriété industrielle:
Protéger et défendre sa marque**

14 novembre 2013

industrielle

LA MARQUE

Signe distinctif (nom ou logo) permettant de distinguer des produits et services de ceux de la concurrence.



La marque

La marque est un « signe » servant à distinguer vos produits ou services de ceux de vos concurrents

■ Déposer une marque à l'INPI :

- > Obtenir un titre de propriété sur le territoire français pour **10 ans**,
- > renouvelable indéfiniment

Peut être constituée d'un nom, slogan, chiffres, lettres, dessin, logo, ...

Principe de spécialité : dépôt selon des classes de produits et/ou services

Classification de Nice

Exemple :

Classe 41 : «Restauration (alimentation) ; hébergement temporaire ; services de bar ; services de traiteur ; services hôteliers ; réservation de logement temporaire»

■ A quelles conditions ?

- **disponible**

- pas de signe antérieur identique ou similaire,
- réservé en tant que marque ou dénomination sociale,
- dans un domaine équivalent

Recherche d'antériorités : <http://bases-marques.inpi.fr/>
<http://www.infogreffe.fr>

- **distinctif**

- ne doit pas décrire votre produit ou service

- **licite**

- ne doit pas être interdit
- ne doit pas être trompeur (pour le consommateur)

Recherche

Ok

> Recherche avancée

> Presse > Observatoire de la PI > Boutique électronique

Marques | Brevets | Dessins et modèles | Sociétés - Registre

L'INPI | Connaître la PI | La PI pour vous | Services et prestations

Tous nos
formulaires

Tous nos tarifs

Annuaire des
Conseils en PI

Vous êtes

Sélectionnez...

L'INPI en région



Sélectionnez...

L'INPI vous répond



Une enveloppe Soleau permet-elle de protéger un nom, un logo ou un slogan en tant que marque ?

> Toutes les FAQ

L'INNOVATION
MADE IN FRANCE,
C'EST ICI



Actualités - Agenda



- > La reconnaissance en Polynésie française des titres de propriété industrielle déposés auprès de l'INPI
- > Communication en Conseil des Ministres sur la propriété industrielle
- > L'INPI au cœur de la politique d'innovation du gouvernement
- > Toutes les actualités
- > Consulter l'agenda

La propriété industrielle

- > Qu'est-ce que la PI ?
- > Pourquoi protéger ses créations ?
- > Comment protéger ses créations ?
- > Se former à la PI
- > Enseigner la PI
- > Lutter contre la contrefaçon
- > Les chiffres de la PI
- > Les acteurs de la PI

Services et prestations

Bases de données

- > Marques
- > Brevets :
 - FR Esp@cenet
 - Statut des brevets
 - Brevets 19e siècle
- > Dessins et modèles
- > Jurisprudence

Bulletins officiels de la PI

Vos démarches en ligne

- > Marques : dépôt électronique
- > Brevets : dépôt en ligne (abonnés)

Aides et partenariats

- > Pré-diagnostic propriété industrielle

Enveloppe Soleau



MERCI DE VOTRE ATTENTION !

Pour en savoir plus : www.inpi.fr

Stéphanie LEGUAY

sleguay@inpi.fr

**15 rue des Minimes
92400 COURBEVOIE**

SYNH  RCAT

*Syndicat National des Hôteliers
Restaurateurs, Cafetiers et Traiteurs*

Rémi Ohayon

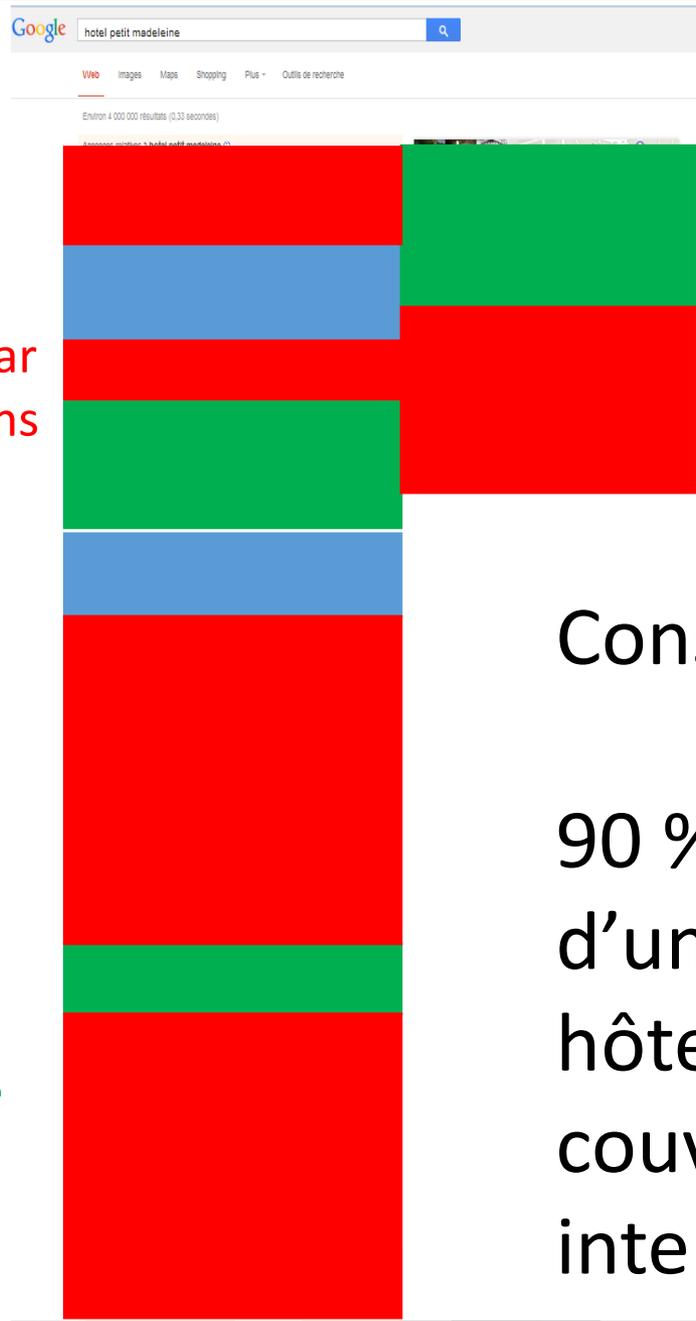
Auteur du livre *Addi(c)tion*



Pour favoriser vos réservations en directes.

une solution pour renouer le dialogue avec vos clients.

« Les plateformes de visibilitéés »



En rouge,
la marque représentée par
les portails de réservations
en ligne

En bleu,
la marque représentée
par
les sites d'avis de
consommateurs

En vert,
Les 3 outils officiels : le
site, la page Facebook, le
googlemap

Constat :

90 % de l'identité
d'une marque d'un
hôtel-restaurant est
couvert par un
intermédiaire

1 - Attentes consommateurs



2 - Nouveaux Outils pour s'informer



3 - Evolution des algorithmes des moteurs de recherche

4 - l'impact des Réseaux sociaux



Regagner du pouvoir grâce aux contenus exclusifs de l'univers de votre marque



Jean-François
Mesplède :
A dirigé pendant
plusieurs années Le
Guide Michelin



Michel Bouquier :
A dirigé pendant
plusieurs années
Relais & Châteaux et
Maison de la France à
New-York



i love e[♥]motion

saveur-travel.com



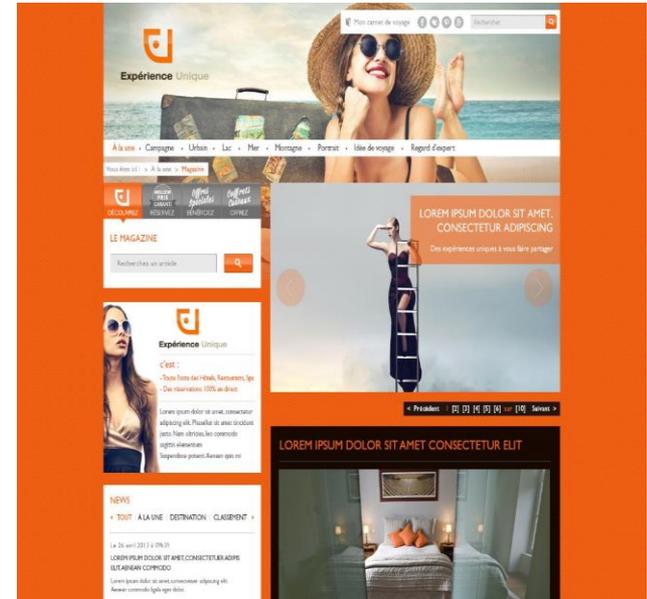
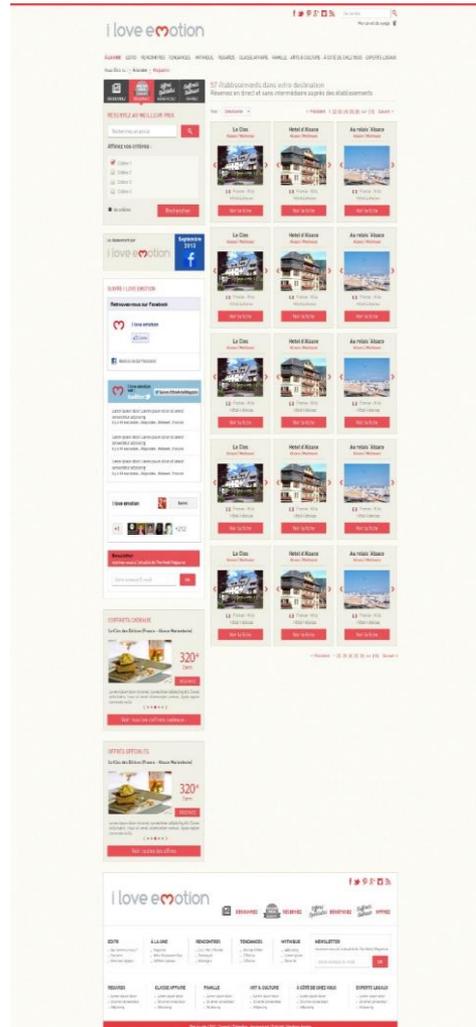
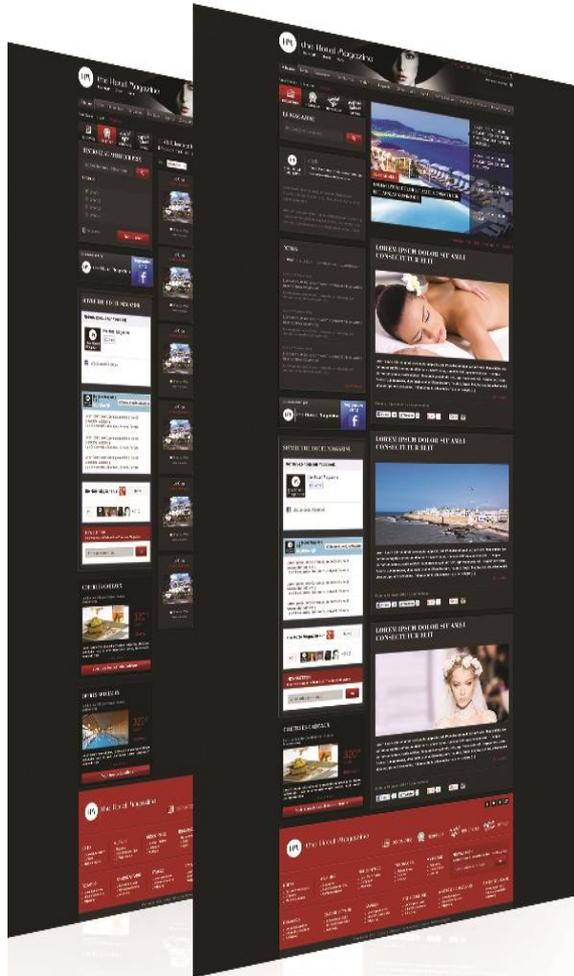
Expérience Unique



the Hotel Magazine



Combinaison annuelle | magazine | réseaux sociaux | Tablette





Expérience Unique

mon client est
UNIQUE

experience-unique.com

i love e[♥]motion





Votre
gourmandise
est un
joli
défaut

saveur-**travel**.com



the Hotel Magazine



MY HÔTEL IS
CONTENT*

the-hotel-magazine.com

* Du contenu exclusif sur votre marque



Du dialogue en direct à la réservation sans intermédiaire

Réservez au meilleur prix

RÉSERVEZ une chambre Sans Intermédiaire	OFFREZ un cadeau 0% de commissions
RÉSERVEZ une table En direct	VISITEZ le site officiel

Coup de coeur de la rédaction

♥♥♥♥♥ Titre de l'article
Deiectas commune
adimenda commune
docens prodesse...

Sélectionnez cet établissement

✉ Envoyer
🖨 Imprimer

Partager : [f](#) [t](#) [+](#)

AJOUTEZ
au carnet de voyage



MEDIA
& COMPAGNIE

the Hotel Magazine
Découvrir Choisir Paris

À la une | Édito | Rencontres | Tendances | Mytique | Regards | Classe Affaire | Famille | Arts & Culture | À côté de chez vous | Experts locaux

Vous êtes ici : Accueil

RECOUVREZ OFFREZ
 Réservez Offrez
 Offres Spéciales Offres
 Offres de dernière minute Offrez

OFFREZ
Affiner vos critères :

Thème :

Classe 1 Classe 2 Classe 3 Classe 4

Prix :

À partir de €

Rechercher

the Hotel Magazine :
C'est :
- l'avis d'expert
- l'avis d'expert
- l'avis d'expert
- l'avis d'expert
- l'avis d'expert

NEWS
- TOUJOURS À LA UNE DESTINATION CLASSÉE -
L'avis d'expert
L'avis d'expert
L'avis d'expert
L'avis d'expert

27 coffrets cadeaux dans votre destination
Offrez en direct et sans intermédiaire auprès des établissements

- Tout : 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
- WEEK-END ROMANTIQUE - 2 nuits** 320 €
L'Ancestral Auberge - France - An - Vornais
L'avis d'expert
L'avis d'expert
 - WEEK-END ROMANTIQUE - 2 nuits** 260 €
L'Ancestral Auberge - France - An - Vornais
L'avis d'expert
L'avis d'expert
 - WEEK-END ROMANTIQUE - 2 nuits** 260 €
L'Ancestral Auberge - France - An - Vornais
L'avis d'expert
L'avis d'expert
 - WEEK-END ROMANTIQUE - 2 nuits** 260 €
L'Ancestral Auberge - France - An - Vornais
L'avis d'expert
L'avis d'expert

the Hotel Magazine
Découvrir Choisir Paris

À la une | Édito | Rencontres | Tendances | Mytique | Regards | Classe Affaire | Famille | Arts & Culture | À côté de chez vous | Experts locaux

Retour aux résultats

MIEUX PRIX GARANTIS TOURING HÔTEL LE CLOS DES SOURCES
France Alsace Tannenkirch



DISTINCTIONS | HÔTEL | RESTAURANT | SÉMINAIRE | AVIS DE CONSOMMATEURS

H Membre depuis 1991
RELAIS & CHATEAUX Membre depuis 2002
GRANDS ÉTABLISSEMENTS Membre depuis 1985

Contact
 Adresse : 5 Bd Clemenceau 67000 Strasbourg Cite d'Or Bourgogne FRANCE
 Tél. +33 (0)3 89 73 10 01 Fax 04 74 24 73 70 Email reservation@leclostoursources.com Site internet www.leclostoursources.com

Situation

COFFRETS CADEAUX OFFRES SPÉCIALES

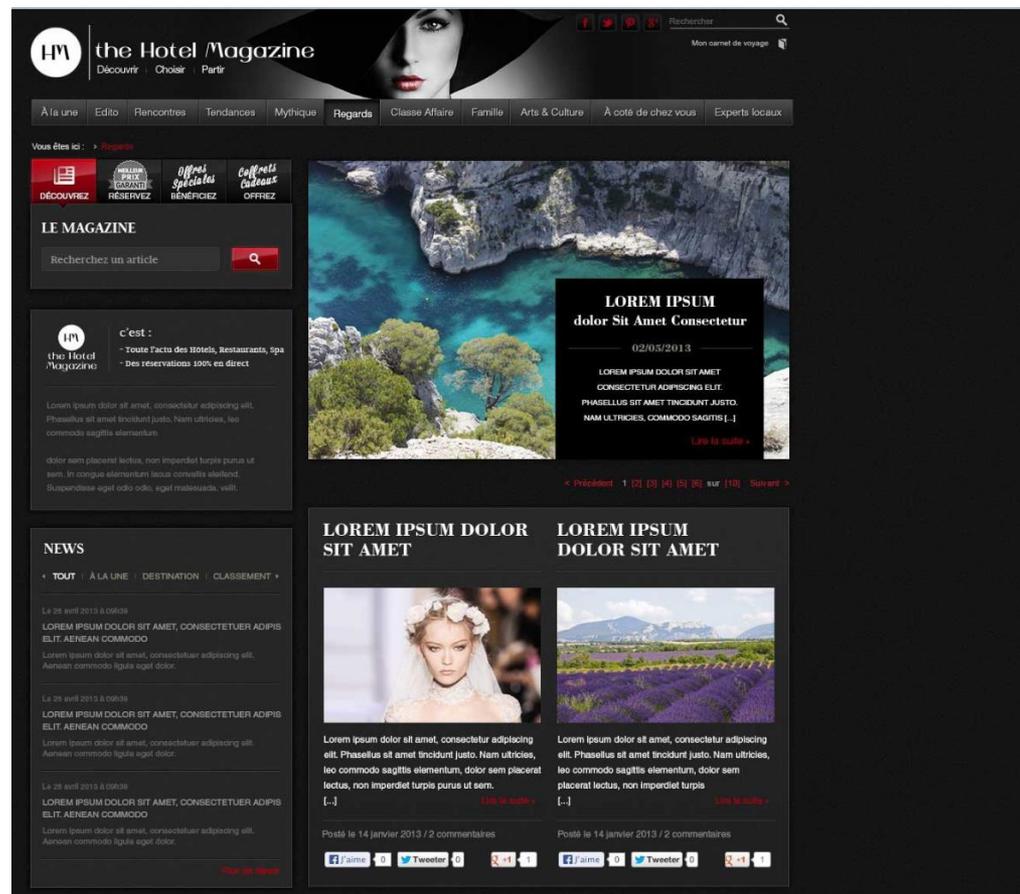
- WEEK-END ROMANTIQUE - 2 nuits** 320 €
L'Ancestral Auberge - France - An - Vornais
L'avis d'expert
L'avis d'expert
- WEEK-END ROMANTIQUE - 2 nuits** 320 €
L'Ancestral Auberge - France - An - Vornais
L'avis d'expert
L'avis d'expert
- WEEK-END ROMANTIQUE - 2 nuits** 320 €
L'Ancestral Auberge - France - An - Vornais
L'avis d'expert
L'avis d'expert



Les Hôteliers
restaurateurs
prennent la parole.

Les journalistes
réalisent les articles.

Les contenus
s'indexent & sont
visibles.



4 plateformes de visibilité

Culture de la Marque | Partenariat | Fans | Audience | Influence

Fidélisation | Contenu | Relation Client | Cible | Avis d'expert

C'est la solution pour

Monétiser par le canal officiel des hôtels & restaurants

Merci !

Votre
gourmandise
est un
joli
défaut
saveur-travel.com



j'
mon client !
i-love-emotion.com

MY HÔTEL IS
CONTENT*
The-Hotel-Magazine.com

* Du contenu exclusif sur votre marque

mon client est
UNIQUE
experience-unique.com