

# FAIR TRADE

Le tourisme est devenu un phénomène de masse avec toutes les conséquences que l'on connaît sur la préservation de l'environnement, des cultures, des patrimoines et des équilibres sociaux. Les 1200 milliards d'euros de recettes que génère le tourisme au niveau mondial ont, proportionnellement, de très faibles retombées économiques locales. Alors que l'année 2017 a été élue « Année du tourisme durable », les équilibres dans la distribution de la valeur dans la chaîne commerciale du tourisme n'ont jamais été autant menacés.

Comment rendre les voyageurs plus attentifs aux conséquences de leur consommation touristique comme ils le sont de leur consommation courante à l'heure où le bio et le commerce équitable battent tous les records de développement ? De nombreuses associations, ONG et opérateurs, véritables acteurs du changement, s'engagent et développent des initiatives pour un tourisme responsable et vertueux, qui respecte l'environnement, les populations et les producteurs.

Reprenons la loi du 21 juillet 2014 pour un tourisme durable équitable et solidaire : que prône-t-elle ? Une rémunération juste pour le producteur, la maximisation des retombées économiques locales, le *fair trade* avec des relations commerciales équilibrées et concertées entre voyageurs, producteurs locaux et populations.

Parallèlement, en 2016, 60% des consommateurs se considèrent comme engagés dans leurs modes de vie et de consommation. Leur nouvelle quête de sens, d'expériences individuelles immersives lors de leur consommation

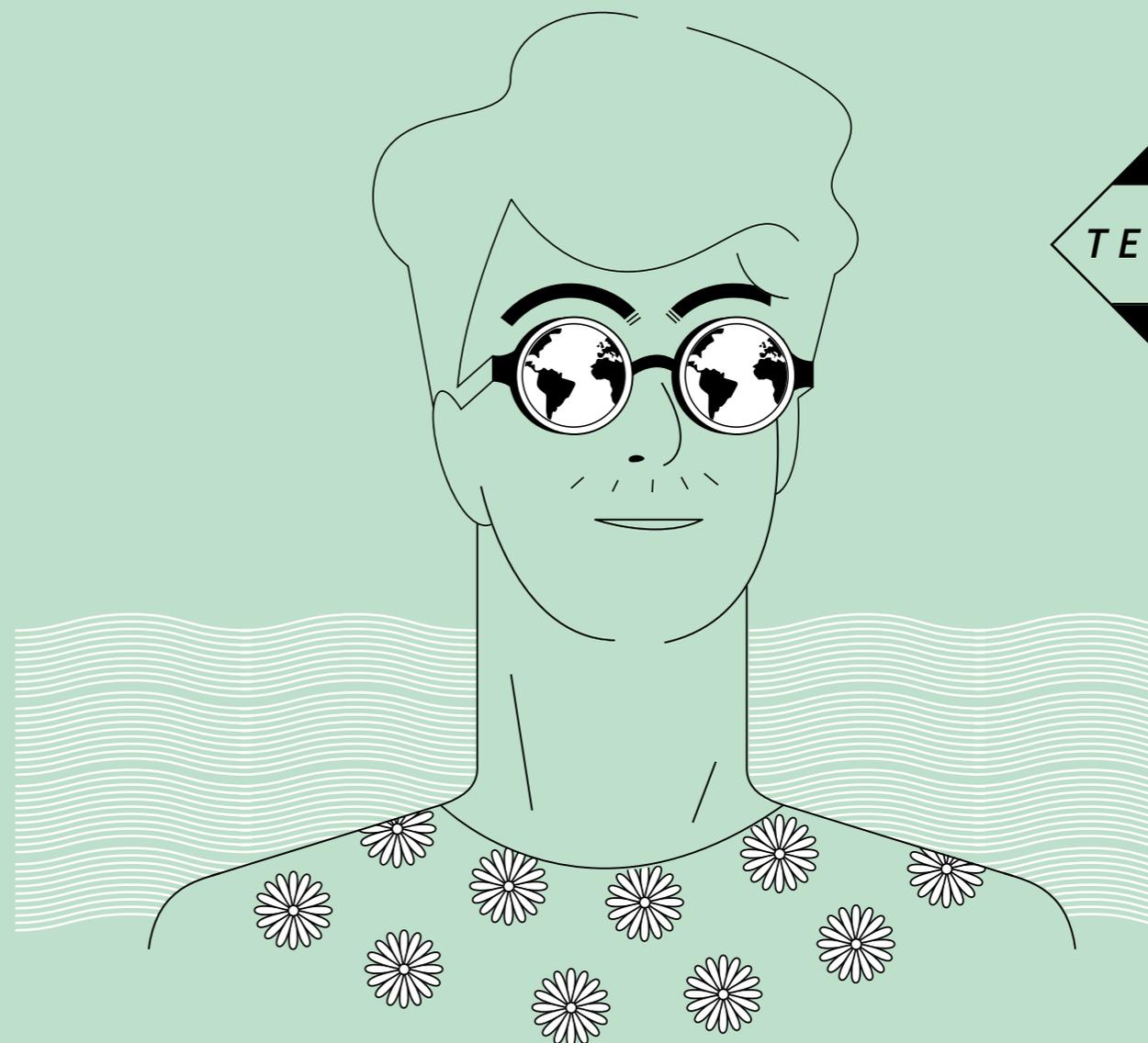
touristique et de commerce équitable est très rarement traduite dans les offres proposées par les géants du tourisme en ligne...

Pour ce qui concerne la réservation en ligne d'hébergements touristiques professionnels et non professionnels, elle est désormais dominée mondialement par des intermédiaires : Google (via le monopole de son moteur de recherche et des *adwords*), Booking, Expedia, Tripadvisor (via les avis) et enfin Airbnb sur une économie de partage qui s'affranchit des normes fiscales et juridiques.

Pour les professionnels de l'hébergement, cette concentration de monopoles s'est traduite par une dépendance accrue à des intermédiaires devenus incontournables, avec des marges bénéficiaires qui s'effondrent sous le poids croissant des commissions. Sans compter que les intermédiaires optimisent fiscalement leurs énormes bénéfices loin des zones de consommation touristique.

Optimisation fiscale, « *brandjacking* » (détournement des marques commerciales via les liens sponsorisés sur Google), « *guest jacking* » (suppression des adresses emails des clients), avis anonymes ne respectant pas les normes françaises, faux prix barrés, interdiction de pratiquer des prix moins chers en direct avant la loi Macron de 2015, concurrence déloyale des locations de particuliers... Les rapports n'ont jamais été aussi déséquilibrés entre les professionnels de l'hébergement et les intermédiaires qui les commercialisent.

C'est dans ce contexte que les hôteliers prennent conscience qu'il faut créer une alternative



ÉDITO

plus durable et vertueuse aux pratiques des intermédiaires sur la réservation en ligne.

Mais comment se faire connaître auprès des voyageurs quand on est une plateforme éthique de réservation en direct face aux milliards que donnent annuellement les mastodontes de la réservation en ligne à Google en marketing et achat de mots-clés ?

La réponse est simple : le bouche à oreille entre les professionnels de l'hébergement mais aussi une prise de conscience des voyageurs de plus en plus engagés dans des modes de consommation alternatifs et durables.

Le *fair trade* est un véritable levier d'acquisition de clientèle directe et de fidélisation pour les acteurs du tourisme.

Le projet de Fairbooking, par exemple, est de faire évoluer son modèle vers une société coopérative d'intérêt collectif et d'ouvrir sa plateforme à l'ensemble des acteurs professionnels du tourisme, des clients et des partenaires technologiques ainsi qu'institutionnels.

« FAIR ENSEMBLE une plateforme de réservation en direct qui bénéficie aux clients et aux hébergeurs » : tel est notre crédo.