

Lettre ouverte à Facebook et Google : Engagez-vous pour permettre à nos entreprises du voyage de traverser la tempête

Cher Facebook,
Cher Google,

Malgré la pandémie qui touche de plein fouet l'ensemble des industries au niveau mondial, on me dit que vous allez plutôt bien. Vous devriez sortir de cette crise inédite sans trop d'égratignures, peut-on lire.

Nous avons partagé des succès communs, collaboré souvent efficacement, pour contribuer ensemble à la croissance du tourisme en ligne. Aujourd'hui, il nous semble équitable de partager avec vous les difficultés et que vous preniez votre part à la survie de nos entreprises.

Depuis de nombreuses années, les entreprises du voyage et du transport ont contribué à votre croissance. En effet plus de 80% de votre chiffre d'affaires dépend de la publicité, et le secteur du tourisme en représente 10 à 15%. Depuis de nombreuses années, nous avons toléré et intégré toutes les évolutions de vos produits et de vos conditions. Nous avons respecté les délais de paiement de vos factures qui augmentent chaque mois pour différentes raisons. Tout ce temps-là, nous n'avons pas dit un mot et nous nous sommes adaptés aux exigences.

- Quand vous avez réduit la place du référencement naturel (SEO), nos factures ont augmenté.
- Quand vous avez supprimé la part de l'audience obtenue sans passer par un format publicitaire payant (Reach organique), nous avons supporté la perte.
- Quand vous avez lancé vos propres services en ligne de promotions et de réservations de voyages Google Flights, ou Google Hotel, nous avons compris qu'il faudrait nous battre dans le futur. Nous étions partenaires, vous vous imposez concurrents de surcroît.

Durant toutes ces années, le tourisme a largement contribué à votre développement et à votre place actuelle sur le marché de la publicité. Nous avons en partie financé votre croissance.

À l'heure où le tourisme vit une crise inédite, notre activité est à l'arrêt. Ces deux derniers mois, nous avons dû rembourser un grand nombre de nos clients dont les voyages ont été annulés suite à des fermetures de frontières et des restrictions de voyage. Par conséquent, nos trésoreries sont au plus bas et l'incertitude qui règne sur le secteur pour les prochains mois à venir ne laisse rien présager d'évident. Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme, la reprise pourrait attendre le mois de décembre 2020, portant à 80% la chute du tourisme international.

Il y a quelques mois, nous avons créé nos campagnes ensemble, dont nous avons assumé les coûts. Vous nous avez promis un ROI (Retour sur Investissement) sur ces publicités, qui n'auront jamais été converties en revenus pour nos entreprises. Pire, les annulations de voyages, indispensables pour préserver la santé de nos clients et respecter les consignes des autorités, nous coûtent en termes de gestion avec en prime une perte d'image vis-à-vis de nos clients.

Tous les acteurs du secteur du tourisme ont essayé de discuter avec vous pour obtenir des délais de paiements et des réductions de factures afin de pouvoir traverser la crise. En vain.

Aujourd'hui, nous vous interpellons pour que vous preniez votre part à cette crise et que vous deveniez un partenaire exemplaire, partageant nos valeurs et nos douleurs.

Nous faisons appel à votre solidarité en vous demandant d'annuler ou de proposer des avoirs sur les coûts correspondant aux campagnes facturées qui n'ont engendré aucune vente (à savoir entre le 1/1/2020 et le 17/3/2020) et de nous accorder des remises sur les futures campagnes en 2020 et en 2021.

Le tourisme a besoin d'un second souffle, d'être soutenu massivement pour espérer éviter les faillites et le recours aux licenciements. Ce n'est qu'avec une relance audacieuse que nous arriverons à traverser la tempête du Covid-19.

Le temps n'est-il pas venu de redevenir des partenaires et de redéfinir ensemble les règles du jeu de la prochaine décennie ? C'est en partageant les crises et les risques que nous pourrons construire une relation durable et un avenir pour le secteur du voyage et ses entreprises.

C'est la raison pour laquelle nous vous adressons ce courrier, à l'initiative des membres du Think Tank Club Tourisme et Technologies (CTT) et au nom de nombreux acteurs du tourisme, tous clients de vos grands groupes. **Nous invitons tous les professionnels du secteur du tourisme et des transports qui soutiennent notre action, à nous rejoindre en nous écrivant, à l'adresse thinktankctt@gmail.com.**

Les signataires de la lettre ouverte :

1. Charles-Edouard Girard - HomeExchange
2. Eric La Bonnardière - Evaneos
3. Frederic Pilloud - Misterfly
4. Olivier Roche - CTT
5. Guillaume de Marcillac - Travelfactory
6. Fabrice Dariot - Bourse des Vols
7. Linda Lainé - CTT et L'Echo touristique
8. Fabrice Lépine - Wonderbox
9. Magali Boisseau - Leonaa
10. Laurent Queige - Welcome City Lab
11. Alexandre Vercoutre - Marco Vasco
12. Antoine Corson - GroupCorner
13. Frédéric Vanhoutte - Eventiz Media Group
14. Loic Dupont - Homerez
15. Bryce Arnaud-Battandier - Maeva.com
16. Jean-Michel Petit - VizEat
17. Warren Rochweg - EasyVoyage
18. Michel Salaün - Groupe Salaün
19. Michel-Yves Labbé - Départ Demain
20. Arthur Courtinat - Les Maisons du voyage