

Transformez votre sourcing
hôtelier en **leviers d'économies**
pour votre entreprise

Accédez à notre guide dédié et adoptez les
bonnes pratiques pour optimiser vos coûts
et améliorer l'expérience voyageur

Contexte et enjeux du sourcing hôtelier en entreprise

Les grandes entreprises, notamment les groupes internationaux, supportent des dépenses hôtelières conséquentes lors des déplacements professionnels de leurs collaborateurs. Si l'on estime que l'hébergement peut représenter jusqu'à 35 % du total des dépenses voyages aériennes, moins de la moitié de ces coûts sont véritablement tracés et optimisés, en raison de la multiplicité des canaux de réservation, de l'opacité tarifaire et des pratiques de yield management.

La fragmentation du marché hôtelier avec des distributeurs GDS, OTA, centrales d'achats rend complexe le suivi des tarifs, la comparaison des offres et la mise à jour des négociations. Cette dispersion des données conduit souvent à des coûts cachés (frais annexes, commissions non maîtrisées, réservations hors politique) et complique la mission de duty of care, c'est-à-dire la capacité à localiser et assister rapidement les voyageurs en cas d'urgence.

Au sein des services achats et travel management, le sourcing hôtelier (sélection, appel d'offres et négociation des taux négociés) se positionne comme l'un des principaux défis : près de 40 % des travel managers le citent comme leur difficulté majeure. Historiquement limité à un RFP annuel, ce process statique peine à répondre à des besoins évolutifs : les tarifs et disponibilités peuvent fluctuer en quelques jours.

Or, plus de 60 % des entreprises actualisent encore leur programme hôtelier uniquement une fois par an, au détriment de la flexibilité et de la satisfaction des voyageurs.

Pourquoi externaliser son sourcing hôtelier ?



Allègement de la charge opérationnelle

Le sourcing hôtelier représente l'une des tâches les plus chronophages des travel managers, qui consacrent plusieurs mois chaque année à la consultation d'hôtels, à la gestion des négociations et à l'analyse des données. Confier ce processus à un prestataire spécialisé permet de libérer du temps pour des missions à plus forte valeur ajoutée (stratégie de mobilité, expérience collaborateur, veille RSE, etc.). De plus, un partenaire externe apporte un soutien quotidien, en garantissant un sourcing continu tout au long de l'année.



Pouvoir de négociation renforcée

Le fournisseur dédié agrège la demande de plusieurs clients pour négocier des tarifs plus compétitifs. En moyenne, les entreprises constatent une économie annuelle de l'ordre de 6 à 8 % sur leurs dépenses hôtelières, contre 3 à 5 % lorsqu'elles négocient en interne ou via une TMC traditionnelle. Ce différentiel s'explique par l'accès à des remises sur volume et par des audits continus des tarifs négociés pour bénéficier automatiquement des meilleures offres.



Expertise marché et optimisation continue

Un prestataire externe consacre des équipes dédiées à la veille tarifaire, à l'analyse prédictive des tendances et à l'intégration de nouveaux partenaires hôteliers. Grâce à des technologies avancées (plateformes multi-sources), il ajuste le portefeuille d'hôtels selon l'évolution des besoins et des prix. Cette approche proactive se traduit par des économies additionnelles, jusqu'à 2 % de gains supplémentaires par rapport à un sourcing figé mené en interne.



Flexibilité et expérience voyageur améliorée

Faire appel à un prestataire externe, c'est offrir à l'entreprise un accès immédiat à un inventaire hôtelier élargi et constamment enrichi. Grâce à son réseau et à son expertise, le prestataire met à disposition des options d'hébergement variées, adaptées à tous les besoins et à tous les budgets. L'un des avantages majeurs est également de bénéficier d'un contenu hôtelier éco-labellisé, permettant aux entreprises d'intégrer plus facilement des critères RSE dans leur politique hébergement. Cette approche assure non seulement plus de choix et de flexibilité pour les voyageurs, mais aussi une démarche plus responsable et durable pour l'entreprise.

Réussir son externalisation : nos conseils pratiques

1. Diagnostic initial

- Réalisation d'un audit interne de la dépense (par ville, canal de réservation, segment de voyageurs).
- Mise en avant des indicateurs clés de performance (économies visées, taux de compliance, satisfaction voyageur,...).
- Définition du périmètre

2. Choix du prestataire

Sélection du partenaire en fonction de critères clairement établis :

- Sa couverture géographique étendue et de la profondeur de son inventaire hôtelier (chaînes hôtelières, hôtels indépendants, Appart'Hôtels).
- Sa capacité d'intégration de vos accords existants dans sa plateforme technologique (historique).
- Son interopérabilité avec vos outils.
- Son offre de paiement.
- Son accompagnement et son expertise.
- Sa capacité à délivrer un reporting détaillé.

3. Accompagnement du changement

- Communication en interne sur les bénéfices attendus pour l'entreprise (meilleure offre tarifaire, processus de réservation centralisé, paiement simplifié, sécurité voyageurs).
- Mise en place d'un plan de communication et de formations dédiées afin de maximiser l'adoption de la nouvelle solution par les collaborateurs.

4. Gouvernance et pilotage continu

Mise en place de revues trimestrielles avec le prestataire afin de suivre les indicateurs clés de performance

- Taux d'adoption.
- Économies réalisées par rapport au budget prévisionnel.
- Taux de satisfaction utilisateurs.
- Performance des accords négociés.

8%

d'économies
annuelles

+70%

de temps
gagné

84%

d'adoption par
les voyageurs

Les avantages clés

- ✓ ÉCONOMIES FINANCIÈRES
- ✓ GAIN DE TEMPS OPÉRATIONNEL
- ✓ OPTIMISATION CONTINUE
- ✓ AMÉLIORATION DU TAUX D'ADOPTION
- ✓ RESPECT DE LA POLITIQUE VOYAGES
- ✓ VISIBILITÉ ET PILOTAGE OPTIMAL DES DÉPENSES
- ✓ VALORISATION DE LA DÉMARCHE RSE



Suivez **les dernières tendances** avec le baromètre de l'hôtellerie d'affaires

cdsgroupe.com

Conclusion

Externaliser le sourcing hôtelier auprès d'un prestataire spécialisé constitue aujourd'hui un levier stratégique pour les entreprises confrontées à des dépenses de voyages importantes et dispersées. Cette démarche permet notamment :

- d'optimiser les coûts, grâce à un pouvoir de négociation renforcé et un sourcing continu
- de renforcer l'efficacité opérationnelle, en déchargeant les équipes internes d'une tâche chronophage
- d'améliorer la satisfaction des voyageurs, via un inventaire étendu et des interfaces intuitives
- d'assurer la conformité et la sécurité, grâce à un filtrage automatique des réservations et un duty of care centralisé
- d'intégrer les priorités RSE, en offrant des critères environnementaux directement dans l'outil de réservation

“



Olivier Mouchet
Global Procurement Officer
S4BT - Solutions for Business Travel

L'externalisation, quand elle s'appuie sur un diagnostic précis, un prestataire adapté et une gouvernance partagée, transforme un centre de coûts en levier puissant de création de valeur. Avec 6 à 8% d'économies réalisables, une maîtrise totale des dépenses, une flexibilité renforcée pour les équipes et un pilotage permanent, cette solution s'impose en 2025 comme l'indispensable pour optimiser les achats voyages.



**Je souhaite
être rappelé**

cdsgroupe.com