

COMMUNIQUE DE PRESSE

Lundi 8 avril 2024

La CAT alerte sur les dangers pour l'industrie touristique des conditions de mise en œuvre par Google du *Digital Markets Act (DMA)* et sollicitent l'intervention du Gouvernement à l'occasion du prochain Comité interministériel du tourisme

A l'approche des élections européennes et du prochain CIT présidé par le Premier Ministre le 25 avril prochain, les **20 organisations membres de la CAT**, représentant **70 000 entreprises** et **près d'1 million de salariés** alertent les pouvoirs publics nationaux et européens ainsi que les principaux candidats désignés aux élections européennes sur les **conséquences désastreuses de l'interprétation faite par Google du *Digital Markets Act (DMA)*** pour l'ensemble des acteurs de l'économie touristique réelle en France.

La CAT rappelle qu'elle a toujours été en soutien des initiatives de régulation des marchés numériques portées par l'Union européenne - dont en particulier le DMA - qui visent à lutter contre les pratiques anti-concurrentielles des contrôleurs d'accès à Internet et à atténuer de manière générale leur domination sur le marché numérique européen.

Alors que la stratégie de désintermédiation est au cœur de l'action gouvernementale en matière de tourisme, encourageant les acteurs à s'émanciper des plateformes, l'interprétation faite par Google du DMA conduit au contraire à **favoriser ces intermédiaires au détriment des acteurs de l'économie réelle** : hôtels, campings, autres hébergements, transport aérien et ferroviaire, etc.

En effet, Google, afin de répondre aux injonctions légitimes de limiter sa propre position dominante, a instauré dans ses pages de résultats de recherche un bloc intermédiaire mettant en avant ces mêmes plateformes qui apparaît entre la publicité en ligne (SEA) et le référencement naturel (SEO). Cette solution qui résulte d'une interprétation douteuse de l'article 6-5 du DMA permet à ces acteurs déjà avantagés par la force de leur référencement payant et organique de disposer d'un bloc vertical gratuit et très bien positionné dans les résultats de recherche.

Cette nouvelle répartition se fait au détriment de la visibilité des acteurs de l'économie réelle qui peinent déjà à exister en première page Google face aux investissements massifs des plateformes. **Google a lui-même admis que ces changements entraîneraient une baisse de trafic pour les sites de nos entreprises !**

Cette mise en œuvre du DMA par Google s'apprête à avoir un **impact économique majeur** pour les acteurs de l'économie touristique réelle, ceux qui **investissent au quotidien pour créer de l'emploi et rénover leur bâti et infrastructures, afin de les rendre plus durables et attractifs.**

COMMUNIQUE DE PRESSE

Pour compenser la perte de visibilité induite par ce nouvel affichage, les entreprises doivent augmenter très sensiblement leurs investissements de référencement ou les taux de commissions aux plateformes. Les conséquences néfastes pour les entreprises et les consommateurs sont nombreuses :

- Une **importante dégradation des marges** qui va réduire la compétitivité de nos entreprises, **freiner l'investissement** et à terme conduire à une dégradation de notre offre touristique ;
- Une **réduction du choix du meilleur prix pour le consommateur**, totalement défavorable à ses intérêts, conjuguée au **risque d'une augmentation des tarifs**, au détriment du taux de départ en vacances, du fait de la nécessité de répercuter les coûts des commissions ;
- Le **renforcement d'acteurs internationaux déjà prédominants**, à rebours des intentions originelles du DMA, et dont le capital appartient principalement à des fonds d'investissements étrangers qui sont **majoritairement fiscalisés hors des frontières de l'Union européenne** ;
- La disparition de nos professionnels indépendants des premières places sur Google et une mise en danger des plateformes de réservation portées par nos champions nationaux ou européens ;
- Un **désavantage concurrentiel pour l'industrie touristique européenne**, l'impact de ce DMA étant de surcroît circonscrit aux acteurs français et européens dont la clientèle est majoritairement européenne (moins de conséquences pour les acteurs étrangers).

C'est pourquoi, à l'occasion du prochain Comité interministériel du tourisme, la CAT sollicite **l'intervention et le soutien du Gouvernement français**, que nous savons soucieux de préserver notre souveraineté économique en France et en Europe, afin de favoriser une **interprétation plus conforme aux ambitions affichées de ce nouveau Règlement et débarrassée de ces effets pervers préjudiciables à notre compétitivité et à notre attractivité.**

COMMUNIQUE DE PRESSE

LES 20 ORGANISATIONS MEMBRES DE LA CAT

1. *Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie - UMIH*
2. *Groupement des Hôtelleries & Restaurations - GHR*
3. *Groupement National des Chaines Hôtelières - GNC*
4. *Club des dirigeants des hôtels 4*, 5* & Palaces*
5. *Fédération Nationale de l'Hôtellerie de Plein Air - FNHPA*
6. *Fédération Nationale des Résidences de Tourisme, Apparthôtels et Villages de Vacances - FNRT*
7. *Les Entreprises du Voyage - EDV*
8. *Syndicat des Entreprises du Tour-Operating - SETO*
9. *Fédération nationale de l'aviation et de ses métiers - FNAM*
10. *Fédération Nationale des Transports de Voyageurs - FNTV*
11. *Entreprises Fluviales de France - E2F*
12. *Mobilians, les entreprises de la mobilité*
13. *Union Française des Métiers de l'Evènement - UNIMEV*
14. *Domaines Skiables de France - DSF*
15. *Union Sport & Cycle - USC*
16. *Fédération Nationale des Entreprises des Activités Physiques de Loisirs – Active-FNEAPL*
17. *Groupement des Entrepreneurs de Golf Français – GEGF*
18. *Paris&Co – Welcome City Lab*
19. *Union nationale des associations de tourisme et de plein air - UNAT*
20. *Fédération Française des Ports de Plaisance - FFPP*

Plus d'informations sur : www.actorsdutourisme.fr