

Chapitre 2

Les acteurs de la distribution des produits touristiques

A- La vente directe par les producteurs

Compagnies aériennes, hôtels, camping, TO, associations, autocaristes, loueurs de voiture, parcs à thème, stations de ski, centres équestres, restaurants, etc....

....ces entreprises se chargent elles-mêmes de la distribution d'une grande partie de leurs produits (billets, chambres d'hôtel, billets d'entrée, etc.)

...la vente directe se fait par **internet**, par téléphone (marketing direct) ou dans des points de ventes appartenant aux producteurs

B) La distribution par des agences de voyages traditionnelles

B) La distribution par des agences de voyages traditionnelles

1. Les principales catégories d'agences de voyages

- Les agences indépendantes : Richou Voyages, Rapid's Anjou
- Les agences en réseaux intégrés : CWT, AmEX Voyages, Nouvelles F. , Havas Voyages
- Les agences en réseaux franchisés : Sélecteur, Afat, etc.
- Les agences en réseaux volontaires : AS Voyages
- Les agences des grandes surfaces : Leclerc V, Carrefour V
- **Les franchiseurs** : TUI; Thomas Cook

2. La rémunération des agences de voyages traditionnelles

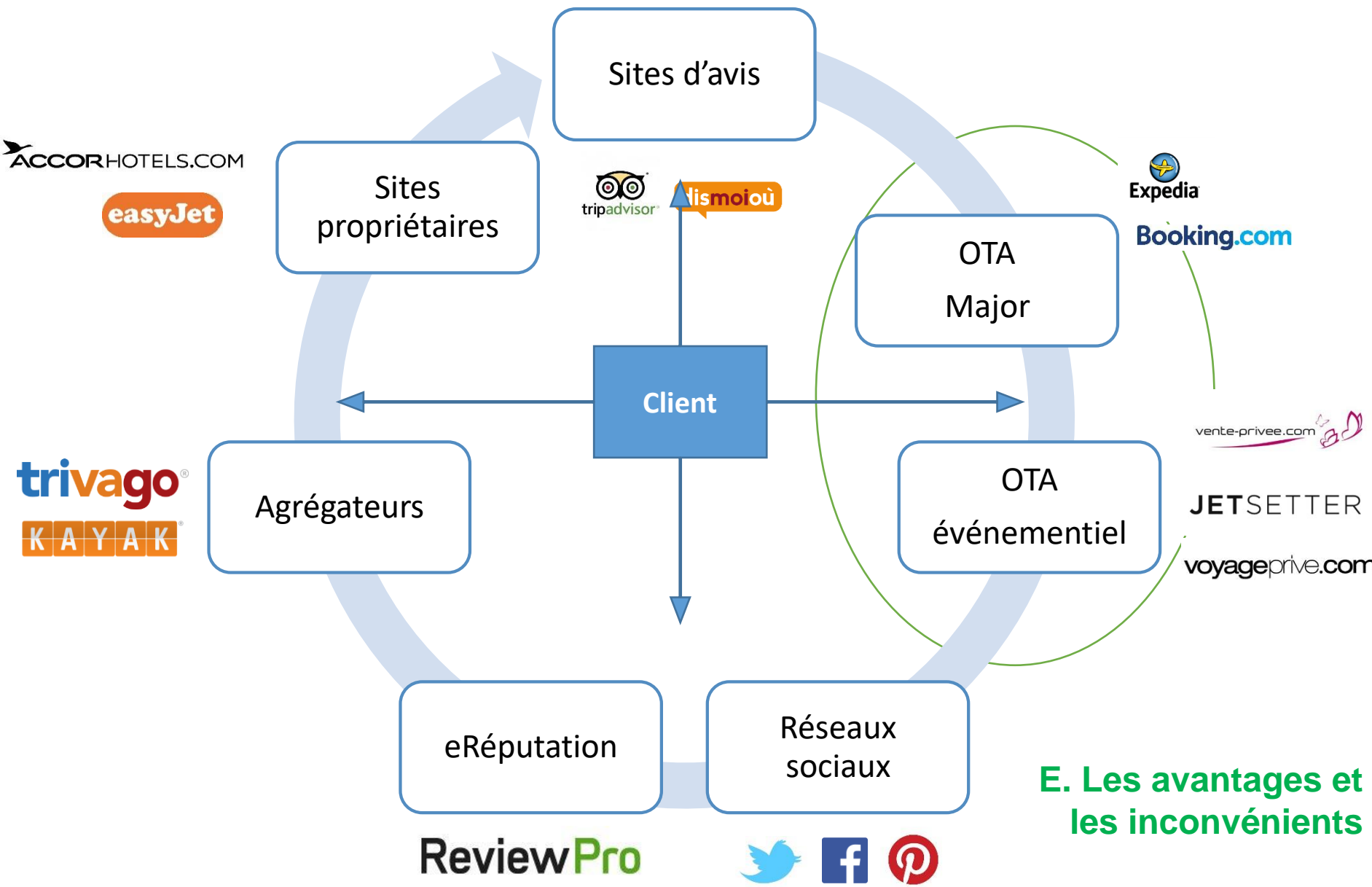
2. La rémunération des agences de voyages traditionnelles

- **Commission et marge : $X = 12\%$**
- **Sur-commission : selon contrat**
- **Frais de dossier : très variables**
- **Honoraire : selon contrat.**

C. Les autres acteurs de la distribution traditionnelle

- Les agences parapubliques : OT, les CDT, les CRT, etc.
- Les agences réceptives : Loire Secrets, etc.
- Les agences associatives : Tourisme et Loisir 49, Arvel Voyages, etc.
- Les agences thématiques : ATALANTE, Alibert, CelticTours, etc.
- Les agences liées aux entreprises/ CE : Esp. Voyage SG, COS-EDF, etc.

D. Galaxie de la distribution en ligne



E. Les avantages et les inconvénients

E. Avantages et inconvénients de l'intermédiation des OTA

Avantages	Limites
Canaux privilégiés des consommateurs	Coûts très élevés (15 à 30 % de commission)
Pénétration du marché plus importante	Conditions imposées par les OTA
Facilité d'utilisation : 24/24 et /7/7	Perte d'indépendance
Meilleure visibilité	Difficile maîtrise de sa politique tarifaire, etc.
Disponibilité en temps réel	
Accès aux marchés internationaux	
Partage des risques	

F- Les systèmes de distribution globalisés (GDS)

F— Les systèmes de distribution globalisés (GDS)

Définition

- Un GDS est un système de réservations dans lequel participent des compagnies aériennes, hôtels, loueurs de voitures, tour opérateurs, opérateurs de croisières et de nombreux autres prestataires de services touristiques... Ces opérateurs mettent à disposition du GDS leurs inventaires pour permettre aux agents de voyages clients du GDS de réserver et d'émettre leurs produits en temps réel ou différé.
- L'enjeu de chaque GDS est donc d'offrir à ses clients la plus grande offre d'opérateurs participants avec la technologie la plus fiable en terme de qualité d'affichage et de sécurité de réservation.

Les GDS dans le monde



amadeus

: leader européen

Date de création	1987
Actionnaires	Public depuis 2010 – Air Francem Lufthansa, Iberia detiennent une partie du capital
Marchés clés	Europe (France, Scandinavie, Allemagne, Espagne), États-Unis (15%), Thaïlande, Amérique du Sud
Chiffres clés	89.000 agences de voyages et 29.000 points de ventes de compagnies aériennes 153 compagnies aériennes utilisent Amadeus comme système de vente interne 754 compagnies aériennes affichées 485 compagnies aériennes réservables (95% des sièges offerts sur le régulier) 73.000 hôtels de 321 chaînes réservables 27 loueurs de voitures réservables (36.000 points de vente) Développement du ferroviaire, ferry, croisières et assurances 499 millions segments réservés (5% de croissance annuelle) \$3,1 mds de CA en 2013
Effectif	7.660 employés répartis sur 3 sites principaux : Madrid, Erding, Sophia-Antopolis
Stratégie	Position dominante sur le marché des solutions d'hébergement d'inventaires et nouvelle solution RM Strategie « Airline IT » Gamme complete de logiciel de gestions d'hotels (Amadeus Hospitality)

Contenu d'un GDS : produits & tarifs

- Des produits : horaires d'avion, hôtels, lieux de locations de voitures, package TO...
- Des tarifs segmentés par classes de réservations, types de chambres, catégories de voitures, types de package TO...
- Des disponibilités pour chaque segment de tarif
- Des informations : déroulements des vols, services à bord, descriptions d'hôtels, chambres, modèles de voitures et options...
- De la publicité permettant à l'opérateur de promouvoir ses produits auprès des Agents de voyages
- Des produits générant des revenus complémentaires : assurances, choix du siège, embarquement prioritaire... **Pour Ryanair, il s'agit de 20% du revenu.**

Dossiers de réservation

- Appelé PNR (Passenger Name Record), le dossier de réservation est créé par l'Agent de voyages
- Il comprend 6 éléments obligatoires :
 - Le nom du ou des passagers
 - Les segments de vol, locations de voitures, chambres d'hôtels réservés dans la classe et au tarif sélectionné
 - Les contacts du ou des passagers
 - La référence de l'Agent réservataire
 - Les informations de ticketing (si le billet a été émis ou non)
 - Un numéro de dossier communiqué à la clôture du dossier (Record Locator)
- Et des éléments optionnels :
 - Demande de service spéciaux (UM, handicapés, repas spéciaux...)
 - Numéro de la carte de fidélité du ou des passagers
 - Toute autre remarque importante à communiquer à l'opérateur

Autres informations disponible dans un GDS

- DRS/AIS (Amadeus Information System) : L'Agent de voyages peut à tout moment consulter des informations sur chaque opérateur. Ces informations sont mises à jours en temps réel par les opérateurs eux-mêmes.
- HELP : Des fiches produits sont également disponibles, ainsi qu'un module d'aide et de formation en-ligne
- GGAIR : Le GDS met également à jour une base de connaissance regroupant des informations météo, culturelles, géographiques, sociales et politiques sur chaque pays ou aéroports.
- Le GDS devient alors un véritable outil d'aide à la vente et à la décision

Le GDS dans la pratique Exemple de l'interface du GDS amadeus

L'interface du GDS amadeus

The screenshot displays the Amadeus GDS interface. At the top, there's a 'SELLING PLATFORM' header with navigation options like 'Menu', 'Config', and 'Aide'. Below this is a toolbar with various icons. The main area is titled 'Page Commande' and contains a series of buttons for different command types: LD, LC, FIN, FACT, AGPP, AGEP, TEST, MAIL, 1AIR, 1CAR, 1FER, 1HOT, ABO, AGP1, AGP2, ENC, FEE, LCAT, and SERV. Below these are buttons for MPFXA, FQN, FQR, and FQS.

The main content area shows a flight command for 'RP/SXB1A0902/'. The command details include:

- 1. DURANTON/JEAN PIERRE
- 2. AZ 317 M 07JUN 4 CDGFCO HK1 2F 0700 0905 321 E 0
- 3. AP 0145342312
- 4. AP 0388669660
- 5. APE LDUBOIS@GESTOUR.COM
- 6. TK OK29FEB/SXB1A0902
- 7. RM *CLIENT_CODE*ALT002
- 8. RM *RIDV*3333333
- 9. FP CA
- 10. FS AXG
- 11. FV PAX AZ/S2

Below the command details, there's a note: '*TRN*' and '>Fxb' followed by 'FXB'. A warning message states: 'DURANTON/JEAN * NO REBOOKING REQUIRED FOR LOWEST AVAILABLE FARE'.

The bottom section of the command shows a table with columns: AL, FLGT, BK, T, DATE, TIME, FARE BASIS, NVB, NVA, BG. The data includes:

AL	FLGT	BK	T	DATE	TIME	FARE BASIS	NVB	NVA	BG
PAR									
ROM	AZ	317	M	M	07JUN 0700	MPXOWFR			2P
EUR		597.00		07JUN12	PAR AZ	ROM800.07NUC800.07END ROE			
						0.746177			
EUR		41.00	YQ		XT	EUR 1.00IZ EUR 4.24FR EUR 12.75FR			
EUR		11.65	QX						
EUR		17.99	XT						
EUR		667.64							

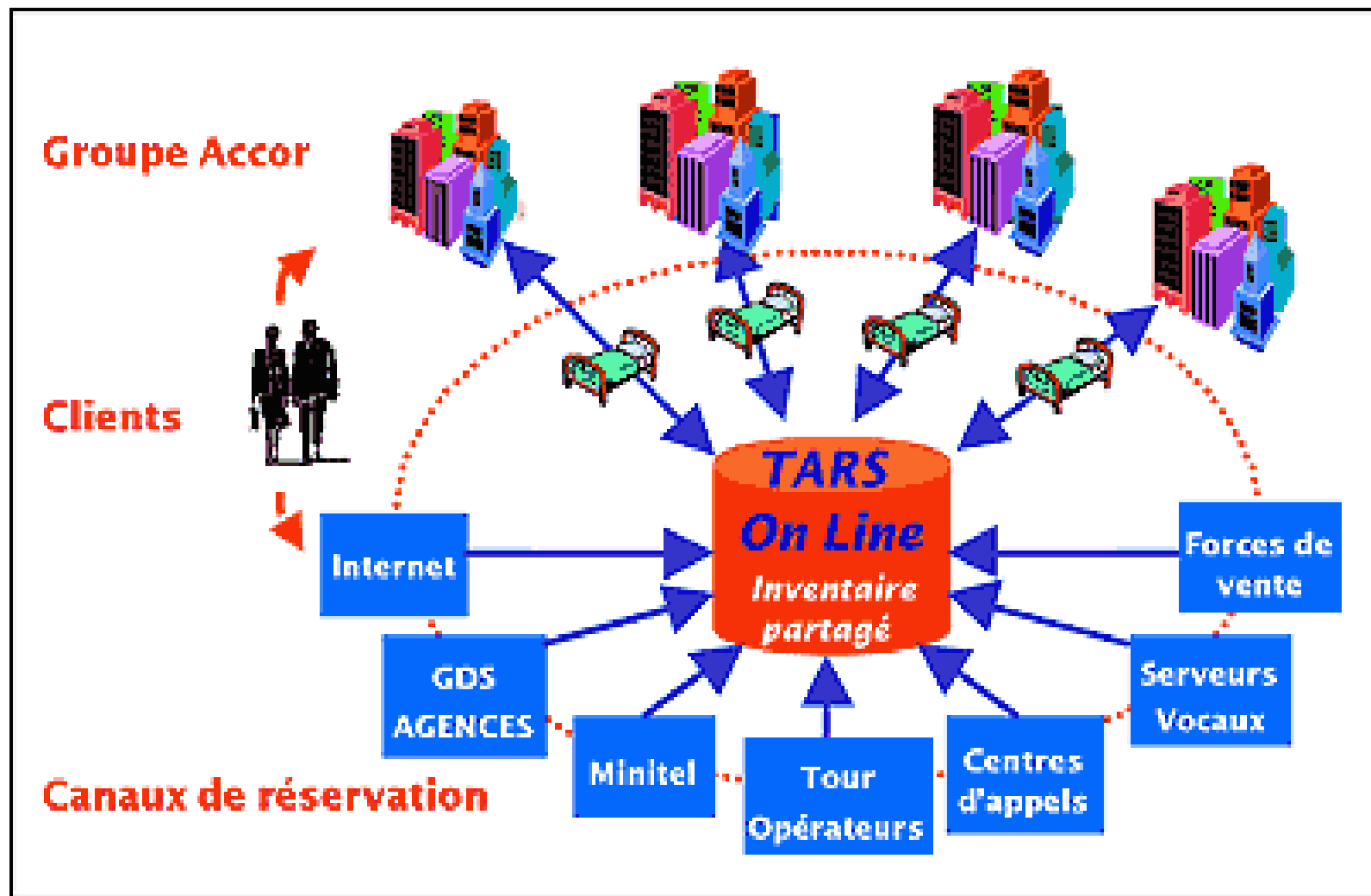
Additional information includes 'BG CXR: AZ' and 'PRICED WITH VALIDATING CARRIER AZ - REPRICE IF DIFFERENT VC PAYMT REF AND CHANGE SEE RULE'. The page number is 'PAGE 2 / 2'.

On the right side, there's a contact card for 'GESTOUR 360' (F100002). The contact details are:

- demo@gestour.com
- 16 AVENUE DE L'EUROPE
- BAT A
- 67300 SCHILTIGHEIM
- Tel: 0388446800

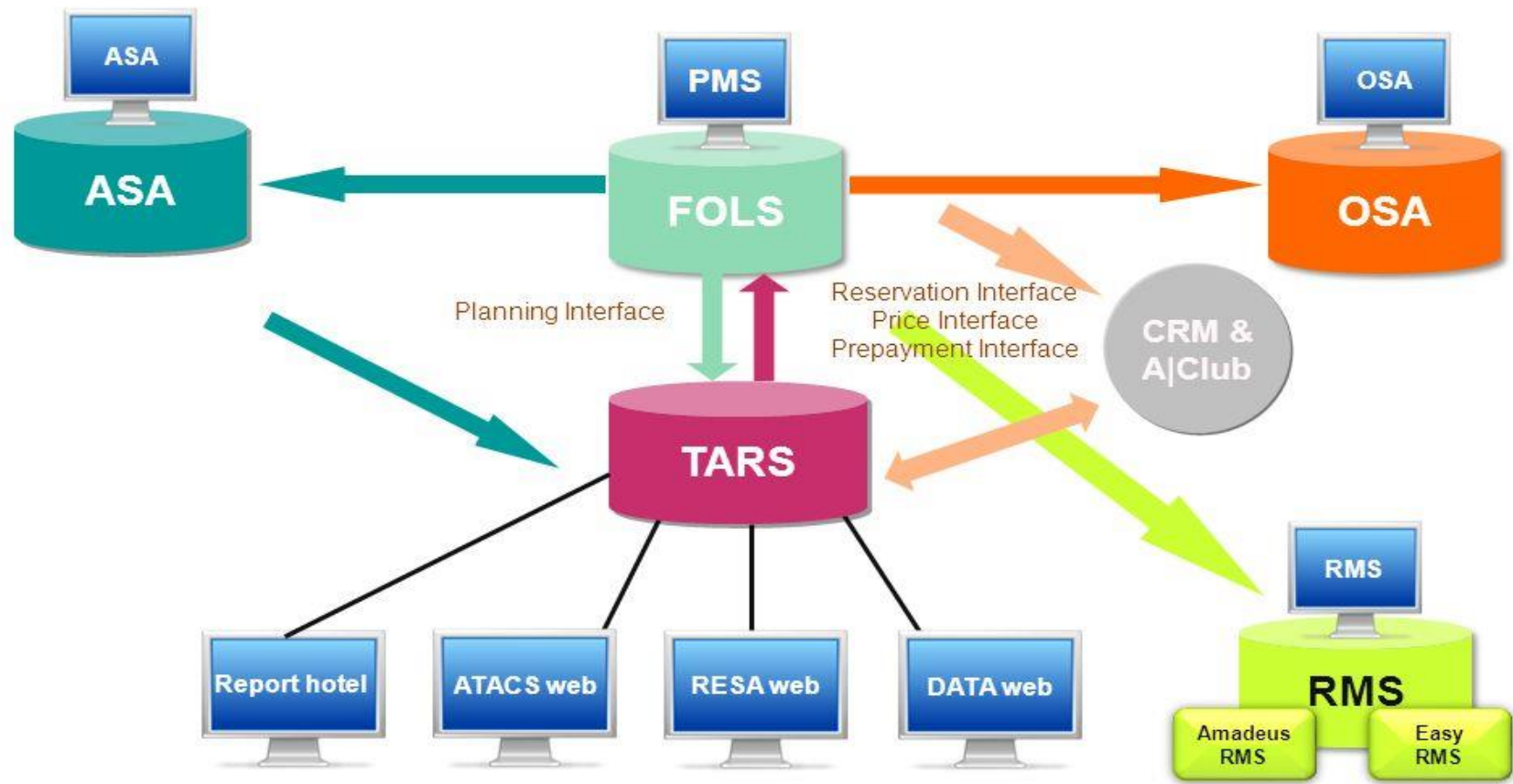
Below the contact card, there's a 'Contacts' section with 'DAF (Tel: 0388446862)'. At the bottom right, there's an 'ACTIONS' section with buttons for 'ÉDITER' (Données complémentaires) and 'TESTER' (Validation du PNR). The Gestour logo is also visible at the bottom right.

2. L'exemple du CRS TARS du groupe accor : Les points d'entrée dans le système



Fonctionnement du système

The TARS Interface



Rés and Rev



Interface gestion et contrôle

TARS Reservation IBIS BIRMINGHAM CITY CENTRE - -

Journal Tools... Setup... User Help

Ready In: 29 JAN 2008 >> 30 JAN 2008 Nights: 1 Adults: 1 Children: 0 Rooms: 1

Date Available 29 JAN 2008 1 30 JAN 2008

Shop -7 -1 +1 +7 Price details

Quote

Conds

Client

Guest

gUar

Broch

rmk

grOp

Recap

reFus

TARS Reservation V5.3C

Production

H14CAT

03:59:45

Product availability

	Jan 08	Tue 29			
IBIS BIRMINGHAM CITY CENTRE		OPENED			
Room for 1 to 2 persons		OPENED			
Breakfast					
Bus/coach parking area					
Dry cleaning / ironing					

Shopping Infos Events Availability Price (RAC) Product availability

11b Adults per room: 1

Other rates Selection! Rate availability

	OPENED				
RACK RATE (RAC/RA)					
3 nuits d Ibis (VSD/RA)					
Rack hotel (RACH/RA)					

Copy Split Delete See: Price € S: 70.5 GBP

Qty	Product	Pax	Tue 29		
1	Room for 1 to 2 persons	2	60 GBP		
1	Breakfast	1	5.25 GBP		
1	Breakfast	1	5.25 GBP		
1	National taxes on accommodation	1	Included		
1	National taxes on F&B	1	Included		

1 Breakfast 1

Interface réservation

Interface réservation

TARS Reservation IBIS BIRMINGHAM CITY CENTRE

Journal Tools... Setup... User Help

Ready In: 29 JAN 2008 >> 30 JAN 2008 Nights: 1 Adults: 1 Children: 0 Rooms: 1

May I have the guest(s) name(s) (for each room) please ?

Civility: Mr
 Name: GRELLIER
 Firstname:
 Age: 0 Add >>
 Room: replace guest
 << Remove

Link room Dissociate room Link Dissociate

Show rooming-list Next product Delete product(s)
 Show all rates Next guest

Qty	Product	Pax	Room	List of guests
1	Room for 1 to 2 persons	2		Mr GRELLIER -

Associate product Dissociate product Automatic association

Qty	Product	Pax	Room	List of guests
1	Breakfast	1		
1	Breakfast	1		
1	National taxes on accommodation	1		
1	National taxes on F&B	1		

TARS Reservation V5.3C

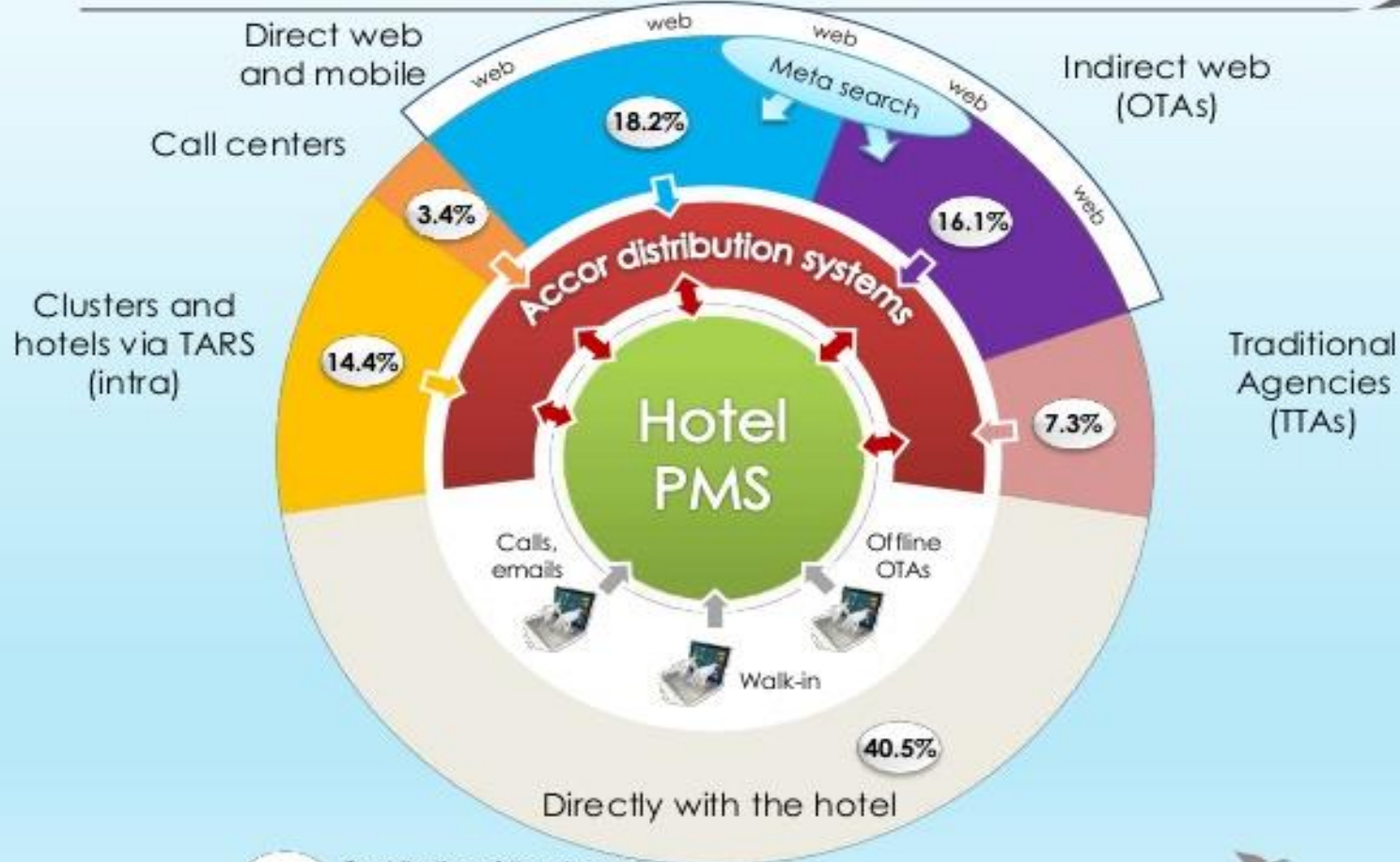
Production

H14CAT

03:59:55

L0 ⚡

The Accor Distribution Solution



Contribution of the channel
in 2014 (world)

TD

- 1. Par groupe de 2 ou 3, réalisez une étude sur les avantages et les inconvénients du recours aux OTA dans la distribution des produits touristiques. Vous vous appuierez sur des exemples concrets de conditions que les OTA imposent aux hôteliers.**

- 1. Pour les consommateurs, quels sont les avantages et les risques des achats sur les sites des OTA ?**

- 2. Recherchez sur internet ou dans une agence de voyages, les conditions contractuelles qui les agences de voyages au TO, les TO au compagnies aériennes, les hôtels aux OTA, etc.**