

► LE PACKAGE DYNAMIQUE : LA NOUVELLE TENDANCE DE L'E-TOURISME

QU'EST-CE QUE LE PACKAGE DYNAMIQUE ET QUI SONT AUJOURD'HUI LES ACTEURS DE CETTE REVOLUTION DANS LE MONDE DU VOYAGE ?

Le consommateur recherche un service toujours plus personnalisé, souhaite avoir le choix dans ses options de séjour et exige de plus en plus de souplesse et de flexibilité dans son choix de voyage.

Quoi de mieux alors qu'un service permettant au client de créer son voyage sur mesure ? C'est ce que propose aujourd'hui le package dynamique, nouveau mode d'organisation et de réservation de séjours en ligne.

Toutefois, ce service soulève aujourd'hui un certain nombre d'interrogations, notamment en matière de réglementation et d'impact sur les évolutions des rôles des acteurs du voyage.

Quel est le principe des offres de package dynamique, quels en sont les enjeux et qui sont aujourd'hui les principaux acteurs de cette révolution ?

I/ Le package dynamique : définition et enjeux

1. Du forfait de voyage au package dynamique

En termes de voyage, les consommateurs ont été habitués aux forfaits de voyage proposés par les tour-opérateurs qui consistent, selon la Commission Européenne, à un package à prix tout compris et contenant au moins deux des éléments suivants¹ :

- Un transport (vol ou train)
- 24h sur place ou l'hébergement pour une nuitée
- Une location de voiture
- N'importe quelle autre prestation touristique (excursion, activités culturelles, etc.) représentant une part significative dans le forfait

L'avantage principal des forfaits de voyage consiste à proposer un voyage tout-en-un à un prix négocié en amont, donc attractif. Cependant ils manquent de flexibilité pour le consommateur pour qui la durée, le plan de transport défini entre l'agent et le transporteur ainsi que les prestations annexes sont imposés.

Deux nouvelles tendances sont apparues ces dernières années : en premier lieu le besoin des consommateurs a évolué, ces derniers demandant plus de choix quant à la durée et les dates tout en ayant la possibilité de réserver sur Internet. En second lieu l'arrivée du low-cost dans l'aérien avec des tarifs compétitifs et des agences en ligne comme booking.com ou hotels.com poussent le consommateur à comparer les offres et vouloir façonner

¹<http://eur-lex.europa.eu>, Directive du 13 juin 1990 de la CE

lui-même son package en réservant les prestations de voyage séparément.

Pour répondre à cette demande de flexibilité et éviter à l'internaute de devoir réserver sur plusieurs sites Internet, les acteurs du voyage ont cherché des solutions leur permettant d'accéder dynamiquement à des sources vols, hôtels, loueurs de voitures, etc... Deux types de solution ont émergé : le pré packaging et le package dynamique.

Avec le pré-packaging, le producteur fixe les règles de construction des produits à l'avance et la disponibilité, la tarification et la réservation des produits se fait en temps réel grâce aux connectivités vers les systèmes informatiques des fournisseurs. Pour le client, le produit ressemble à un forfait mais il est en réalité construit dynamiquement.

Avec le package dynamique, la construction du produit est réalisé par le client lui-même. Ce dernier va pouvoir choisir :

- Le vol qui correspond à ses critères : dates de départ et de retour, horaires, compagnie aérienne, ...
- L'hôtel qui correspond à son besoin, de l'auberge de jeunesse à l'hôtel 5 étoiles, suivant les critères qu'il impose : localisation, prix, services, ...
- Une éventuelle location de voiture qui sera disponible à son arrivée à l'aéroport

Cette tendance prend une part de plus en plus importante dans le marché du voyage et elle est devenue une offre indispensable pour les voyageurs.

	Forfait classique	Pré-packaging	Package dynamique
Distribution	Choix d'un forfait par le client	Choix d'un forfait par le client	Choix du vol et de d'hôtel par le client
	Limitation sur les dates de départ, les durées	Choix plus importants sur les dates de départ, les durées,...	Choix du vol et de l'hôtel par le client
	Traitement de la réservation auprès des fournisseurs	Réservation temps réel auprès du fournisseur	Réservation temps réel auprès du fournisseur
Production	Construction du forfait réalisée à l'avance	Construction dynamique en fonction de règles fixées à l'avance	Construction dynamique par le client
	Grille tarifaire saisie à l'avance	Tarifification dynamique	Tarifification dynamique
	Inventaires (vols, hôtels, transferts...) saisis à l'avance	Accès aux inventaires des fournisseurs (vols, hôtels,...)	Accès aux inventaires des fournisseurs (vols, hôtels,...)

Les trois offres de forfaits disponibles

2. Enjeux

Le package dynamique permet au **consommateur** de complexifier les critères de recherche et de composer un forfait de voyage unique avec des prestations de qualité variée. L'abondance d'information facilite cette tâche mais implique que le consommateur devient de plus en plus exigeant et cherche à comparer toutes les offres disponibles. Il incombe cependant aux autorités de s'assurer de la protection du consommateur, ceci par le biais de lois et directives.

Au niveau des **distributeurs de voyage (agences en ligne, tour-opérateurs, compagnies aériennes, opérateur ferroviaires...)** le package dynamique est une nécessité pour suivre les tendances du marché mais complexifie le travail car il impose de proposer un large choix de prestations tout en s'assurant de la qualité de ces dernières.

Les enjeux technologiques sont également bien réels :

- Connectivités temps réel pour accéder aux sources vols, hôtels, voitures...
- Règles de gestion plus ou moins complexes pour la construction des produits
- Interfaces de vente utilisateur optimisées
- Maîtrise des temps de réponse alors que les produits sont construits dynamiquement par interrogation de sources externes
- Gestion de l'après-vente avec un dossier contenant des prestations venant de sources différentes
- ...

II/ Le cadre juridique : état des lieux et évolution

D'un point de vue juridique le consommateur est protégé en ce qui concerne les forfaits de voyage mais les lois et directives ne s'appliquent pas forcément au package dynamique car le consommateur peut, sans en être conscient, souscrire à plusieurs contrats même lorsqu'il passe par une agence de voyages. Ainsi ce sont très souvent les conditions générales de ventes qui sont effectives. De manière générale la loi doit assurer la protection du consommateur face aux problèmes qui peuvent survenir et prévoir des indemnisations ou substitutions lorsque cela est possible en ce qui concerne :

- Modification des conditions de transport : retard, changement de lieu de départ/arrivée, changement de classe, etc.
- Modification du logement : changement d'hôtel, changement de classe d'hôtel, etc.

1. Le niveau européen

La directive du 13 juin 1990 de la Commission Européenne établit la définition des voyages à forfait et des protections vis-à-vis du consommateur. Ainsi dans le cadre des forfaits de voyage le voyageur se tient garant de la bonne exécution et de la qualité des prestations qu'il vend au consommateur, il est alors le point de contact direct du consommateur en cas de litige. Cette directive ne s'applique cependant pas tout à fait aux packages dynamiques et il faut généralement se référer aux conditions générales de ventes des voyageurs qui peuvent rediriger vers leurs prestataires.

La Commission Européenne travaille sur une révision de cette directive depuis 2007² pour y intégrer les forfaits dynamiques et harmoniser la protection des consommateurs en Europe. Les problèmes ont été soulignés dans divers documents de travail et la CE a fait un appel aux différentes parties prenantes du voyage en 2009 (agences, tour-opérateurs, associations de voyageurs, etc.) pour étoffer ces documents de travail.

Un point clé de cette révision consistera à actualiser le concept de forfait de voyage en incluant les packages dynamiques et en renforçant la protection du consommateur et des voyageurs. L'ECTAA³ et la GEBTA⁴ ont répondu conjointement à la Commission Européenne pour souligner les problèmes selon leur point de vue. De la même manière l'ABTA⁵ a par exemple préconisé d'assouplir les règles concernant le droit de retrait du consommateur.

² Document de travail relatif à la directive 90/314/CEE datée du 26/07/2007

³ **The European Travel Agents' and Tour Operator** associations, groupement des associations nationales d'agences de voyage et tour-opérateurs des pays de l'Union Européenne

⁴ **Guild of European Business Travel Agents**, association regroupant les agents de voyage d'affaire de 5 pays européens

⁵ **Association of British Travel Agents**

2. Les niveaux nationaux

Dans l'ensemble de l'Union Européenne les pays suivent la directive européenne. Le sujet est traité en France depuis la loi du 13 Juillet 1992 qui établit le Titre 1er du Livre II du Code du tourisme dont le chapitre unique est intitulé « Régime de la vente de voyages et de séjours » (articles L211 /R211)⁶. Ce Titre traite du « Régime de la vente de voyages et de séjours » en suivant la directive européenne. Se pose alors le même problème en ce qui concerne les packages dynamiques qui ne sont pas réellement pris en compte.

Il faut ainsi se référer aux conditions générales de ventes des voyagistes qui sont plus ou moins alignées sur le domaine. Dans le cadre d'une vente d'un package dynamique le consommateur doit gérer les litiges directement avec le voyageur par le biais d'un service après-vente. Dans le cas de modifications du package par le voyageur, ce dernier doit s'engager à en informer le consommateur et à proposer un remboursement ou une alternative de niveau équivalent dans les meilleurs délais. Une zone de flou s'établit quant à l'importance et la gravité de ces modifications, notamment en termes de délai ou de valeur pécuniaire.

3. Les principales évolutions et tendances

Comme cité précédemment, la Commission Européenne est en pleine révision de la directive relative aux forfaits de voyage⁷. Cette révision est indispensable car le marché du voyage et des forfaits a beaucoup évolué depuis 1990. Les principaux axes de réflexion concernent :

- La définition des forfaits doit être étoffée et doit distinguer, ou non, les packages dynamiques sous toutes leurs formes
- La définition de « consommateur » est à affiner car il n'y a pas de distinction entre le voyage touristique et d'affaire
- La définition « d'organisateur » doit évoluer pour correspondre aux différentes façons dont sont vendus les packages dynamiques
- La couverture et la responsabilité du consommateur, de l'organisateur et des prestataires en cas de manquement au contrat sous toutes les formes possibles (annulation du consommateur, impossibilité d'assurer une prestation, etc.)

La Commission Européenne a annoncé en juin 2012 qu'elle proposerait une première version de révision fin 2012 mais les états membres sont encore en attente d'une publication officielle.

⁶ Détail du Code du Tourisme disponible sur le site www.legifrance.gouv.fr

⁷<http://ec.europa.eu/>
Rétro-planning de la révision de la directive par la CE

III/ Etat des lieux des principaux distributeurs de packages dynamiques

Cette formule de séjour sur mesure est née de développements initiés par les agences de voyages en ligne américaines, avant d'apparaître en Europe. Cette révolution technologique et commerciale a ainsi tout d'abord été opérée par les agences en ligne. A l'origine de cette innovation, la volonté des principaux distributeurs en ligne de sortir de leur champ de la stricte distribution pour devenir producteur-assembleurs.

Ce type d'offres a cependant rapidement intéressé d'autres secteurs et acteurs du voyage. On note aujourd'hui un niveau de maturité des offres de package dynamique différent entre les acteurs. Cette différence de maturité apparaît nettement dans le Benchmark des offres de package dynamique en Europe réalisé par Sia Partners (voir figure ci-contre).

1. Les OTA (Online Travel Agency)

Parmi les agences en ligne les plus innovantes en termes de package dynamique, on retrouve Expedia et Ebookers. La première est une des pionnières en Europe avec l'introduction de ce nouveau mode de réservation en 2003.

Depuis, les grandes agences de voyage en ligne se sont alignées : Lastminute, Opodo, ou encore Govoyages. La souplesse de ces offres correspond souvent à la flexibilité recherchée par les consommateurs qui achètent sur Internet.

On note cependant un retard pour les agences en ligne spécialisées dans le train, comme capitainetrain ou raildude, qui souvent ne proposent même pas de partenariat pour des locations de voitures ou de chambres d'hôtel.

2. Les producteurs (compagnies aériennes, transporteurs ferroviaires, etc.)

Globalement, l'aérien dispose d'une longueur d'avance sur le ferroviaire. Les opérateurs ferroviaires les plus avancés en termes de packages dynamiques, CFF (Suisse) et Eurostar (Angleterre, France et Belgique), n'ont pas encore inclus dans leur offre la possibilité de coupler les trois services que sont le transport principal (train ou avion), l'hôtel et la voiture. On peut pourtant retrouver ce type de forfait dans des agences en ligne, comme Expedia ou Ebookers, ou chez des compagnies aériennes, comme Easyjet. De la même manière, l'ensemble des compagnies aériennes étudiées proposent sur leur site des partenariats avec des entreprises de location de chambres d'hôtel, comme AccorHôtels ou HRS, et des entreprises de location de voiture, comme Avis ou Hertz, alors que la Renfe (Espagne), NS (Pays-Bas) ou encore Thalys (France, Belgique et Pays-Bas) ne proposent pas ce type d'offres.

L'exemple d'Eurostar est intéressant puisque le transporteur passe par une société différente, Global Travel Online (GTO), pour prendre en charge l'organisation du forfait, et surtout supporter la responsabilité engagée par tout ce qui ne relève pas du transport de voyageurs.

Les conditions générales de vente sont d'ailleurs rédigées par GTO. Cela permet de se décharger des problématiques ambiguës évoquées précédemment, concernant le niveau de responsabilité selon si l'on est producteur ou distributeur de package dynamique.

Parmi les compagnies aériennes étudiées, seule EasyJet propose une offre de package dynamique incluant voyage, hôtel et voiture, mais British Airways, Alitalia ou Iberia disposent également sur leur site propre d'une offre de package dynamique associant vol et hôtel.

Le marché évolue rapidement du côté des compagnies aériennes avec la mise en place de partenariats :

- Lufthansa Holidays a mis en place pour le marché allemand une solution de réservation vol+hôtel en partenariat avec Thomas Cook.
- Air France a signé récemment un partenariat avec Expedia pour la distribution d'hôtels couplée avec les vols de la compagnie aérienne.

3. Les Tour-opérateurs

Par définition, un tour-opérateur est une organisation qui a pour mission d'assembler plusieurs prestations de voyages de ses fournisseurs (compagnies aériennes, hôteliers, etc.) puis de les vendre à ses clients, à un prix tout compris. Autrement dit, l'activité originelle du tour-opérateur est de fabriquer des forfaits (cf. I.1) et de les vendre à des agences de voyages. Ainsi, le tour opérateur ne fait a priori affaire qu'avec des professionnels du voyage (BtoB).

Néanmoins, avec l'apparition de la vente de forfaits touristiques sur Internet, de plus en plus de tour-opérateurs se rapprochent du client final en proposant leurs forfaits sur Internet. Par exemple, les tour-opérateurs du groupe touristique TUI ou encore Thomas Cook proposent des séjours « tout compris », avec, pour une destination choisie, un prix total proposé incluant le vol aller-retour, le transfert aéroport-hôtel aller-retour, ainsi qu'un certain nombre de nuits d'hôtel.

Par ailleurs, une tendance actuelle importante pour les tour-opérateurs est le pré-packaging. Ce dernier se caractérise par une interrogation en temps réel des inventaires de ses fournisseurs. En effet, le tour-opérateur va lui-même fixer ses règles de construction de packages, mais va pouvoir consulter de manière dynamique les stocks de ses fournisseurs (compagnies aériennes ou ferroviaires, hôtels, etc.) Il pourra en outre mettre en place des règles de définition d'assemblages possibles et de leurs prix. Après négociation avec les fournisseurs de voyages, le prix total proposé pour le package sera inférieur aux prix obtenus en additionnant les prix de chaque composant du package. L'avantage significatif de ce concept est la flexibilisation de production qu'elle offre au tour-opérateur.

C'est sur ce principe que fonctionne le Club Med, précurseur en la matière. Offrant à la fois les composantes « village » et transport de ses voyages, le Club Med a accès aux inventaires de ses fournisseurs-partenaires, et les packages proposés sont ainsi créés dynamiquement

dans son propre système de réservation. C'est aujourd'hui vers ce type de gestion de packages que tendent les tour-opérateurs, afin notamment de flexibiliser leur production et d'optimiser leur gestion en interne des différentes composantes de voyages qu'ils proposent.

4. Les principales évolutions et tendances

Une fois le mécanisme de construction dynamique du forfait de voyage mis en place sur le site Internet, il est possible de l'enrichir. Une nouveauté, en pleine croissance parmi les distributeurs de forfaits dynamiques, est l'ajout d'offres de loisirs, telles que visites, parcs d'attractions, places de théâtre, etc... L'achat de ces prestations est inclus dans le processus de construction dynamique du forfait, et à ce titre peut être considéré comme partie entière de l'offre.

La diversité des activités envisageables donne alors une perspective très large de partenariats à l'ensemble des distributeurs, avec pour fil rouge la volonté d'offrir au plus grand nombre une offre la plus personnalisée possible. Par exemple, la compagnie aérienne British Airways, qui propose déjà des séjours sur mesure, a introduit une nouvelle offre, les « pack-vacances », proposant une sélection de vols bien sûr, d'hôtels, mais aussi de sorties (visites touristiques, théâtre, tour en hélicoptère, etc.).

L'évolution du comportement et des attentes des voyageurs quant aux offres disponibles sur Internet impose aux distributeurs de les rendre aussi adaptables, complètes et intuitives que possible. Le package dynamique est né en réponse à ces nouveaux besoins, et envahit peu à peu le marché. Les évolutions des transporteurs et des agences en ligne semblent toutes aller dans ce sens, même si certains ont pris du retard. Cependant, alors que les contraintes techniques sont aujourd'hui relativement maîtrisées, le champ juridique demeure flou. Le chantier est ouvert au niveau Européen, et il ne fait nul doute qu'une fois le périmètre d'action et la distribution des responsabilités précisés, le package dynamique deviendra l'offre standard.

→ Plus d'infos sur www.sia-partners.com

Benchmark des Offres de packages Dynamiques en Europe

Les compagnies aériennes sur les talons des agences en ligne, le ferroviaire en retard

	Opérateurs ferroviaires	Compagnies aériennes	Agences en ligne	Partenariats avec une entreprise de location de véhicules	Partenariats avec un site de location de chambres d'hôtel	Offre de Packaging Dynamique (train + hôtel ou vol + hôtel)	Offre de Packaging Dynamique (train ou vol + hôtel + voiture)
Amplitude de l'offre ↓	RENFE NS		Raildude Capitainetrain	—	—	—	—
	DB SNCB Trenitalia Thalys	Air France / KLM Ryan Air	—	X	X	—	—
	CF Eurostar	British Airways Alitalia Iberia Lufthansa	TheTrainline Lastminute Opodo E-dreams Govoyages	X	X	X	—
	—	—	—	—	—	—	—
	—	Easyjet	Voyages-SNCF Expedia Ebookers	X	X	X	X

Si vous souhaitez nous faire part de vos commentaires ou vous abonner, contactez-nous : insight@sia-partners.com

INSIGHT est édité par Sia Partners ● SAS au capital de 200.000 euros ● RCS Paris B 423 507 730
18 boulevard Montmartre ● 75009 Paris ● Tel : 01 42 77 76 17 ● Fax : 01 42 77 76 16 ● Web : www.sia-partners.com
Directeur de la publication : Matthieu Courtecuisse