



Actus

EVENEMENT

AÉRIEN

IATA veut révolutionner la distribution

L'Association internationale du transport aérien va mettre en place une nouvelle norme de distribution qui pourrait court-circuiter les GDS. Mais elle fait cavalier seul.

La semaine dernière, IATA (Association internationale du transport aérien) voit la mise en place d'une alternative aux GDS, la NDC (New Distribution Capability), les premières versions devant être testées courant 2013. Cette nouvelle norme de distribution du transport aérien devrait « permettre d'encourager l'innovation de la même manière que l'iPhone a permis le développement des applications » déclarait alors le patron d'IATA, Tony Tyler. Objectif affiché : permettre aux compagnies aériennes de proposer des offres personnalisées en fonction du profil de chaque client sur tous les canaux, y compris via les agences de voyages, et de distribuer l'ensemble de leurs services additionnels. Mais cette révolution de la distribution dans le transport aérien n'est pas acquise. Pour les GDS, comme pour les agences de voyage, et même certaines compagnies aériennes, Iata fait cavalier seul.

PROBLÈMES TECHNIQUES, JURIDIQUES ET COMMERCIAUX

« Les compagnies aériennes ne peuvent pas décider, seules, sans avoir le point de vue des agents de voyages, sans leur expliquer quels seraient les bénéfices pour elles » explique Svend Leirvaag, vice-président Industry Affairs chez Amadeus. L'Ectaa, équivalent du SNAV à l'échelle européenne, regrette de ne pas avoir été consulté avant le mois de septembre. Même son de cloche de la part

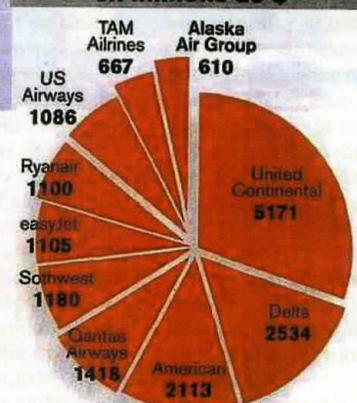
LA MANNE DES SERVICES ADDITIONNELS

Total des ventes en millions de \$

2007: 2450
2009: 13470
2011: 22600



En 2011, en millions de \$



Que proposent les compagnies traditionnelles ?

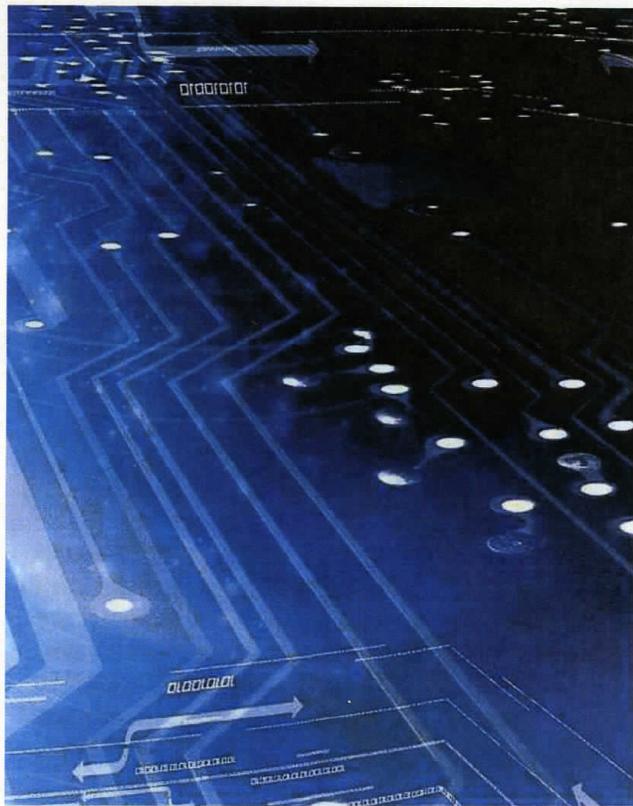


de son homologue aux États-Unis, l'Asta. Si Iata associe effectivement quelques agences, ce n'est que sur les modalités d'application d'un projet défini sans elles et par une dizaine de compagnies puissantes au sein de l'association.

Plus grave, la mise en place de la NDC pourrait buter sur des problèmes techniques, juridiques et commerciaux. Dans le

système actuel, les compagnies aériennes déposent leurs tarifs dans les GDS et les agences viennent ensuite piocher dans cette base de données. La nouvelle norme fonctionnera sous un standard XML ouvert et les agences enverront des requêtes pour chaque demande à laquelle les compagnies répondraient par des offres spécifiques. « Nous traitons de très larges volumes de

Sources : Amadeus/Idia Works & SIA Conseils



© Shutterstock 1

données et de transactions (...). Amadeus traite 95% des transactions et envoi des requêtes aux systèmes informatiques des compagnies pour seulement 5%. La NDC implique que toutes les requêtes seront traitées par les compagnies aériennes, parce qu'on appelle un modèle « pull ». Cela devrait potentiellement augmenter de manière dramatique les besoins en capacité de traitement des données des systèmes internes des compagnies, entraînant une hausse des coûts et de la complexité (...) seules les plus grandes compagnies pourraient alors se le permettre » estime Svend Leirvaag.

Autre question, soulevée par l'Ectaa et sans réponse, celle du coût pour les agences. « Les agrégateurs et les agences de voyages devront repenser l'ensemble de leurs systèmes et de leurs processus pour s'adapter (...) ». Fabrice Darioi PDG de l'agence en ligne Bourse des vols remarque ainsi : « Pour changer mon modèle économique, avec le système des GDS, qui répond à 97% de mes besoins, il faudra, soit que j'y sois forcé, soit que les bénéfices du nouveau système soient supérieurs à l'ancien et au coût de l'adaptation ». Dernier frein, et non des moindres, les questions juridiques. Isabelle Leroy, de l'Ectaa, estime qu'il pourrait y avoir des incompatibilités avec les règlements européens sur la protection des données personnelles ou sur la transparence des prix. « On pourra difficilement comparer les offres puisque chaque réponse sera personnalisée » explique-t-elle.

▲ « Les agrégateurs et les agences de voyages devront repenser l'ensemble de leurs systèmes et de leurs processus pour s'adapter. »

Les services additionnels, un enjeu de taille

Les revenus issus des services additionnels publiés par les compagnies aériennes ont atteint 22,6 milliards de dollars en 2011 (+66% en 2 ans) et continuent de progresser. Un enjeu de taille à l'origine de la « guerre » entre GDS et compagnies aériennes, en particulier aux États-Unis : United, Delta et American totalisaient près de 10 milliards de dollars de services additionnels l'an dernier. Depuis plusieurs années, IATA et les compagnies aériennes expliquent ainsi que les GDS freinent la compétitivité du secteur en proposant un modèle centré sur la recherche du prix le plus bas est que leur technologie est obsolète. Pour IATA, la nouvelle norme EMD est la solution idéale pour accélérer la distribution de ces services additionnels.

« Certains représentants de

compagnies aériennes prétendent qu'Amadeus ne sait pas distribuer les services additionnels. Cela n'est pas vrai, bien sûr. Nous avons, avec la norme EMD plus de 53 compagnies qui ont signé des accords pour la distribution des services annexes, ce qui à notre connaissance représente plus que les compagnies signataires de la résolution 787 d'Abu Dhabi (qui officialise le lancement de l'EMD, Ndlr) » explique Svend Leirvaag, vice-président Industry Affairs chez Amadeus. Sabre, et TravelPort exploitent également la norme EMD et mettent en avant le nombre croissant de compagnies qui l'utilisent.

Mais cela reste très inégal. Suivant les pays, et les GDS, certains produits sont disponibles et d'autres pas alors que les agences sont de plus en plus nombreuses à réserver directement ces produits sur les sites des compagnies aériennes. Et à trouver que c'est une perte de temps. D'après notre confrère Travel Weekly, les agents de Carlson Wagonlit Travel doivent ainsi passer par 10 écrans différents au maximum pour réserver des services additionnels pour leurs clients, contre 2 en temps normal.

Textes Fabrice Bugnot

IATA SOUHAITE ENGRANGER LE MAXIMUM D'INFORMATIONS

- Le point 3 de la résolution 787, adopté par IATA, prévoit que les intermédiaires fournissent un certain nombre de données sur eux-mêmes et leurs clients dont celles-ci :
- le numéro IATA et le code postal de l'agence
- le type de voyage (business ou loisirs)
- le nom, l'âge et le statut marital du client
- ses contacts
- son numéro Frequent Flyer ou de profil
- son historique de voyage
- son historique d'achat