

Comment travailler avec les

Réceptifs

Pour les associations touristiques et les associations sectorielles

Le réseau de distribution de l'industrie touristique

Pour un office du tourisme ou une association sectorielle, il est primordial de considérer travailler avec le **réseau de distribution**. C'est un canal de ventes important qui présente plusieurs avantages pour l'ensemble des intermédiaires. Les intermédiaires dans le domaine du voyage sont nombreux, mais importants dans la planification et la vente de voyages.

Pour une destination ou le représentant d'un produit touristique, le choix de travailler avec le réseau de distribution représente une décision d'entreprise au même titre qu'une décision portant sur les choix stratégiques de placements média dans le domaine de la publicité.

Pour une organisation associative, le rôle auprès du réseau de distribution est essentiellement à caractère promotionnel. Aucune vente ne sera contractée par un ATR ou une ATS auprès des différents intermédiaires dans la chaîne de distribution.

Voici l'organigramme de base du système de distribution de l'industrie touristique et de ses intermédiaires reconnus.

Réseau de distribution de l'industrie touristique

- **FOURNISSEURS DE SERVICES TOURISTIQUES**
(Hébergement, transport terrestre et aérien, restauration, sites d'attractions, autres)
- **VOYAGISTES RÉCEPTIFS (grossistes réceptifs)**
(Spécialistes de la destination)
- **VOYAGISTES EXPÉDITIFS (Tours opérateurs)**
(Spécialistes du marché cible)
- **AGENCES DE VOYAGES DÉTAILLANTS**
(Ventes directes aux consommateurs)
- **CONSOMMATEURS À DESTINATION**

Ce réseau représente la base de commercialisation des voyages et des principaux intermédiaires. Il y a plusieurs avantages pour les clients lorsque vous souhaitez solliciter les marchés internationaux via le réseau de distribution :

- Protection du client avec des assurances voyages;
- Recours pour le client si problème à destination;
- Le client travaille avec un seul intermédiaire, etc.

Il est important de savoir que les intermédiaires du réseau de distribution ne travaillent pas gratuitement, une commission s'applique pour chacun des paliers utilisés. Toutefois, tel que mentionné comme regroupement associatif, ce n'est pas votre organisation, mais vos membres qui auront à assumer une commission et faire le choix de travailler ou non avec ce réseau. Le fait de recourir entièrement, partiellement ou aucunement au **réseau de distribution** de l'industrie touristique dépend du rôle que l'entreprise membre de votre association souhaite privilégier dans l'organisation du forfait ou d'un programme touristique. Vos membres auront toujours beaucoup plus d'autonomie en travaillant en direct avec les clients, cependant des investissements importants seront nécessaires pour rejoindre la clientèle. Lorsque vous travaillez avec le réseau de distribution, c'est comme une clé en main. Les intermédiaires, eux, investissent beaucoup dans la mise en marché, la représentation, la vente, etc. Le réseau est un outil de commercialisation permettant de mettre en marché des prestations touristiques à l'état brut sur un marché cible déterminé.

Pour un regroupement associatif, il est recommandé voire essentiel de travailler avec les intermédiaires du voyage. Toutefois, votre intervention sera différente d'un intermédiaire à l'autre.

Rôle d'une organisation associative auprès des intermédiaires:

Pour faciliter la compréhension, voici les rôles et fonctions d'un voyageur réceptif et d'un voyageur expéditeur.

Ils sont fabricants, concepteurs de voyages. Ils forfaitisent une ou plusieurs destinations dans le but de revendre ses forfaits à des agences de voyages détaillantes ou à un voyageur ou encore directement aux consommateurs.

Voyagistes Réceptifs:

C'est votre premier contact pour travailler avec le réseau de distribution, le réceptif est un client d'importance qui se situe au début de la chaîne de distribution. Son siège social est habituellement situé dans le pays où il offre des prestations. Le voyageur peut aussi être situé à l'extérieur du pays qu'il forfaitise, dans un pays étranger pourvu qu'il connaisse suffisamment bien la destination.

Une fois qu'il aura décidé de mettre votre produit et/ou région de l'avant, c'est lui qui en fera la promotion. Il produira une brochure, un site web, etc. Il fera de la représentation auprès des voyageurs expéditeurs sur des marchés spécifiques pour vendre votre produit. Il est important de faire le bon choix de réceptif, c'est-à-dire identifier les marchés que vous souhaitez développer et le produit que vous souhaitez mettre de l'avant. Il existe plusieurs types de réceptifs avec des spécialités diverses.

Voyagistes Expéditeurs:

Habituellement situé dans le pays émetteur, le voyageur expéditeur est le représentant de votre produit ou destination dans un marché spécifique. Il vend ses produits aux agences de voyages qui elles, vendent aux consommateurs, doit éditer des brochures luxueuses et esthétiquement «tapis-à-l'œil». Ces documents sont distribués dans toutes les agences de voyages des marchés desservis par le voyageur. Ces documents peuvent être publiés en plusieurs milliers ou mêmes millions d'exemplaires, chez les très gros voyageurs. Généralement, la brochure d'un voyageur expéditeur, est un outil de pénétration de marché très efficace. Les produits qu'il a dans sa brochure sont habituellement achetés auprès d'une agence réceptive.

C'est lui qui investira temps et argent pour rendre votre produit disponible sur un marché spécifique. Comme organisation associative, votre rôle est d'alimenter le voyageur sur votre offre en participant à des salons, bourses touristiques où vous aurez possiblement la chance de le rencontrer. Aussi, si votre organisation investit dans le positionnement de votre offre sur le marché de ce dernier, cela aura pour effet de renforcer ce que le voyageur fait déjà en termes de promotion.

Agence de voyages détaillants:

L'agence, quant à elle, vend des produits qui ont été élaborés par des voyageurs expéditifs. Certains réseaux d'agences ou regroupement travailleront avec des voyageurs expéditifs spécifiques et non avec tous les voyageurs. Ils sont en lien direct avec la clientèle c'est pourquoi ils sont aussi un maillon important dans la distribution. Plusieurs agences sont aussi spécialisées sur des produits et/ou thématiques spécifiques. Certains organisent aussi des voyages à la carte en passant directement par l'agence réceptive ou tout simplement en direct avec le fournisseur de service. Pour un regroupement associatif, il est important de faire connaître votre produit en organisant des tournées de familiarisation pour leur permettre de mieux connaître le produit.

Les actions de commercialisation des différents intermédiaires sont souvent orchestrées avec des partenaires comme des fournisseurs de services touristiques, des offices de tourisme, le ministère du Tourisme, la Commission canadienne du Tourisme et divers autres organismes.

L'arrivée de l'Internet a des impacts directs sur le réseau de distribution dans le monde du voyage. L'information étant de plus en plus disponible sur le web, il devient facile pour un client de magasiner des vacances en ligne. Ce phénomène impose aux différents intermédiaires de s'actualiser et s'adapter à ce nouveau mode de consommation qui croît rapidement. Naturellement, l'achat de voyages en ligne ne comporte pas toujours les mêmes protections pour le client. Souvent le prix d'appel est intéressant, car il y a moins d'intermédiaires à payer. Mais attention cela ne sera pas le même produit que vous allez acheter.

Pour une association touristique ou sectorielle, voici les principaux éléments à considérer pour travailler de façon dynamique avec les agences réceptives :

- Alimenter avec des nouveautés sur votre région ou votre produit. Pour un concepteur de circuit, il est important de toujours avoir de l'information pertinente et à jour.
- Vous devez avoir une banque de photos libres de droits et accessibles avec des photos renouvelées régulièrement. L'utilisation des photos est essentielle pour le web ainsi que la production de brochure forfait.
- Des suggestions de programmes-itinéraires pourront faciliter le travail des réceptifs.
- Offrir des tournées de familiarisation pour permettre aux réceptifs de bien connaître votre région et/ou votre produit. C'est très important et essentiel si vous souhaitez voir votre produit offert dans les brochures.
- Offrir des services-conseils sur votre organisation et sur les membres que vous représentez.
- Dans certains cas très spécifiques, des actions de publicité coop seront mises de l'avant avec certains clients pour mettre en valeur une destination ou un produit spécifique.

Comme organisation associative, il sera aussi nécessaire de participer à plusieurs activités de représentation et de promotion :

- Salons
- Missions commerciales
- Formations sur votre produit chez le réceptif, tour opérateur, agence de voyages
- Bourses touristiques
- Rencontres clients
- Tournées de familiarisation

Toutes ses actions viseront à supporter les ventes des intermédiaires du réseau de distribution.

Entente de partenariat: Évidemment, il est possible de développer des ententes de partenariat avec ses intermédiaires, toutefois ils seront principalement de nature institutionnelle et corporative.

