

AGENCES DE VOYAGES

ORGANISATION ET VENTE DE VOYAGES ET SÉJOURS

L'activité d'organisation de voyages et de séjours est régie par le titre I^{er} du Livre II du Code du tourisme qui a codifié la loi du 13 juillet 1992 portant transposition de la directive européenne du 13 juin 1990 relative au voyage à forfait.

L'ordonnance n°2005-174 du 24 février 2005 a simplifié le droit en remplaçant les quatre régimes juridiques actuels par deux : la licence d'agent de voyages et la nouvelle habilitation. Cette ordonnance entrera en vigueur six mois après la publication de son décret d'application en Conseil d'Etat.

- **Rappel du dispositif actuellement en vigueur**

La législation prévoit actuellement quatre régimes d'exercice de l'activité : la licence pour les agences de voyages, l'agrément pour les associations et les organismes sans but lucratif, l'autorisation pour les organismes locaux de tourisme et l'habilitation pour les professionnels proposant des prestations touristiques à titre complémentaire ou accessoire à leur activité principale.

Ces autorisations administratives sont délivrées par les préfets après avis des commissions départementales d'action touristique sans réserve que les professionnels satisfassent aux conditions réglementaires d'assurance de responsabilité civile professionnelle, de garantie financière et d'aptitude professionnelle.

Le secteur régi par la législation relative aux voyages et séjours représente :

- 3 300 agences de voyages titulaires d'une licence,
- 700 associations de tourisme titulaires d'un agrément,
- 500 organismes locaux de tourisme (notamment offices de tourisme) titulaires d'une autorisation,
- 2 600 autres professionnels (transporteurs de personnes et entreprises d'autocars, hôteliers et gestionnaires d'hébergements classés ou de centres de loisirs ou agents immobiliers) titulaires d'une habilitation les autorisant à commercialiser des prestations de tourisme.

- **L'ordonnance du 24 février 2005**

L'ordonnance n° 2005-174 du 24 février 2005 relative à l'organisation et à la vente de voyages et de séjour et modifiant le code du tourisme a été publiée au journal officiel du 25 février 2005.

Cette ordonnance, prise en application de l'article 88 de la loi du 9 décembre 2004 autorisant le Gouvernement à simplifier le droit, a mis en place un cadre juridique adapté aux

attentes des professionnels qui assure la sécurité et la qualité des prestations offertes à la clientèle et simplifie les démarches d'autorisations administratives auprès des préfetures.

Elle remplace les quatre régimes juridiques institués par la loi n°92-645 du 13 juillet 1992 désormais intégrée dans le code du tourisme par deux régimes juridiques :

- la licence d'agent de voyages concernant les commerçants qui exercent à titre exclusif
- la nouvelle habilitation qui regroupe l'exercice des activités de tourisme à l'occasion d'une activité en rapport avec le voyage ou le séjour, les prestations des organismes locaux de tourisme et celles des associations.

Elle comporte des mesures de simplification ayant pour objet de faciliter et accélérer le traitement des demandes d'autorisations administratives par le préfet. Après la délivrance de la licence ou de l'habilitation, sur vérification des pièces communiquées par le demandeur et après avis de la commission départementale d'action touristique, le préfet est déchargé du calcul chaque année de la garantie financière et des vérifications de l'aptitude professionnelle des dirigeants des établissements secondaires ou du mandataire.

L'ordonnance prévoit qu'elle entrera en vigueur six mois après la publication du Conseil d'Etat pris pour son application et elle institue un délai d'un an pour permettre d'étaler dans le temps la mise en conformité des agréments, autorisations et habilitation en cours de validité avec le nouveau régime de l'habitation.

Le projet de loi ratifiant l'ordonnance du 24 février 2005 relative à l'organisation et à la vente de voyages et de séjours est en cours d'examen devant le Parlement (projet de loi portant diverses dispositions relatives au tourisme).

Les deux projets de décret d'application de la loi du 13 juillet 1992 sont en cours de concertation avec les organisations professionnelles et les administrations concernées.

LES AGENCES DE VOYAGES TRADITIONNELLES

Selon les observations du COE/SNAV (Enquête de conjoncture - Agences de voyages), après trois années consécutives de recul du volume de l'activité, les agences de voyages ont retrouvé en 2004 un rythme de croissance positif. Le chiffre d'affaires a augmenté de 3,9 % en valeur et de 4,9 % en volume, compte tenu d'une baisse des prix de 1 %.

Les agences de voyages, dont l'activité est très sensible aux événements internationaux, n'ont pas été épargnées depuis les attentats du 11 septembre 2001 et ont cumulé le conflit en Irak, l'épidémie de SRAS en Asie et la menace terroriste ravivée par les attentats de Londres et de Sharm El Cheikh. Cependant, à part les attentats en Espagne, qui n'ont eu que peu d'impact sur l'activité touristique, l'année 2004 aura été moins affectée. Dans le cadre d'une conjoncture économique plus favorable depuis la mi-2003, l'activité des agences de voyages a été portée par le secteur de la billetterie qui représente 73,5 % de l'activité globale. Le chiffre d'affaires en valeur a progressé de 4,6 %. Bénéficiant, en

moyenne sur l'année, d'une baisse des prix de 1,7 %, le chiffre d'affaires, en volume, s'est plus fortement accru de 6,3 %.

En ce qui concerne le secteur des voyages à forfait, les agences traditionnelles sont de plus en plus concurrencées par les agences en ligne. Les fortes tensions observées sur les prix en 2004, plus particulièrement pendant l'été et en fin d'année, ont pu peser sur la demande de voyages touristiques. Ainsi, le chiffre d'affaires ne progresse que de 0,8 % en valeur et diminue de 0,3 % en volume en 2004 sur un an, compte tenu d'une hausse des prix de 1,1 %.

Il est à noter que, si globalement en 2004, les agences de voyages ont enregistré de meilleurs résultats, les petites structures ont eu du mal à se remettre des difficultés des années passées.

Globalement, la tendance de l'activité des agences de voyages était légèrement à la hausse pour l'année 2004. Le détail du profil au cours de l'année 2004 a été plus mouvementé.

Après un premier semestre 2004 de croissance relativement soutenue, l'activité des agences de voyages s'est brusquement ralentie au troisième trimestre, dans la lignée du ralentissement global de l'activité en France. La tendance s'est bien redressée dès le début de l'automne pour à nouveau fléchir en fin d'année. Ces deux phases de ralentissement semblent fortement liées aux fortes hausses des prix des voyages à forfait enregistrées aux mêmes périodes.

Alors que le profil d'évolution du secteur de la billetterie a été, dans de moindres amplitudes, similaire à celui de l'évolution globale des agences de voyages, la tendance du secteur des voyages à forfait est plus sombre, l'activité étant à la baisse depuis le début de l'année jusqu'à la fin de l'été. Les deux phases de ralentissement du troisième trimestre et de la fin de l'année ont été beaucoup plus fortes dans ce secteur, probablement du fait des hausses tarifaires. Ce secteur très concurrencé par le développement des ventes sur Internet a du mal à retrouver les rythmes de croissance soutenue de la fin des années 90.

Si globalement les prix dans le secteur des agences de voyages ont diminué de 1 % entre 2003 et 2004, cette tendance cache de fortes disparités. En effet, les prix de la billetterie ont diminué de 1,7 % en moyenne annuelle en 2004. Cette baisse est essentiellement le fait de la billetterie aérienne (-2,1 %). Par contre, les tarifs SNCF ont continué d'augmenter (+2,7 %) et les tarifs maritimes sont restés quasiment stables (+0,2 %). Les tensions sur les prix du pétrole ne semblent pas avoir eu d'effet visible sur la billetterie aérienne.

Cependant l'appréciation de l'euro sur le dollar ainsi que la concurrence accrue des compagnies low cost en France ont probablement eu un effet désinflationniste sur les prix des billets d'avion. Pour faire face à un contexte peu favorable, les prix des voyages à forfait s'étaient stabilisés en 2003. On a assisté à un effet de rattrapage en 2004. Les prix se sont en moyenne accrus de 1,1 % sur l'année avec de fortes hausses saisonnières pendant l'été et en décembre.

En 2004, le marché a été atone, l'activité tourisme n'a pas vraiment repris, les défaillances ont été nombreuses et ont touché des grands noms de la profession. Outre la conjoncture maussade, les agences ont dû affronter la problématique de la suppression de la commission aérienne (1^{er} avril 2005) qui impose un nouveau modèle économique. Les

compagnies aériennes reversaient jusqu'alors 7 % du montant des billets vendus aux agences de voyages. Ces dernières années, les difficultés subies par les transporteurs, les tour-opérateurs et les GDS ont amplifié la baisse du niveau de rémunération des agences de voyages. 50 % des billets aériens vendus par les agences de voyages étaient des billets de la compagnie nationale et 75 % de leur chiffre d'affaires était à imputer à la billetterie. Ainsi leur source de revenus majoritaire a été supprimée. Jusqu'à présent rémunéré par le fournisseur, l'agent de voyages doit se préparer à être payé par le client. Il est prévu que ce manque à gagner soit compensé par des frais de dossier. Les agences devront donc prélever des frais sur chaque dossier clients pour se rémunérer. Les agences qui vendent de la billetterie de passage sont les plus fragiles : elles peuvent gagner plus en frais qu'en commission, mais leur clientèle risque de basculer sur Internet où les frais sont moins élevés. La solution pour être rentable est de vendre des forfaits tourisme sur mesure et réduire les frais généraux. Certains réseaux, comme Thomas Cook ou Carlson Wagonlit Travel, après l'absorption de Protravel, ont réduit leurs effectifs, raison pour laquelle le phénomène des alliances se poursuit. La création du G4 en avril en est la preuve : American Express Voyages d'Affaires, Thomas Cook, Afat Voyages et Manor mettent en commun des outils technologiques et négocient ensemble auprès des fournisseurs (volume d'affaires global : 4,5 milliards d'euros). Tourcom s'allie à TQ3, l'Alliance T continue son expansion en ralliant de nouveaux réseaux (Fnac Voyages, Pauli, JV Voyages) et compte 1 400 points de vente.

Mais la disparition de ces commissions n'aura pas le même impact sur les petites agences indépendantes que sur les agences adhérentes à des réseaux volontaires ou sur les gros réseaux. Ces derniers auront probablement de meilleures capacités à s'adapter à ce nouveau mode de rémunération que les agences indépendantes. Afin de limiter les effets de concurrence, il a été négocié, notamment avec Air France, que les ventes directes de billets par la compagnie aérienne intègrent les mêmes frais de dossier pour ne pas créer de différence de prix. Le SNAV a lancé une campagne de communication pour aider les agences de voyages dans la mise en place du nouveau système de rémunération basé sur des frais de dossier.

Cette modification historique est d'autant plus importante que l'amélioration de l'activité en 2004 était essentiellement liée au secteur de la billetterie.

Les événements structurels marquants de l'année 2003 se sont amplifiés en 2004. Les agences de voyages sur Internet ont continué à prendre de l'essor. Le chiffre d'affaires total des agences de voyages est estimé à 11-13 milliards d'euros. En 2004 les agences de voyages en ligne représentaient plus de 10 % de ce chiffre d'affaires et ont enregistré des taux de croissance nettement plus élevés que les agences traditionnelles (de l'ordre de 40 à 50 % en 2004). La concurrence est donc accrue et constitue un facteur d'inquiétude pour les agences traditionnelles qui perdent des parts de marché, notamment dans le secteur des voyages à forfait.

L'été 2004 a marqué une forte progression des ventes en ligne sur le marché français. Selon l'association Cével.com le volume d'affaires de ses membres a augmenté de 50 % avec deux destinations phares, la Turquie et le Maroc. Les principaux mouvements de l'année ont été l'implantation d'Expedia et de Travelocity (Odysia), le rachat d'Opodo par Amadeus et de Ebookers par Cendant Galileo. La concurrence entre le site d'Air France et les agences en

ligne va s'accroître. La loi de l'économie numérique rend l'agence internet responsable de toutes les prestations (vols secs et forfaits).

Les compagnies low cost, en concurrence directe avec les agences de voyages de par leur choix de distribution, ont poursuivi leur développement sur le territoire français. EasyJet, deuxième compagnie aérienne opérant en France, a affiché un taux de croissance en termes de passagers transportés de 48,9 % en 2004 et Ryanair de +17,6 %. Air France, qui reste de loin la première compagnie, n'a progressé que de 4,3 %. Le développement de ces compagnies constitue à nouveau une perte de part de marché pour les agences traditionnelles, cette fois dans le secteur de la billetterie puisque ce type de billet est uniquement distribué en direct par les compagnies aériennes (centres d'appels téléphoniques ou internet).

Dans un contexte où l'activité des agences de voyages est en pleine mutation, le SNAV et ODIT France réalisent une étude sur les enjeux et perspectives des agences de voyages traditionnelles pour les aider à s'orienter au mieux dans l'avenir. Un rapport provisoire de cette étude a été présenté lors du salon professionnel Top Résa.

Trois mois depuis le passage au nouveau modèle économique de la commission zéro, le baromètre mensuel du SNAV et du COE fait apparaître que le chiffre d'affaires des agences de voyages a progressé de 9,3 % en mai 2005 par rapport à mai 2004 et que le segment billetterie ne semble pas souffrir de la suppression des commissions par les compagnies aériennes (+7,5 % en mai 2005). Le plus inquiétant semble être la faiblesse de l'évolution de la vente de voyages à forfaits des agences (+0,7 % en mai 2005) qui sont de plus en plus concurrencées, pour les produits week end prolongés (moins nombreux qu'à l'accoutumée cette année), par les agences de voyages online. Citant l'indice des prix de l'INSEE, le COE précise que les prix des voyages touristiques ont augmenté de 25,3 % en mai 2005 par rapport à mai 2004. En données corrigées des variations saisonnières, le chiffre d'affaires total des agences a gagné 3 % entre avril et mai 2005, la billetterie 3,8 % et les voyages à forfait ont cédé 2,7 %. A l'issue des cinq premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires total cumulé augmente de 4,4 %, la billetterie de 3,9 % et la vente de voyages à forfait de 1,8 %.

LES VOYAGISTES

La saison d'hiver 2004-2005 a été lourdement pénalisée par le raz-de-marée en Asie, fin décembre, et la désaffection pour des destinations habituellement très attractives en cette saison (Thaïlande -19,2 %, Sri Lanka et Maldives). Selon le président du CETO, sans le tsunami la croissance aurait été d'environ 8 %, soit trois points de mieux. Malgré cela, le dernier bilan d'activité de l'association des voyagistes (représentant environ 80 % du secteur) témoigne d'une bonne saison d'hiver (début novembre-fin avril) avec une hausse de l'activité de 3,9 % et d'une situation favorable pour l'été (mai-octobre). Pour la première partie de l'année commerciale 2004-2005, il comptabilise plus de 2,64 millions de clients (+3,9 % à périmètre comparable) dont un peu plus de 2 millions ont opté pour un forfait (+5,6 %) et 642 000 (-0,4 %) pour les vols secs. Le volume d'affaires a enregistré une progression de 2,9% à 1,89 milliard d'euros (+4,1 %). Cette évolution traduit une érosion de la recette unitaire de 1,4 % à 787 euros par rapport à l'an passé. La concurrence vive entre les

voyagistes traditionnels et les voyagistes en ligne explique ce tassement et se traduit par une pression sur les marges. Le CETO estime que la profession est de plus en plus résistante aux phénomènes extérieurs.

La destination France génère 191 millions d'euros de volume d'affaires (-0,7 %) contre 641 millions d'euros pour le moyen-courrier (+16,9 %) et 743 millions d'euros pour le long-courrier (-1,9 %). Pour une recette unitaire en baisse de 2,2 % sur l'Hexagone (372 euros hors aérien) et de 1,9 % sur le long-courrier (1 395 euros) mais en progression de 3,5 % sur le moyen-courrier (671 euros).

La croissance n'a pas profité à l'ensemble des destinations. Sur le moyen-courrier, la désaffection pour les Baléares (-25,6 %), les Canaries (-15,7 %) ainsi que l'Italie continentale (-29,5 %) persiste – ces destinations en zone euro sont jugées trop chères – alors que le Maroc +24,7 %, l'Égypte (+33,7 %) et la Tunisie (+17,1 %) sont les destinations les plus prisées avec la Turquie (+67,7 %).

En long-courrier, la chute des Antilles (-7,7 %) continue alors que la République dominicaine reste de très loin la première destination malgré un effet de stagnation. Les États-Unis bénéficient d'un attrait retrouvé (+37,6 %).

Fin avril, le cumul des réservations couvrant l'année commerciale 2004-2005 progresse de 10,5 %, la hausse étant de 22,3 % pour le moyen-courrier. et de 4 % pour les départs effectués. La France affiche une baisse de 1,8 %.

LES CONSÉQUENCES À L'ÉTRANGER DE LA COMMISSION ZÉRO

Selon Michel de Blust (secrétaire général de l'Ectaa), la commission zéro n'a fait qu'accélérer le phénomène de regroupement initié dans les années 90 sans qu'il y ait eu de catastrophe sociale. Sur le marché irlandais, il n'y a plus d'agences indépendantes et le nombre d'agrément Iata a chuté de 15 %. En Allemagne, 10 % des agences restent complètement indépendantes. En Norvège, le syndicat des indépendants a fusionné avec celui des réseaux car il comptait trop peu d'adhérents. Les parts de marché de la distribution n'a pas baissé dans les pays où la commission zéro s'est déjà imposée. Comme aux États-Unis, on constate que la fin des commissions aériennes n'a pas entraîné beaucoup de baisse généralisée des marges des agences. Beaucoup ont disparu, mais celles qui ont su s'adapter ont plutôt amélioré leurs marges.

On peut ainsi s'attendre à ce que se produise en France dans les prochaines années, ce qui est déjà arrivé aux États-Unis ou en Grande-Bretagne, à savoir la concentration extrême du marché du voyage et la disparition d'une grande partie des agences de voyages et le renforcement des réseaux subsistants.

Aux États-Unis, où la commission de base a été supprimée et la distribution Internet représente près de 35 % du marché, 40 % des distributeurs licenciés ARC (équivalent américain de IATA) ont disparu en deux ans. L'ASTA, le principal syndicat des agences de voyages américaines, a perdu la même proportion d'adhérents. Néanmoins les agences de voyages génèrent toujours 75 % des ventes de billets d'avion aux USA et un billet sur deux donne encore lieu à une commission. La commission de base, supprimée en 2003, a été remplacée par des accords spécifiques, de compagnie à agence. Cette politique a accéléré la concentration de la distribution. Le nombre des agences de voyages américaines de moins de

1 million de dollars de chiffre d'affaires a diminué de 25 %. En revanche, les agences de plus de 1 million de dollars de chiffre d'affaires ont augmenté de 10 %. Aujourd'hui, 95 % des agences américaines appartiennent à un réseau intégré ou volontaire. En cumulant les super-commissions (environ 1 %) et ce qu'elles facturent au client, les agences américaines qui ont subsisté, ont à peu près reconstituer leurs revenus antérieurs.

En Grande-Bretagne, pays où l'essor des low-cost a tout de suite été très important, British Airways a été la seconde compagnie européenne à réduire la commission de base. Le 1^{er} décembre 2003, la compagnie a introduit un taux de commission de base à 1 %. La disparition d'un quart des agences de voyages britanniques aurait succédé à cette réforme.

SINISTRES ET LIQUIDATIONS JUDICIAIRES EN 2004

Le nombre de liquidations judiciaires a atteint son plus haut niveau. La profession a enregistré 76 liquidations (dont 34 à l'APS) sur les neuf premiers mois de l'année contre 67 en 2001. Les sinistres ont été plus importants qu'en 2003 et touchent des entreprises à la taille et la renommée conséquentes. Le coût des sinistres a quasiment triplé depuis 4 ans (2 100 000 euros contre 765 000 en 2001 selon l'APS), Republic Tours, Cit et Festival étant les plus touchés. De nombreuses agences de voyages indépendantes ont disparu en 2004, les agences affiliées à un réseau volontaire s'en sont mieux sorties grâce aux aides consenties par leur siège : une seule défection serait enregistrée chez Selectour. Le nombre de clients pris en charge par l'APS a été de 3 875 en 2004 contre 2 884 en 2001.

DE NOUVELLES CRÉATIONS D'AGENCES MALGRÉ LA CONJONCTURE

La profession subit une crise depuis 2001 et cependant de nouveaux entrepreneurs continuent d'investir dans le secteur des agences de voyages. L'APS a ainsi enregistré plus de 20 % de nouveaux adhérents entre 2003 et 2004, ce qui correspond au rythme qui précédait les attentats de 2001. Malgré un exercice déficitaire en 2004, l'APS enregistre un solde positif. La barre des 3 000 adhérents pourraient être franchie avant 2008.

Dans l'attente d'une reprise, les groupes ne peuvent plus faire subsister les points de ventes non rentables. Aux Pays-Bas, TUI annonce la fermeture de 135 agences de voyages dans les deux ans à venir à cause de la forte concurrence d'Internet. En France, Thomas Cook va réduire de 10% ses effectifs et fermera une quinzaine d'agences, au moins huit ou neuf en 2004. Après le rachat de Protravel, Carlson Wagonlit Travel supprimera une centaine de postes et fermera une trentaine d'agences de proximité (en doublon ou déficitaires).

Ces fermetures ont des causes différentes mais ont en commun une volonté commune de rationaliser les coûts dans un climat de plus en plus concurrentiel. Le changement de modèle économique, lié à la suppression des commissions, fragilisera encore davantage les agences les moins rentables.