



LE SMS
level...com*

*Association des vendeurs de voyages en ligne

Contrat d'assurance et low cost : gare aux exclusions !

1. Les agences de voyages s'intéressent de plus en plus à la distribution de billets d'avion low cost, spécialement dans le cadre des forfaits dynamiques. Cette distribution se heurte à plusieurs contraintes.

2. Si les difficultés relatives aux aspects techniques et juridiques sont désormais assez bien cernées, celles relatives à la police d'assurance responsabilité civile souscrite par l'agence restent méconnues. Or toute police d'assurance comporte des exclusions de garantie.

3. À titre d'exemple, on peut y lire que l'assureur ne couvre pas les risques inhérents ou dommages résultant d'un sinistre survenu à l'occasion d'un transport aérien assuré par un transporteur ne faisant pas partie d'une association de transporteurs aériens officiellement reconnue (lata, Ataf, AEA, ATA, Iaca..).

4. Si les compagnies régulières adhèrent dans leur grande majorité à ce type d'association, ce n'est pas nécessairement le cas des compagnies à bas prix.

Anne-Sophie Poggi,
avocat associé,
www.derriennic.com

Notre conseil :

Notre conseil : vérifier les exclusions de votre contrat d'assurance avant de vendre des compagnies aériennes low cost.

Selectour.com vendra la SNCF

Le réseau à l'hippocampe propose, sur un même trajet, des itinéraires en avion et des alternatives en train. Mine de rien, c'est une première.

C'est une avancée technologique intéressante pour le voyageur : le site de Selectour suggère désormais des itinéraires en train et en avion sur une même page de réponses, à l'image d'un *Self Booking Tool* (SBT) dans le voyage d'affaires. Cet affichage multimodal est rendu possible grâce à l'intégration des Web services de la SNCF par Sabre, dont le réseau veut tirer profit. Il s'agit d'une première dans l'e-tourisme. Même Voyages-sncf.com ne le propose pas, le rail restant géré par la SNCF et le reste des produits par Expedia. Sans surprise, Selectour communiquera fortement sur son moteur unique de réservations « train + avion », pour donner un coup de pouce à ses ventes par la même occasion. Les réservations de transport sec enregistrées via Selectour.com seront traitées par le call center du réseau (Voyages 31 à Toulouse), qui a des accès Sabre. Le réseau préfère piloter les premiers dossiers online, notamment pour jauger le volume engendré, les évènements



« Selectour.com, qui réalise entre 1M€ à 2M€ de volume d'affaires sur une base annuelle, reste un "Petit Poucet" du e-tourisme. Dans sa nouvelle mouture, lancée au printemps, le site proposait principalement la réservation de forfaits avec Orchestra. L'ajout d'un moteur « avion + train » devrait lui donner du ressort. Aucun pure player visant la clientèle loisirs ne propose l'affichage multimodal.

tuels bugs, le besoin de service après-vente. A contrario, sur les forfaits, toutes les ventes du site sont renvoyées vers ses membres, même quand l'internaute paye en ligne. Sur les pas de Selectour, les autres agences et réseaux pourront, à leur tour, demander cette technologie multimodale à Sabre, moyennant finances. Et ainsi mettre en concurrence directe, sur leurs Web, les liaisons aériennes d'une part, les TGV, Thalys et autres Eurostar d'autre part. Les clients loisirs devraient apprécier, les voyageurs d'affaires de TPE

(sans accès à un SBT), encore plus. Sabre a aussi intégré les Web services SNCF dans le projet CWT Turbo. Enfin, le GDS est en train de les déployer dans MySabre : les 600 points de vente connectés à cette plate-forme n'auront plus à faire deux requêtes pour connaître les disponibilités aériennes et ferroviaires. « La fonctionnalité multimodale sera disponible pour les agences au premier trimestre 2010 », promet Claire Gagnaire, directrice générale de Sabre France. Sans coût additionnel.

Linda Lainé

Citizenbooking.com se niche dans les appart-hôtels

Le site agrège 240 appart-hôtels. Un espace BtoB est en projet.

Citizenbooking.com est une jeune entreprise spécialisée dans les séjours urbains. Le site permet la réservation auprès de 240 appart-hôtels en France, son premier terrain de jeu. Son ambition est de couvrir l'Europe, d'où l'intégration de quelques offres en Grande-Bretagne et en Belgique. Suivront d'autres pays, en fonction des opportunités. « Nous ne facturons aucun frais de réservation aux clients, indique Jean-François Ramé, son cofondateur. Nous

sommes à parité tarifaire avec les appart-hôtels qui vendent en direct, y compris sur les promotions. Nous visons 200 000 nuitées en 2010 ». En moyenne, les séjours s'échelonnent sur quatre nuits, avec un panier moyen de 350 à 400€. Citizenbooking.com vise les voyageurs européens, et sera bientôt traduit en six langues. Sa cible est double : les hommes d'affaires et les

familles, complémentaires au niveau des périodes de réservations. Les ventes sont réalisées en BtoC. Mais un espace pro doit voir le jour début 2010. « Nous l'avons prévu techniquement. Il y aura un code BtoB pour les entreprises, les TO et les agences de voyages. Nous garantirons à ces apporteurs d'affaires un partage des commissions et des avantages spécifiques. »

Son ambition est de couvrir l'Europe

L. L.