

La branche suisse du voyage



TABLE DES MATIERES

•	La Fédération	3
•	L'histoire des voyages	4
•	La structure de la branche	5
-	Tourisme outgoing	5
	Tour-opérateurs	5
	Retailers	5
	Forme juridique	6
	Modèles de coopération	6
	Offices du tourisme étrangers	6
	Leisure travel / Voyages de vacances	7
	Business travel / Voyages d'affaires	12
-	Tourisme incoming	14
	MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Events)	
-	Prestataires de services	15
•	Presse spécialisée / publications destinées à la branche	16
-	Manuel FSV «Marketing, droit, création, achat et vente d'une agence de voyages»	17
•	Compagnies aériennes & alliances	18
•	Facts & Figures	22
•	Chiffres	24

LA FEDERATION

Fondée en 1928, la Fédération Suisse du Voyage (FSV) est l'association faitière des détaillants et des tour-opérateurs de Suisse et du Liechtenstein. La FSV compte près de 580 membres actifs et plus de 120 membres passifs, qui génèrent environ 80% du chiffre d'affaires total de la branche du voyage (environ 1,8 milliard de CHF de chiffre d'affaires (extrapolé); état: 2021).

Les membres de la Fédération garantissent les fonds de la clientèle par leur affiliation au Fonds de garantie de la branche suisse du voyage ou à une autre assurance conforme à la loi. [Adresses garantie des fonds de la clientèle](#)

La FSV informe non seulement le public sur les qualités professionnelles de ses membres, mais contribue aussi activement à une formation sérieuse et homogène de la relève, tout en s'engageant au niveau du perfectionnement.

La FSV dispose de divers champs d'action, Formation et perfectionnement, Trafic aérien, Environnement et affaires sociales, etc. qui étudient les thèmes actuels et s'investissent avec savoir-faire.

La Fédération défend les intérêts de ses membres sur le plan national et international, s'implique activement dans la conception des conditions cadres économiques et pratique un lobbying actif au niveau politique, économique et public. La FSV est membre à part entière de l'ECTAA à Bruxelles, l'association faitière européenne des agents de voyages et des tour-opérateurs (The European Travel Agents' and Tour Operators' Associations).

[Site web de la FSV](#)

[Site web de l'ECTAA](#)

L'HISTOIRE DES VOYAGES

C'est en 770 av. J.-C. déjà que la première édition des Jeux Olympiques incita les gens à se déplacer. Le Grec Hérodote (480 à 421 av. J.-C.) fut l'un des premiers à entreprendre un voyage de formation pour découvrir de nouveaux us et coutumes. Il entreprit des déplacements à des fins thérapeutiques ainsi que des pèlerinages dans les lieux saints, un motif de voyage qui se généralisa au Moyen Age.

L'aménagement du réseau routier à des fins militaires favorisa l'envie de voyager dans la Rome antique, ainsi que l'attrait des sources thermales et bains lointains (tourisme balnéaire). Voyager devint un plaisir. A l'époque des croisades et des pèlerinages, les voyages se révélèrent toutefois plus dangereux et plus épuisants. Le «voyage» fut désormais essentiellement motivé par les expéditions criminelles et les guerres, mais aussi par le commerce, les découvertes et les affaires.

L'épopée des tours du monde à la voile prit naissance au 15^e et au 16^e siècle. Les marins et les hommes de lettres éveillèrent les aspirations et la soif d'aventure des gens. Ce n'est qu'au 18^e siècle que le voyage sans objectif, libre de considérations religieuses ou guerrières, tel que nous le connaissons aujourd'hui, connut un nouvel essor.

En 1841, l'Anglais Thomas Cook proposa un voyage organisé en train de Leicester à Loughborough. Ce **premier voyage à forfait** de l'histoire comprenait non seulement le déplacement en train, mais aussi la restauration et la musique.

Les voyages de jadis se distinguent des voyages actuels sur un point capital, à savoir sur le cercle de personnes concernées. Jusque tard dans le 20^e siècle, le fait de voyager constituait en effet un loisir réservé aux riches: hommes d'affaires, nobles, ecclésiastiques, grands bourgeois et fonctionnaires par la suite.

Une plus grande aisance matérielle et l'augmentation du temps libre sont d'autres facteurs de croissance. A l'heure actuelle, les voyages vont de soi et le terme de «tourisme de masse» s'applique aux voyages entièrement organisés.

Source: Allgemeine Tourismuslehre / Einführung

LA STRUCTURE DE LA BRANCHE

La branche du voyage se divise en outgoing et incoming. Pour que ces notions soient compréhensibles, elles sont brièvement expliquées ici.

Tourisme outgoing

Un retailer et/ou un tour-opérateur actif dans ce domaine assiste les clients qui planifient un voyage à l'étranger et se charge de procéder à la réservation. Dans la plupart des cas, le tour-opérateur dispose sur place d'une représentation locale, l'agent et/ou le guide incoming.

Tour-opérateurs

Le tour-opérateur a pour tâche principale d'organiser des voyages et de les publier dans un catalogue, dans un flyer et/ou sur internet. Le tour-opérateur propose les voyages à forfait directement ou par un intermédiaire, par ex. une agence de sa propre chaîne et/ou un retailer.

Retailers

Le retailer fournit au client, sur la base d'un contrat d'agence et pour le compte d'un tour-opérateur, des prestations individuelles et/ou des voyages à forfait. D'un point de vue juridique, il est ainsi l'administrateur du tour-opérateur. Le retailer touche une commission pour ce service.

Les prestations d'une «agence de voyages classique» comprennent non seulement la vente de transports (avion, train, bus, etc.), mais aussi l'organisation de voyages à forfait, la réservation d'hébergements et de voitures de location, le devoir d'information ainsi que la demande de visas, la vente de billets d'entrée et d'assurances de voyage.

Comme dans la plupart des secteurs de services, les retailers répercutent sur le client les frais effectifs ou tout au moins une partie d'entre eux. Les frais de réservation et de conseil varient d'un retailer à l'autre et sont plus ou moins bien acceptés sur le marché.

L'industrie du voyage vit elle aussi de profonds bouleversements. En raison du «dynamic packaging», toute agence de voyages proposant des prestations sous forme combinée devient un fournisseur individuel de voyages à forfait. Elle achète les prestations nécessaires à cet effet (vol, transfert, hôtel, tour de ville, etc.) directement auprès de prestataires de services dans le monde entier ou auprès de différents fournisseurs en Suisse, ce qui lui permet d'offrir un service à la clientèle personnalisé. En conséquence, les tour-opérateurs traditionnels perdent des parts de marché et la frontière entre retailer et tour-opérateur tend à disparaître.

Ces évolutions et constatations prouvent à quel point les tâches de l'industrie du voyage sont devenues complexes. Elles touchent dans une même mesure les tour-opérateurs et les revendeurs qui doivent faire preuve de souplesse et de créativité, savoir communiquer et être à

l'écoute des besoins de la clientèle, tout en se montrant bons commerçants et bons gestionnaires.

Le client attend de l'agence de voyages une plus-value sous la forme de conseils compétents et de prestations complémentaires utiles, par exemple un service de transfert VIP aéroport/hôtel pour donner une touche personnalisée aux vacances.

Forme juridique

La société anonyme constitue la forme juridique la plus fréquente, tant chez les retailers indépendants que chez les distributeurs d'un tour-opérateur. De manière générale, l'on peut dire que la majeure partie des retailers sont le point de vente d'un groupe et que les autres sont indépendants.

Modèles de coopération

Les trois organisations TPA (Travel Professionals Association), TTS (Travel Trade Service Ltd.) et twd AG (Travel with a difference) ont fusionné en janvier 2022 pour former la coopérative Travel Professionals Switzerland TPS. Les membres de la coopérative bénéficient de divers avantages, tels que de meilleures conditions d'achat, un soutien dans des domaines tels que le marketing, le conseil juridique, la technologie, etc.

L'Association des Agences de Voyages Privées de Genève (AVP) regroupe différentes agences indépendantes dans les cantons de Genève et Vaud. Fondée il y a plus de 20 ans, ses objectifs sont de mettre en commun le savoir-faire et l'expérience de ses membres, ainsi que de défendre la profession et les intérêts de ses clients.

Le modèle de franchise est peu prisé. L'impopularité de ce modèle est vraisemblablement imputable au fait que, pour la plupart des retailers, il est hors de question de renoncer à leur indépendance.

Contrairement à la concentration observée chez les tour-opérateurs, de nombreuses agences indépendantes subsistent parmi les retailers.

Offices du tourisme étrangers

A l'inverse des offices du tourisme locaux, les offices du tourisme étrangers sont les représentants d'un pays. Les personnes intéressées ont la possibilité de s'adresser à eux pour commander du matériel d'information.

De plus en plus d'offices du tourisme étrangers en Suisse ayant démissionné de l'association «Corps touristique», cette dernière a été dissoute en décembre 2017. En effet, pour des raisons de coûts, un seul siège couvre généralement toute la région DACH (Allemagne, Suisse et Autriche) et celui-ci se trouve rarement en Suisse.

Leisure travel / Voyages de vacances

Tour-opérateurs

DER Touristik Suisse SA (Kuoni), Hotelplan Suisse et TUI (Suisse) Ltd (par ordre alphabétique) dominent le marché suisse, qui compte aussi des tour-opérateurs indépendants spécialisés dans certains créneaux (produits et/ou régions).

Voici un bref aperçu et quelques détails sur les plus grands et plus importants tour-opérateurs actifs en Suisse.

Hotelplan Suisse

Hotelplan Suisse est la compagnie suisse du groupe Hotelplan, actif au niveau international et propriété entière de la Fédération des Coopératives Migros. Hotelplan Suisse est présent sur le marché helvétique avec les cinq marques de voyages Globus Voyages, Travelhouse, Tourisme Pour Tous, Hotelplan et Vacances Migros. Le réseau d'agences comprend 98 succursales (Hotelplan, Travelhouse et les Lounges Globus Voyages).

Près de 650 collaborateurs en Suisse dispensent aux vacanciers leurs précieux conseils. Les 88 succursales sont dotées de moyens techniques ultramodernes permettant d'effectuer la plupart des réservations en ligne et donc d'obtenir une confirmation immédiate.

En plus des marques «maison», les succursales proposent aussi des produits d'autres voyagistes. Hotelplan Suisse (MTCH SA) travaille en outre avec environ 700 agences de voyages suisses indépendantes.

Hotelplan Suisse est représenté par les marques suivantes:

- Migros Ferien
- Tourisme Pour Tous
- Travelhouse
- Hotelplan

Hotelplan Group est représenté en Suisse avec les compagnies sœurs suivantes:

- Hotelplan Suisse
- bta first travel
- Interhome Group
- Finass Reisen

Source: www.hotelplan-suisse.ch / 08.04.22

DER Touristik Suisse SA

DER Touristik Suisse SA est une entreprise touristique leader sur le marché suisse. Avec les tour-opérateurs Kuoni et Helvetic Tours ainsi qu'une douzaine de marques spécialisées, elle couvre toute la gamme des voyages. L'entreprise fait partie de DER Touristik Group, l'un des plus grands voyagistes d'Europe.

Le réseau de distribution de DER Touristik Suisse compte plus de 80 agences de voyages Kuoni, Helvetic Tours et rewi réparties dans toute la Suisse. Quelque 1000 collaborateurs actifs dans ces agences ainsi qu'au siège de Zurich Altstetten s'engagent avec passion pour que les rêves de voyages de leurs clients deviennent réalité.

Les Kuoni Business Travel Center s'occupent de l'organisation des voyages d'affaires pour le compte de PME et de gros clients. Un autre service spécialisé dans les MICE (Meetings, Incentives, Congress, Events) vient compléter les prestations de voyages de DER Touristik Suisse SA.

Les marques de tour-opérateurs ci-après font partie de DER Touristik Suisse SA:

- Kuoni
- Helvetic Tours
- ACS Voyages
- asia365
- Cotravel
- Dorado Latin Tours
- Frantour
- Kuoni Sports / Ochsner Sport Travel
- Kontiki
- Kuoni Cruises
- Manta Voyages
- MICExperts
- Pink Cloud
- Private Safaris
- Railtour

Les marques de distribution de DER Touristik Suisse SA:

- Kuoni
- Lastminute.ch
- Helvetic Tours
- rewi reisen

Source: www.dertouristik.ch / 11.04.22

TUI Suisse Ltd

TUI Group est le leader mondial sur le marché du tourisme. Sa filiale TUI Suisse compte parmi les plus grands voyagistes du pays. Outre la marque phare TUI, les marques airtours et Cruisetour fait également partie de l'entreprise en Suisse. TUI propose ainsi une gamme complète allant des voyages haut de gamme aux séjours avantageux en passant par les vacances individuelles. La branche des agences de voyages helvétiques lui a décerné plusieurs fois le Swiss Travel Award dans la catégorie TO généralistes et forfaits monde entier. TUI Suisse vend ses

produits via ses 50 propres agences de voyages TUI en Suisse romande et en Suisse alémanique, ainsi que par le biais du portail en ligne tui.ch.

Sous l'égide du groupe, TUI réunit le vaste portefeuille de tour-opérateurs importants, 1'600 agences de voyages et portails en ligne leaders, cinq compagnies aériennes touristiques avec une flotte de quelque 150 appareils, plus de 400 hôtels, 16 navires de croisière ainsi que d'innombrables agences établies dans toutes les destinations de vacances aux quatre coins de la planète. Cette offre intégrée permet à TUI de proposer à ses 27 millions de clients des voyages inoubliables dans 180 régions du monde. Elément central de la culture d'entreprise, la responsabilité globale de l'entreprise en matière de durabilité au plan économique, écologique et social se reflète dans son engagement, depuis plus de 20 ans, au service d'un tourisme plus durable.

Marques principales:

- TUI
- Airtours
- Cruisetours

Hôtels & clubs:

- ROBINSON
- TUI Magic Life
- TUI BLUE
- RIU
- TUI Sensatori
- TUI Sensimar
- TUI Family Life

Croisières:

- TUI Cruises
- Hapag Lloyd Cruises
- Marella Cruises

Source: www.tui.ch / 08.04.22

Groupe Knecht Voyages

Le groupe Knecht Voyages est le quatrième plus grand tour-opérateur de Suisse. Créée en 1909 par Johann Knecht à Brugg dans le canton d'Argovie, la société de transport hippomobile des débuts s'est muée en une entreprise de voyages moderne active depuis 1961 avec ses propres agences et désormais implantée sur plus de 18 sites dans toute la Suisse. Quelque 850 agences de voyages helvétiques partenaires font confiance aux marques de qualité du groupe Knecht Voyages et 100'000 clients chargent chaque année le spécialiste argovien d'organiser leurs vacances.

Les marques et entreprises ci-après font partie du groupe Knecht Voyages:

- Knecht reisen
- Agrar Reisen
- knecht sportreisen
- Arcatour

- Latino Travel
- Glur Reisen
- Kira Reisen
- Rivage Flussreisen
- Jassferien
- Baumeler Reisen
- Lohri Reisen
- rhz reisen
- Eurobus

Source: www.knecht-reisen.ch / 11.04.22

Globetrotter Group SA

Indépendance, force, innovation et confiance pour affronter l'avenir – tel est l'objectif déclaré des membres de Globetrotter Group. C'est en jumelant leurs forces qu'ils veulent relever ensemble et de manière proactive les futurs défis qui les attendent.

Globetrotter Group SA (holding) chapeaute toutes les sociétés affiliées, ce qui permet une exploitation optimale des différentes synergies. Les entreprises demeurent toutes autonomes et opèrent avec leurs propres directions.

Globetrotter Group a été créé en octobre 2009 par Walter Kamm, fondateur de Globetrotter Travel Service SA et André Lüthi, CEO de Globetrotter Travel Service, qui en sont les propriétaires.

Membres de Globetrotter Group SA:

- Art of Travel AG
- Bici.ch
- bike adventure tours GmbH
- Brasa Reisen AG
- Globetrotter Club AG
- Globetrotter Travel Service AG
- Himalaya Tours AG
- Media Touristik AG
- Music Cruise AG
- Nayak Reisen AG
- Ozeania Reisen AG
- Die Spezialisten

Source: www.globetrotter-group.ch / 11.04.22

ITS Coop Travel

Créée en été 2006 sous forme de société anonyme établie à Volketswil, la société de voyages suisse Coop-IST-Travel AG propose des voyages à forfait en vente directe sous la marque ITS Coop Travel. L'entreprise commune est détenue à parts égales par Coop Société Coopérative à Bâle et DER Touristik Central Europe GmbH à Cologne. DER Touristik Group GmbH, troisième plus grand voyageur d'Europe, fait partie de REWE Group.

ITS Coop Travel organise des séjours balnéaires dans les plus belles destinations du monde, mais également des circuits, des voyages événementiels, des visites de villes ainsi que des croisières.

Les catalogues et dépliants présentant les offres de voyages à forfait peuvent être obtenus dans quelque 1'000 points de vente Coop en Suisse alémanique. Un numéro de téléphone gratuit permet de joindre des conseillères et conseillers compétents pour tout renseignement. Il est possible de choisir et réserver son voyage en quelques clics sur le site internet d'ITS Coop Travel, dont les offres sont aussi proposées dans de nombreuses agences de voyages.

Source: www.itscoop.ch / 11.04.22

Business travel / Voyages d'affaires

Les voyages d'affaires font également partie intégrante du quotidien de l'agence de voyages. Ce secteur d'activités requiert des compétences supplémentaires: les clients – à savoir des entreprises et des organisations dont les collaborateurs sont en fréquents déplacements professionnels – attendent de leur conseiller qu'il soit capable de réfléchir au rapport coût/bénéfice d'un voyage d'affaires en termes d'économie d'entreprise. Qu'il soit capable d'estimer quand l'efficacité prime sur les frais, quel est le niveau de confort et de luxe entrant dans le budget du client ou exigé par ce dernier: vol direct cher mais rapide ou vol avantageux avec escale pour un temps de trajet plus long; d'évaluer si un hôtel coûteux au centre-ville s'avère une meilleure solution qu'un établissement bon marché situé en périphérie, le cas échéant allié à des frais de taxi supplémentaires. L'agent actif dans ce domaine devra se montrer extrêmement pointu sur le plan du conseil et assumer la responsabilité de ses décisions.

Le secteur des voyages d'affaires présente une concentration relativement élevée. Les spécialistes énumérés se partagent plus ou moins ce marché entre eux. Leur tâche consiste non seulement à réserver les voyages, mais aussi à optimiser les coûts des voyages. En effet, même si la sécurité, la ponctualité et le confort demeurent des critères déterminants pour le choix d'un prestataire de services, par ex. une compagnie aérienne, le prix joue un rôle toujours plus important.

American Express Global Business Travel

American Express Global Business Travel (GBT) fournit aux entreprises de toutes tailles les informations, outils, prestations et connaissances spécialisées dont elles ont besoin, afin que leur personnel puisse voyager informé et de manière productive, tout en se concentrant sur sa mission. Grâce à ses collaborateurs et ses offres dans près de 140 pays du monde entier, GBT permet à ses clients de contrôler leurs programmes de Travel Management, d'optimiser les rendements de leurs investissements dans les voyages et conférences et offre simultanément – ce qui est au moins tout aussi important – une assistance exceptionnelle aux voyageurs.

Source: www.amexglobalbusinesstravel.com / 26.04.22

BCD Travel

BCD Travel aide les entreprises à rationaliser les coûts de leurs voyages d'affaires. Il fournit aux voyageurs des outils leur permettant de prendre sur place les décisions appropriées. Ils restent ainsi productifs et leur sécurité est assurée. BCD Travel conseille les chargés de voyage et acheteurs pour optimiser leur programme voyage. En bref, il aide ses clients à voyager mieux et plus efficacement. Il réalise ces objectifs dans 109 pays. Et c'est ainsi que nous conservons le meilleur taux de rétention clients de la profession (98% sur 10 ans). BCD Travel est une filiale de BCD Group. En Suisse, BCD Travel est présent à Zurich.

Source: www.bcdtravel.ch / 26.04.22

bta first travel sa

bta first travel, considérée comme la plus grande société suisse active dans le domaine de la gestion professionnelle du voyage d'affaires, est une unité commerciale autonome à l'intérieur du groupe Hotelplan. Présente avec succès depuis plus de 35 ans sur le marché, la société compte plus de 6 succursales nationales, dont une implantée dans les bureaux d'une entreprise internationale. Elle occupe plus de 60 spécialistes expérimentés du voyage d'affaires.

Source: www.btafirst.com / 21.03.22

Carlson Wagonlit Travel

Carlson Wagonlit Travel (CWT) est un leader mondial spécialisé dans la gestion des voyages d'affaires, des réunions et des événements. Les entreprises et les gouvernements comptent sur nous pour que leurs membres restent connectés. Nous fournissons aux voyageurs une expérience à la mesure de leurs besoins, combinant des technologies innovantes et notre grande expérience. Chaque jour, nous organisons une centaine d'événements d'entreprise et accueillons environ 60'000 voyageurs. Nous occupons plus de 18'000 collaborateurs dans près de 145 pays.

Source: www.mycwt.com / 21.03.2022

Tourisme incoming

Le terme d'incoming désigne les voyages organisés dans le propre pays par un agent incoming pour des hôtes étrangers. Le mandat est généralement attribué par le pays d'origine du client.

Lorsque la branche du tourisme fait l'objet de comptes-rendus et de débats en Suisse, il s'agit le plus souvent du secteur incoming. La Fédération suisse du tourisme (FST), association faîtière en matière de politique touristique, vise à promouvoir l'économie suisse du tourisme et se montre très influente sur le plan politique.

www.stv-fst.ch

Suisse Tourisme est l'organisation nationale de marketing et de vente pour la Suisse, pays de voyages, de vacances et de congrès. Les réservations passent directement par Switzerland Travel Center, l'agence spécialiste de Suisse Tourisme. Bien entendu, d'autres sociétés sont également actives dans ce domaine, par ex. Kuoni Incoming, MCI Group ou Bucher Reisen.

www.myswitzerland.com

MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Events)

Il s'agit des entreprises spécialisées dans l'organisation de congrès et de manifestations.

Prestataires de services

Chaînes hôtelières

Lorsque des hôtels se regroupent sous un même nom ou plusieurs marques, on parle de chaînes hôtelières. Non seulement le service et l'agencement mais également les dimensions des chambres sont identiques, ce qui garantit le standard de qualité que les clients sont en droit d'attendre de ces établissements. Quelques chaînes célèbres: Accor, Best Western, Mövenpick, etc.

Sociétés de location de voitures

Différentes sociétés de location de voitures possèdent des agences en Suisse. Les réservations peuvent se faire via un tour-opérateur et/ou un retailer ou encore directement auprès de la société concernée, par ex. Avis, Budget, Europcar, Hertz, Sixt etc.

PRESSE SPECIALISEE / PUBLICATIONS DESTINEES A LA BRANCHE

TRAVEL INSIDE

Journal professionnel pensé et conçu en fonction des besoins des professionnels suisses des voyages. TRAVEL INSIDE se penche depuis plus de 30 ans sur les développements de la scène touristique, les commente et les analyse, tout en abordant les tendances de la branche et en donnant la parole aux professionnels des voyages. Version imprimée, online et événements sont les trois axes clairement définis.

L'approche de TRAVEL INSIDE se veut neutre et indépendante, avec le souci d'aborder objectivement la vie de la branche telle qu'elle est réellement et d'en prendre le pouls. Et ce depuis 1986 pour la version en langue allemande et 1990 pour l'édition en français – la première paraît chaque semaine à raison de 5'500 exemplaires, la seconde est bimensuelle avec un tirage de 2'400 exemplaires.

Les informations les plus récentes sont aussi chargées sur notre plate-forme online travelinside.ch et réunies dans les TRAVEL INSIDE News (français et allemand) envoyées par e-mail les jours ouvrables aux professionnels des voyages.

Les événements qu'ils mettent sur pied permettent aux professionnels de soigner le relationnel et de parfaire leur formation continue. Ces Events ont pour noms le Swiss Travel Day réunissant sous une forme compacte et sous un même toit le TTW de Suisse alémanique (Travel Trade Workshop), le Swiss Travel Summit, les SWISS TRAVEL AWARDS ainsi que le Travel Personality Award. C'est aussi le cas en Suisse romande avec le TTW Romandie, le Travel Personality Award Romandie et le STMF Genève (Swiss Travel Management Forum). Et pour le côté convivial, nous organisons depuis des années les Insider After Work Apéros (IAWA) à Bâle, Berne, Genève, Lausanne et Zurich.

TRAVEL INSIDE est édité par Primus Éditions SA, dont le portefeuille réunit aussi les magazines Business Traveltip, MICE-tip, traveltip (français et allemand), honeymoontip, cruisetip et Event Location Guide Switzerland.

TRAVEL INSIDE (allemand)
Hammerstrasse 81, case postale 1331
8032 Zurich
Tél.: +41 44 387 57 57
Fax +41 44 387 57 07
E-mail: info@travelinside.ch
www.primuspublishing.ch

TRAVEL INSIDE (français)
Place Cornavin 14-16, case postale 1582
1211 Genève 1
Tél.: +41 22 908 69 00
Fax +41 22 908 69 09
E-mail: ti-gva@travelinside.ch

TRAVEL NEWS

travelnews.ch est le site leader en Suisse dans le domaine des informations liées à l'univers du voyage. Média B2B2C, le portail en ligne s'adresse tant à la branche helvétique des voyages qu'aux personnes intéressées par le tourisme. travelnews.ch fournit des informations d'actualité et de fond, 24 heures sur 24, sur des sujets tels que les tour-opérateurs, les destinations, les compagnies aériennes, l'hôtellerie, les croisières, les voyages d'affaires et la technologie.

Le portail d'information sur les voyages lancé au mois d'août 2015 est optimisé pour tous les appareils courants – de l'ordinateur au smartphone en passant par la tablette. Les internautes qui le souhaitent ont la possibilité de s'abonner gratuitement à une newsletter quotidienne (également publiée le week-end). Par ailleurs, travelnews.ch informe tous les jours sur les réseaux sociaux et les services de messagerie instantanée.

travelnews.ch a été fondé par Vanessa Bay, Raphaël Surber, Gianni Moccetti et Gregor Waser, experts en tourisme et spécialistes des médias reconnus. Jean-Claude Raemy occupe le poste de directeur et Gregor Waser celui de rédacteur en chef de Travelnews SA.

Travelnews SA
Hohlstrasse 216
8004 Zurich
Tél.: +41 43 333 03 85
E-mail: info@travelnews.ch
www.travelnews.ch

Manuel «Marketing, droit, création, achat et vente d'une agence de voyages»

Cet ouvrage, qui compte plus de 70 pages, vous explique dans le détail comment gérer une agence de voyages avec succès. Il aborde tant les aspects liés aux contrats et à la responsabilité que le marketing et les mesures visant à fidéliser la clientèle.

Vous envisagez de créer ou d'acheter une agence de voyages? De précieux liens et adresses ainsi qu'une check-list vous faciliteront le travail, tout en vous fournissant une multitude d'informations importantes. Le manuel peut être commandé [en ligne](#) sur le site web de la FSV.

[Table des matières](#)

Prix:

CHF 153.75 pour les non-membres / CHF 76.90 pour les membres de la FSV (TVA incluse)

COMPAGNIES AERIENNES & ALLIANCES

D'un point de vue technologique, le domaine du transport aérien a vécu encore deux évolutions depuis l'introduction des Jets: en premier lieu, l'apparition des gros-porteurs Boeing 747 «Jumbojet» et de l'Airbus A380, qui ouvre définitivement les voyages en avion aux masses. L'avion supersonique Concorde a dans l'intervalle atterri au musée, ce qui a mis du même coup le holà à la recherche de vitesses toujours plus élevées. Le Boeing 787 «Dreamliner» a placé la barre très haut en termes d'écologie (émissions polluantes, bruit, consommation de kérosène par passager-kilomètre, etc.) et propose le confort d'un gros-porteur sur des liaisons aériennes sans escale entre aéroports secondaires sur deux continents. L'avenir apporte son lot de nouveautés. En effet, de nouveaux avions sont déjà dans les starting-blocks. Ils seront plus rapides, plus confortables et, dans l'ensemble, plus écologiques.

Les compagnies aériennes low cost font désormais partie intégrante de la scène aérienne européenne et nord-américaine; elles sont en progression constante en Asie et en Australasie. Pour pouvoir offrir des billets à bas prix, elles misent sur plusieurs facteurs: appareils modernes à faible consommation de carburant, abandon des réseaux au profit de transports point à point, temps de rotation très rapides, pas de «chichi» à bord et part maximale de réservations par internet générant des frais de vente marginaux. Leur succès est également imputable à un yield management ingénieux (gestion de l'occupation des sièges via le prix) ainsi qu'à l'homogénéité de la flotte.

La branche est en mutation permanente en ce qui concerne le prix des billets. Les compagnies traditionnelles ainsi que les low cost carriers baissent continuellement leurs tarifs pour le pur transport aérien, tout en introduisant de plus en plus souvent de nouveaux frais annexes, les-dits services additionnels (choix des places, siège à proximité de la sortie de secours, taxes de bagages, etc.), qui leur permettent de financer le service aérien.

Définition de vol charter et de vol de ligne

Les vols sont fondamentalement classés en deux catégories: les vols charter et les vols de ligne. Les vols de ligne se tiennent à un horaire fixe. Les vols charter, affrétés pour diverses destinations en fonction de la saison et de la demande, opèrent dans une relation de mandat client/tour-opérateur.

Alliances

Le but déclaré de toutes les alliances est de disposer d'un réseau de lignes aussi complet que possible afin de rendre les voyages encore plus faciles et plus confortables pour les clients. Aucun participant n'est cependant tenu de livrer sa propre identité individuelle. Voici un bref aperçu des plus grandes alliances.



Cette alliance créée le 1^{er} février 1999 dessert plus de 1'000 destinations dans 170 pays du monde entier.

Les compagnies aériennes suivantes font partie de cette alliance:

- ✧ Alaska Airlines
- ✧ American Airlines
- ✧ British Airways
- ✧ Cathay Pacific
- ✧ Finnair
- ✧ Iberia
- ✧ Japan Airlines
- ✧ Malaysia Airlines
- ✧ Qantas
- ✧ Qatar Airways
- ✧ Royal Air Maroc
- ✧ Royal Jordanian
- ✧ S7 Airlines
- ✧ SriLankan Airlines
- ✧ Fiji Airways

Source: www.oneworld.com / 10.03.2022



Skyteam a été fondée en 2000. Une flotte de 4'014 appareils assure 15'445 vols par jour qui rallient 1'036 destinations dans 170 pays. Près de 500'000 collaborateurs sont au service de 676 millions de passagers.

Les compagnies aériennes suivantes font partie de cette alliance:

- ✧ Aeroflot
- ✧ Aerolineas Argentinas
- ✧ Aeroméxico
- ✧ Air Europa
- ✧ Air France
- ✧ China Airlines
- ✧ China Eastern
- ✧ Czech Airlines
- ✧ Delta Air Lines
- ✧ Garuda Indonesia
- ✧ ITA Airways
- ✧ Kenya Airways
- ✧ KLM
- ✧ Korean Air
- ✧ Middle East Airlines
- ✧ Saudia
- ✧ TAROM
- ✧ Vietnam Airlines
- ✧ XiamenAir

Source: www.skyteam.com / 10.03.2022



Créé en 1997, le réseau Star Alliance représente la première véritable alliance d'envergure mondiale entre compagnies aériennes. Ses 26 membres proposent des liaisons confortables vers presque toutes les destinations du monde.

Les compagnies aériennes suivantes font partie de cette alliance:

- ✧ Aegean Airlines
- ✧ Air Canada
- ✧ Air China
- ✧ Air India
- ✧ Air New Zealand
- ✧ ANA
- ✧ Asiana Airlines
- ✧ Austrian
- ✧ Avianca
- ✧ Brussels Airlines
- ✧ Copa Airlines
- ✧ Croatia Airlines
- ✧ Egyptair
- ✧ Ethiopian Airlines
- ✧ EVA Air
- ✧ LOT Polish Airlines
- ✧ Lufthansa
- ✧ Scandinavian Airlines SAS
- ✧ Shenzhen Airlines
- ✧ Singapore Airlines
- ✧ South African Airways
- ✧ Swiss
- ✧ TAP Air Portugal
- ✧ THAI
- ✧ Turkish Airlines
- ✧ United

Source: www.staralliance.com / 10.03.2022

FACTS & FIGURES

Importance de la branche

Sur le plan mondial, le tourisme est la plus importante branche de l'économie. Par rapport à d'autres secteurs, il s'agit du domaine enregistrant la croissance la plus rapide – même si les pays européens évoluent dans un marché saturé en comparaison internationale. Bien que le tourisme incoming joue un rôle très important pour l'économie nationale helvétique. Mais avec plus de 8'000 emplois et un chiffre d'affaires extrapolé d'environ 6 milliards de CHF avant Covid-19, la branche des voyages (outgoing) y a également contribué de manière significative (chiffres 2019 ; avant la crise COVID-19). Les effets dramatiques de la pandémie de Corona sur la branche ne pourront être mesurés que dans quelques années. En 2021, l'enquête annuelle sur les agences de voyages a révélé une baisse de 20% des effectifs et une diminution du chiffre d'affaires à 1,8 milliard de CHF.

Paysage des agences de voyages

Le nombre des agences de voyages en Suisse reste extrêmement élevé. Il n'en demeure pas moins qu'un processus d'épuration s'est mis en marche depuis l'année 2000. Preuve en est que le nombre des agences de voyages a chuté de 3'706 en 2000 à 1'403 en 2022.

Catégorie	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Agences de voyages A	1269	1242	1207	1166	1120	1084
Agences de voyages B	500	475	458	456	450	453
Gares avec ventes	338	326	314	306	338	181
École de langues						
Boutiques de plongée	94	92	90	86	86	74
Total	2201	2135	2069	2014	1994	1792
dont membres FSV	828	818	808	806	785	744
dont IATA	472	528	585	554	539	539

Catégorie	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Agences de voyages A	1036	1022	1032	987	864	811
Agences de voyages B	439	398	325	310	333	339
Gares avec ventes	185	173	158	146	146	139
École de langues			53	52	52	52
Boutiques de plongée	72	63	62	62	62	62
Total	1732	1656	1630	1557	1457	1403
dont membres FSV	692	684	687	667	616	583

Agences de voyages A = avec garantie des fonds de la clientèle

Agences de voyages B = sans garantie des fonds de la clientèle

Sources: Flühmann Mailinghouse / Banque de données FSV 11.01.22

Le nombre de membres potentiels pour la FSV se situe aux alentours de 800 agences de voyages (A) puisque seules ces dernières sont au bénéfice d'une garantie des fonds de la clientèle imposée par la loi, une condition à remplir impérativement pour pouvoir adhérer à la FSV.

Personnel

Environ 580 des quelque 1'400 tour-opérateurs et retailers sont actuellement enregistrés à la FSV en qualité de membres actifs. Ces entreprises emploient 6'000 collaborateurs équivalents plein temps, la proportion de femmes s'élevant à près de 80%.

L'enquête menée auprès des membres de la FSV met par ailleurs en évidence une diminution du nombre de collaborateurs actifs dans le secteur de la revente, qui a passé de 5.1 (2005) à 3.2 (2021) équivalents plein temps par agence de voyages.

Densité

La densité des agences de voyages varie beaucoup d'un canton à l'autre. C'est le canton de Zurich, où les grands tour-opérateurs ont également leur siège (par ex. DER Touristik Suisse, Hotelplan, TUI), qui héberge la plupart des entreprises, suivi des régions de Berne et Genève. L'on peut en conclure que les centres/agglomérations urbains génèrent des chiffres d'affaires plus élevés que les régions rurales.

Source: Etude de marché FSV / septembre 2021

CHIFFRES

L'instauration de mesures d'économie a contraint l'Office fédéral de la statistique à abandonner les enquêtes, raison pour laquelle nous ne disposons plus d'informations actualisées.

Il existe peu de matériel chiffré, accessible au public, sur le secteur des voyages de vacances et d'affaires en Suisse. Cette situation est à mettre au compte du fait que la branche n'est guère encline à livrer des chiffres. Si vous avez besoin d'informations détaillées sur certaines sociétés, nous vous prions de bien vouloir les contacter directement.

Sur le site web de la Fédération Suisse du Voyage à la rubrique [«Consommateurs/Branche du voyage»](#), vous trouverez diverses publications, des enquêtes ainsi que des données chiffrées en relation avec la branche.

Vous pouvez en outre obtenir du matériel statistique relatif au tourisme auprès des adresses suivantes:

- **Institut de gestion systémique et de gouvernance publique IMP-HSG**
Dufourstrasse 40a, 9000 St-Gall
Tél. 071/224 25 25
Fax 071/224 25 36
www.imp.unisg.ch
imphsg@unisg.ch
- **Center for Regional Economic Development (CRED)**
Université de Berne, Schanzeneckstrasse 1, case postale 8573, 3001 Berne
Tél. 031/631 37 11
Fax 031/631 34 15
www.cred.unibe.ch
info@cred.unibe.ch
- **World Tourism Organization UNWTO**
www.unwto.org

Zurich, avril 2022 / bi