

AGENCE DE VOYAGE

Êtes-vous fait pour ce secteur d'activité ?



SOMMAIRE

LE MARCHÉ DE L'AGENCE DE VOYAGE	2
LA RÉGLEMENTATION DE L'AGENCE DE VOYAGE	5
L'ACTIVITÉ DE L'AGENCE DE VOYAGE	8
LES POINTS DE VIGILANCE L'AGENCE DE VOYAGE	11
EN SAVOIR PLUS SUR CE SECTEUR	13

LE MARCHÉ DE L'AGENCE DE VOYAGE

L'activité de la distribution de voyages est en retrait depuis plusieurs années et la croissance de son chiffre d'affaires est uniquement portée par un effet prix favorable (hausse des prix des activités touristiques).

Plusieurs facteurs conjoncturels et structurels impactent fortement la profession :

- Le développement des agences de voyage en ligne (OTA) : forts de nombreux atouts (prix attractifs, accessibilité permanente à leurs sites Internet, importance de l'offre, etc.) les pure players (Expedia, Lastminute, etc.) exacerbent les pressions concurrentielles en tirant les prix vers le bas.

- La désintermédiation de l'offre touristique : les agences de voyages ne constituent plus un intermédiaire indispensable entre les producteurs ou fournisseurs et les clients. Ainsi, de nombreux opérateurs distribuent directement leurs produits (SNCF, compagnies aériennes, hôtels, etc.).

- La conjoncture internationale : certaines destinations sont très affectées par la dégradation des conditions de sécurité des touristes (zones de conflits, menaces d'attentats), ce qui pèse sur le segment des séjours longues distances, principal débouché des agences de voyages.

- La conjoncture économique : dans un contexte de baisse du pouvoir d'achat, les ménages adoptent de nouveaux modes de voyage et de réservation : courts séjours, destinations proches, départs hors saisons, départs en dernière minute, etc. Quant aux entreprises, depuis plusieurs années, elles rationalisent leurs dépenses de déplacement pour les voyages d'affaires.

- L'émergence de nouvelles pratiques touristiques : les aspirations sociétales de partage et d'échange (immersion dans la culture locale, sentiment d'appartenance à une communauté) et la plus grande sensibilité à l'environnement induisent de nouvelles pratiques touristiques : recours aux plateformes de mises en relation entre particuliers pour la location de logement (Airbnb, Housetrip, Homelidays, etc.), développement des voyages éthiques ou éco-responsables, recherche de voyage sur mesure et personnalisé pour vivre une expérience unique, etc.

Dans ce contexte, la concentration du secteur s'accélère et les indépendants sont contraints de se regrouper au sein de réseaux volontaires afin de disposer de davantage de moyens pour se maintenir.

Tendances

Selon l'organisation mondiale du tourisme, les flux touristiques devraient doubler d'ici 2030 pour atteindre 2,5 milliards de touristes.

Pour tirer profit de ce potentiel, les professionnels du secteur devront poursuivre leurs efforts de modernisation et s'adapter aux nouvelles attentes de leurs clientèles en devenant de véritables lieux d'inspiration et d'expertise : films immersifs en 3D, casques de réalités virtuelles, co-construction de voyage entre expert et client, etc.

L'organisation du marché

- Les **agences de voyages** constituent les distributeurs traditionnels mais représentent une catégorie de plus en plus hétérogène : le nombre d'indépendants diminue alors que les tours opérateurs développent leurs propres réseaux.
- Les **agences de voyages en ligne** (lastminute, expedia), les comparateurs de prix, les plateformes des tours opérateurs, etc.
- Les **Grandes Surfaces Spécialisées** (Fnac) et les **Grands magasins** (Galeries Lafayette) développent essentiellement des offres thématiques liées à leur activité principale.
- les **Grandes Surfaces Alimentaires** tendent à se désengager de l'activité de voyageur (cession de Cora Voyages en 2012, Casino Vacances en 2013, etc.).

		AGENCE DE VOYAGE
NOMBRE D'ENTREPRISES DU SECTEUR	2015	4 638 ⁽¹⁾
CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR (en milliards d'euros)	2013	3,658 Md€ ⁽²⁾
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU SECTEUR EN VALEUR (indice ICA base 100 en 2010)	2015	110,5 ⁽³⁾
	2014	109,9
	2013	106,5
	2012	106,1
	2011	98,7
	2010	100,0

⁽¹⁾ Source: INSEE, démographie des entreprises et des établissements 2015 - champs marchand non agricole, Stocks d'entreprise au 1er janvier 2015.

⁽²⁾ Source: INSEE, ESANE.

⁽³⁾ Source: INSEE, Bulletin statistique.

Les aptitudes professionnelles

L'agent de voyages ne peut exercer son métier qu'en étant immatriculé sur le registre des agents de voyage et autres opérateurs de la vente de voyage et de séjours. Ce registre est géré par l'agence de développement touristique de la France (Atout France). Depuis le 1er janvier 2016, la condition d'aptitude professionnelle est supprimée : pour être immatriculé sur le registre, le professionnel doit justifier des seules conditions d'assurance responsabilité civile professionnelle et de la garantie financière.

L'agent de voyages doit avoir un sens aigu de la vente. Polyvalent, il doit à la fois conseiller, organiser, suivre et gérer avec une très grande rigueur. Il doit faire preuve d'une très grande curiosité, se tenir informé des nouveaux produits touristiques et établir une relation de confiance avec sa clientèle. Il doit également être capable de négocier avec les tours-opérateurs.

L'environnement réglementaire

Les contraintes à l'installation

La profession est très réglementée, notamment par la loi 2009-888 du 22/07/2009 (décrets 2009-1650 et 2009-1652 du 23/12/2009 - JO du 17.06.94).

Les professionnels du secteur ont l'obligation de s'immatriculer au registre des agents de voyage et autres opérateurs de la vente de voyage et de séjours. Ce registre est géré par l'agence de développement touristique de la France (Atout France). La demande d'immatriculation doit être renouvelée tous les trois ans.

Les conditions d'immatriculation sont très strictes. Le professionnel doit :

- Justifier d'une garantie financière affectée au remboursement des fonds reçus au titre des engagements qu'il a contractés à l'égard de sa clientèle. Cette garantie peut-être souscrite auprès d'un établissement de crédit, d'un organisme de garantie collective ou d'une société d'assurance. Depuis le 1er octobre 2015,

la totalité des fonds déposés par les clients doit être garantie (décret 2015-1111 du 2 septembre 2015). Le seuil minimum de garantie fixé à 200 000 euros est ainsi supprimé.

- Justifier d'une assurance responsabilité civile professionnelle.

A noter, depuis le 1er janvier 2016, la condition d'aptitude professionnelle (diplôme, expérience) est supprimée.

Les principaux points de la réglementation professionnelle

L'agent de voyage doit respecter les règles relatives à la conclusion et à l'exécution des prestations touristiques fixées par le Code du Tourisme :

- le contenu des prestations proposées, le prix et les modalités de paiements et d'annulation doivent être remis au client par écrit au préalable,

- le contrat conclu entre le vendeur et l'acheteur doit comporter toutes indications relatives aux noms et adresses de l'organisateur, du vendeur, du garant et de l'assureur, à la description des prestations fournies, aux droits et obligations réciproques des parties en matière notamment de prix, de calendrier, de modalités de paiement et de révision éventuelle des prix, d'annulation ou de cession du contrat et à l'information de l'acheteur avant le début du voyage ou du séjour,

- l'information préalable engage le vendeur. Lorsque le respect d'un des éléments essentiels du contrat est rendu impossible par suite d'un événement extérieur qui s'impose au vendeur, celui-ci doit le plus rapidement possible en avertir l'acheteur et informer ce dernier de la faculté dont il dispose soit de résilier le contrat, soit d'accepter la modification proposée par le vendeur,

- l'agent de voyage doit se soumettre à l'obligation d'information des passagers aériens sur l'identité du transporteur aérien.

Statut juridique et fiscal

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mes impôts & taxes pour connaître le taux de TVA qui s'applique à votre activité ainsi que le mode d'imposition de vos bénéfices.

Rendez-vous dans notre rubrique Les guides pratiques / Mon régime social pour connaître le montant des cotisations et des prestations de votre régime social obligatoire.

L'ACTIVITÉ DE L'AGENCE DE VOYAGE

L'installation

L'adhésion à un réseau d'agences est devenue incontournable et représente le principal investissement.

Les investissements

L'agent de voyages a besoin d'un local de 40 à 60 m² et d'un emplacement bien situé. Un aménagement soigné des locaux nécessite un investissement de 25 K€ à 35 K€.

Sur ce marché ultra-concurrentiel, les professionnels sont contraints de consentir des investissements afin de se moderniser (digitalisation des agences). En outre, les investissements en matière de formation du personnel sont en constante augmentation, l'expertise apportée par les agences traditionnelles constituant l'un des avantages concurrentiels les plus importants.

La gestion

Le suivi au quotidien

Le professionnel suit la répartition de son volume d'affaires entre billetterie et forfaits-voyages sur lesquels il obtient de meilleures commissions. Il suit également l'évolution du volume de ses réservations d'une période sur l'autre, ce qui peut l'amener à effectuer des opérations commerciales sur son fichier clients (mailings, promotions...). Pour négocier avec les tours-opérateurs, il suit la ventilation de son chiffre d'affaires par tours-opérateurs et par zones géographiques.

Les recettes de l'activité

Le chiffre d'affaires est essentiellement généré par les forfaits. Les recettes sont très saisonnières : 70% du chiffre d'affaires sont réalisés en 6 mois, pendant la haute saison. Le taux moyen de recettes sur le volume d'affaires oscille entre 9 et 10%.

Les charges à surveiller

Les principales charges sont constituées des charges de personnel, du loyer, des redevances versées aux têtes de réseau (franchise, concession, groupement d'indépendants) et de communication.

La maîtrise du résultat

Le résultat dépend avant tout du maintien du chiffre d'affaires et du poids des consommations intermédiaires. La gestion du personnel est très importante.

La gestion financière et les besoins en trésorerie

A l'installation, une réserve en fonds propres est également nécessaire pour passer le cap des 3 premières années, souvent déficitaires. Après cette période (à l'exception de quelques opérations spécifiques), l'activité ne génère pas de besoin de trésorerie, les agences réglant les compagnies de transports, les tours-opérateurs et les voyagistes après paiement de leur clientèle. Seules, les agences organisant des voyages d'entreprises ou de groupes peuvent avoir besoin de trésorerie.

		AGENCE DE VOYAGE
EVOLUTION DU NOMBRE DE CRÉATION	2015	214 ⁽¹⁾
	2014	473
	2013	279
	2012	266
	2011	331
	2010	266
	2009	242
	LES RATIOS DE GESTION CLEFS	Chiffre d'affaires moyen
Marge brute		93,85 % du CA
Excédent brut d'exploitation		42,39 % du CA
Rotation des stocks		0 jour de CA
Crédit clients		98 jours de CA
Crédits fournisseurs		122 jours de CA
Besoin en fonds de roulement		- 19 jours de CA

⁽¹⁾ Source : Insee, Démographie des entreprises et des établissements - champ marchand non agricole, Créations d'entreprises.

⁽²⁾ Source : Moyenne indicative élaborée à partir de données Insee "Données du compte de résultat et bilan pour les personnes physiques", 2009 & 2010. Données exprimées en % et jours de chiffre d'affaires.

Les principales difficultés du métier

Le secteur du voyage est risqué car il est très dépendant de l'évolution de l'activité économique et du contexte international, qui influencent la consommation touristique des Français.

Aux facteurs conjoncturels viennent s'ajouter d'autres difficultés :

- **La concentration du secteur :**

Sous la pression d'opérateurs français et étrangers, les fusions s'accroissent (rachat de Fram par le groupe Karavel-Promovacances fin 2015 par exemple) . Les petites agences indépendantes ont des difficultés à négocier des tarifs compétitifs, et sont en permanence concurrencées par les nouveaux produits mis sur le marché par les plus grands tours-opérateurs ou voyagistes. Elles sont alors contraintes de rejoindre un réseau (groupement d'indépendants, franchise, concession).

- **La désintermédiation de l'offre touristique :**

les agences de voyages ne constituent plus un intermédiaire indispensable entre les producteurs ou fournisseurs et les clients. Ainsi, de nombreux opérateurs distribuent directement leurs produits (SNCF, compagnies aériennes, hôtels, etc.).

- **L'intensité de la concurrence sur Internet :**

Forts de nombreux atouts (prix attractifs, accessibilité permanente à leurs sites Internet, importance de l'offre, etc.) les *pure players* (Expedia, Lastminute, etc.) exacerbent les pressions concurrentielles en tirant les prix vers le bas. Les agences traditionnelles doivent proposer des produits à plus forte valeur ajoutée pour se différencier. Elles doivent pour cela disposer d'un personnel qualifié capable de proposer une véritable expertise à la clientèle.

- **La faiblesse des marges du secteur :**

La conjonction d'une faible marge (inférieure à 10%) et de charges élevées (frais de personnel, loyer, investissements de modernisation, redevances réseaux,

publicité) rend l'activité particulièrement sensible aux variations et évolutions conjoncturelles.

Dans ce contexte difficile, les agences indépendantes doivent rejoindre des réseaux afin de disposer de davantage de moyens pour se maintenir : développement de la distribution multicanal et du commerce connecté (web to store, mobile to store), digitalisation des agences (vitrines digitales, tablettes, etc.) et montée en gamme sur des offres plus complexes à forte valeur ajoutée.

		AGENCE DE VOYAGE
TAUX DE SURVIE AU-DELÀ DES 5 PREMIÈRES ANNÉES	Agence de voyages	61,3 % ⁽¹⁾
	Commerce et réparation	46,1 %
	Moyenne tous secteurs	51,9 %

⁽¹⁾ Source : Insee, Taux de Survie à 5 ans pour la génération 2006.

Les principales organisations professionnelles

SNAV

Syndicat National des Agences de Voyages

15 place Carnot - 75017 Paris

Tel : 01 44 01 99 90

<http://www.snav.org>

ATOUT FRANCE

Agence de développement touristique de la France

79/81 rue de Clichy - 75009 Paris

Tel : 01 42 96 70 00

<http://atout-france.fr/>

La presse spécialisée

L'Echo Touristique

<http://www.lechotouristique.com>

Le quotidien du Tourisme

<http://www.quotidiendutourisme.com>

Tour Mag

<http://www.tourmag.com>