

# Le secteur du tourisme a tout à gagner du développement des inforoutes : l'expérience de Kuoni

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Revue économique franco-suisse**

Band (Jahr): **75 (1995)**

Heft 1

PDF erstellt am: **20.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-886510>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



## Le secteur du tourisme a tout à gagner du développement des inforoutes

### L'expérience de Kuoni

**M**arché électronique, monde multimédia sont aujourd'hui les mots qui reviennent le plus souvent lorsque l'on évoque « les autoroutes de l'information ». Au moment où ces nouvelles techniques d'information et de communication représentent un enjeu de civilisation, comment une technologie aussi abstraite peut-elle avoir un impact significatif sur un marché aussi diversifié et émotionnel qu'est celui du tourisme ?

#### UNE OUVERTURE SUR LE MONDE ENTIER...

En premier lieu, le marché du tourisme possède certaines caractéristiques qui rendent intéressantes l'introduction de procédés rapides et bon marché de présentation mais aussi de diffusion des informations. Les produits que l'on traite dans le tourisme : les transports, l'hébergement et autres services liés sont par définition des réalités non stockables. Les informations sur les prestations offertes, leur prix et leur disponibilité, doivent être en permanence actualisées ainsi que facilement et rapidement accessibles. De même, la réservation doit pouvoir être effectuée rapidement et à bon marché indépendamment de la distance. Cette évolution que représente aujourd'hui « ce vaste marché électronique » permet à tout à chacun de pouvoir s'ouvrir sur le monde entier.

Aujourd'hui KUONI utilise déjà différents systèmes offrant des solutions électroniques en matière de prestations touristiques tant au niveau de sa production qu'au niveau de sa distribution.

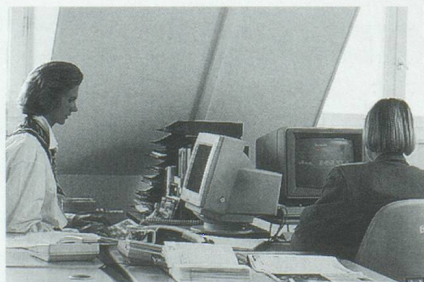
- Système de réservation aérien.

- Système national de distribution comme Esterel qui diffuse les offres des différents systèmes de réservation dans les agences de voyages.

- Systèmes globaux de distribution (GDS) comme Amadeus ou Galileo qui au travers du monde entier mettent en contact clients et fournisseurs (compagnies aériennes, chaînes hôtelières, loueurs de voiture mais aussi voyagistes).

D'autre part Kuoni, conscient de l'enjeu stratégique que représente ces technologies, est un participant actif et innovateur sur ce marché électronique. Premier en 1993 sur le marché national à avoir interfacé de manière interactive son système de réservation : Platform II avec le GDS Galileo (« *Inside Access* »), nous serons en mesure de rendre accessible courant 1995 notre système de réservation à l'ensemble des agences de voyages du territoire national (Voyatel) et proposer ainsi un accès direct de nos produits.

Côté fournisseur, nous venons de mettre en place un « *Destination Management* » avec notre partenaire réceptif au Sri Lanka. Ce système qui offre la possibilité au fournisseur d'accéder en temps réel aux données propres de nos bookings permet de décentraliser localement une partie



du traitement des dossiers et d'être immédiatement réactifs. D'autres liens de cette nature sont à l'étude sur des axes porteurs. Grâce à notre collaboration avec SITA, société qui exploite un réseau mondial de télécommunication, nous sommes en mesure de proposer les données de notre propre système à l'échelle mondiale et d'accéder depuis une simple station aux systèmes des fournisseurs.

#### ... QUI N'EST PAS SANS RISQUE

Côté multimédia, KUONI a participé en 1994 à l'expérimentation en tant que producteur et distributeur d'une borne interactive multimédia. L'analyse des résultats à ce jour est positive en tant que nouveau vecteur de communication. **Le multimédia devrait apporter une valeur ajoutée plus importante par rapport à Teletel sur les produits du tourisme** pour lesquels l'image qu'elle soit fixe ou animée est un élément essentiel de la détermination du consommateur. Les approches du multimédia sur support CD qui se multiplient un peu partout constituent des opportunités auxquelles le secteur du tourisme ne peut se soustraire.

Mais remplacera-t-il le traditionnel support papier ? Rien n'est moins sûr. L'existence de bibliothèque même informatisée n'a jamais empêché les lecteurs d'acheter des livres.

Enfin la logique du tout réseau n'est pas sans risque. Ces autoroutes de l'information posent un énorme problème de sécurité, surtout face à l'amélioration des techniques de piratage qui souvent progressent plus vite que les systèmes qu'elles cherchent à déjouer. Pour une entreprise où la capitalisation du savoir-faire s'inscrit de plus en plus sur un support électronique, la sécurité est primordiale.

**Pour KUONI, la question n'est plus de savoir si nous devons refuser ces bouleversements mais plutôt comment maîtriser ces flux d'information afin de rester dans la course.** ■