

Le réseau de distribution : les voyages en groupe

David Lapointe

Tourisme Lanaudière



Centre de référence sur les agricultures
et agroalimentaires du Québec
Groupe de consultation sur
l'agrotourisme au Québec



Types de voyage

- **Agrément**

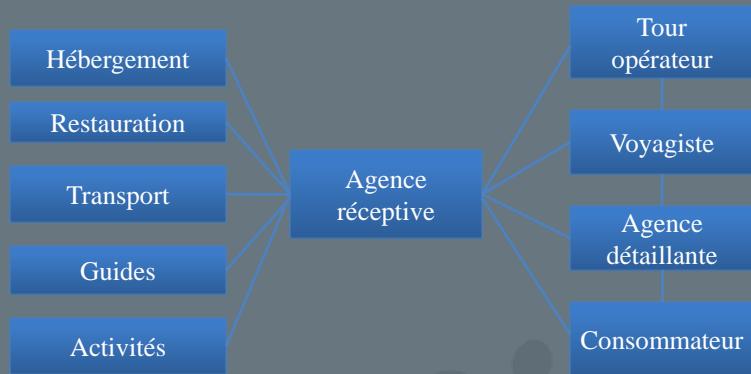
- Un voyage de groupe ou individuel dont le but est principalement la détente, le loisir, la découverte
- Normalement payé en partie ou en totalité par le voyageur
- Vacances, sorties éducatives ou voyages scolaires, voyages thématiques, senior, etc.

- **Affaires**

- Voyage commandé et payé par une société pour soit récompenser ou motiver les forces de vente ou réseau de distribution
- Conviction, voyages de motivation, congrès, lancements de nouveaux produits, etc.

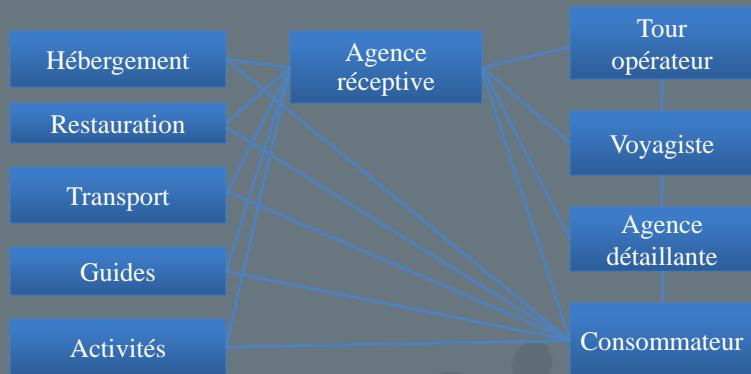
Source : ARF

Le réseau de distribution conventionnel



Source : ARF

Le réseau de distribution et le web



Source : Zins Beauchesne et associés

Quelques termes

- **Agence détaillante, agence de voyage** : A pignon sur rue et vend directement aux consommateurs. Peut élaborer ses propres circuits pour l'intra-Québec, ex. : Agence Arc-en ciel
- **Agence réceptive** : Pas pignon sur rue, intermédiaire entre l'offre québécoise (hébergement, transport, attrait...) et les grossistes (ex. : Jonview)
- **Agence grossiste, Tour opérateur, TO** : Généralement située à l'étranger, transite donc avec le réceptif au Québec. Affrète les cies aériennes (ex. : Air Transat pour le Québec)
- **Le multiplicateur de groupe occasionnel, l'organisateur** : plus fréquent à l'intra-Québec, groupe associatif, souvent sans permis, relativement fidèle (ex. : FADOQ)

Source : ARF

Types de clientèles / produits / marchés

- **Clientèles**
 - Groupe
 - Circuit accompagné (Série)
 - Groupe sur mesure
 - Départ garanti (GIR)
 - FIT (*For Individual Travelers*)
 - Auto-tour
 - Réservation à la carte (FIT)
- **Marchés géographiques**
 - Europe francophone et hispanophone
 - Royaume-Uni
 - Amérique du Nord (Canada et États-Unis)
 - Amérique latine
 - Asie, Océanie, Inde

Source : ARF

Pourquoi travailler avec le réseau de distribution?

- Volume de vente et allongement des saisons
- Représentation et partenariats à long terme
- Opportunités d'atteindre des marchés éloignés et en plus grand nombre
- Transactions conformes aux lois du commerce international
- Un réseau qui travaille constamment et de façon continue sur la destination
- Partage d'informations stratégiques
- Simplifier la collection des comptes à recevoir (paiement de factures, transactions bancaires et taux de change facilités)

Source : ARF

Pourquoi travailler avec le réseau de distribution?

Les professionnels du tourisme au Québec et au Canada ont tout intérêt à mettre en commun leurs ressources sur les marchés étrangers émergents ou matures

Plusieurs pays concurrents le font avec d'excellents résultats!

Source : ARF

Êtes-vous prêts à travailler avec le réseau?

- Tarification de groupes et tarification pour intermédiaires de vente
- Politique de réservation, facturation, paiement annulation
- Garantie de prix confidentiels fournis le plus à l'avance possible (1 à 2 ans) nets de taxes et de commissions en respectant les canaux de distribution
- Capacité d'accueil (installations, interprétation, etc.)

Source : ARF

Êtes-vous prêts à travailler avec le réseau?

- Stationnement pour autocars (clientèle groupe)
- Toilettes aménagées
- Accessibilité en tout temps de l'année pour services de réservation et information (retour de messages en 24 heures, courriel, site Internet, etc.)
- Bilinguisme selon les marchés visés
- Permis obligatoires et règlements

Source : ARF

Êtes-vous prêts à travailler avec le réseau?

- Politique adaptée aux urgences et aux intempéries, plan B
- Assurance responsabilité civile 2 à 5 millions
- Rencontre de besoins spécifiques (clientèle à mobilité réduite, etc.)
- Politique de gratuité (chauffeur et guide)
- Dépliant papier + photos numériques de qualité et professionnelles
- Site web de référencement mutuel

Source : ARF

Êtes-vous prêts à travailler avec le réseau?

- Rapport professionnel et commercial basé sur la confiance, la disponibilité, la flexibilité et la fiabilité
- Produit rodé au moins depuis 1 an sur les marchés primaires et 3 ans sur les marchés internationaux

Source : ARF

Par où commencer?

- Votre association :
Association touristique régionale (ATR),
Office de tourisme, ou regroupement thématique (Route touristique officielle, etc.)
- Bonjour Québec...



Exemple de l'ATR : Tourisme Lanaudière

- Campagnes biannuelles sur le marché intra-Québec
- Comité associatif groupe
- Production d'un outil de diffusion imprimé/web
- Représentation à différents salons : Bienvenue Québec
- Campagnes publicitaires
- Organisation de tournées de familiarisation (*Fam tour*)



Exemple de l'ATR : Tourisme Lanaudière



Exemple de l'ATR : Tourisme Lanaudière

- Offres de services : formations du milieu, occasion de réseautage
- Organisation de journées d'échanges dans le but de « *packager* » « forfaitiser » afin de se vendre conjointement

Exemple de l'ATR : Tourisme Lanaudière

- Démarche internationale : naissance d'un partenariat interrégional Lanaudière-Mauricie : Le Québec Authentique
- Production d'une brochure
- Représentation lors de bourses touristiques
- Publicités

