

Fiche de renseignements sur l'industrie du voyage du Nouveau-Brunswick : marchés étrangers, américains et canadiens

Le fournisseur de services touristiques du Nouveau-Brunswick dispose de nombreuses options pour attirer les voyageurs étrangers, américains et canadiens.

Cette fiche de renseignements donne un aperçu du fonctionnement de l'option interentreprises, connue sous le nom de *réseau de distribution de l'industrie du voyage*, de l'incidence que l'industrie du voyage peut avoir sur votre entreprise et de la façon d'y participer.



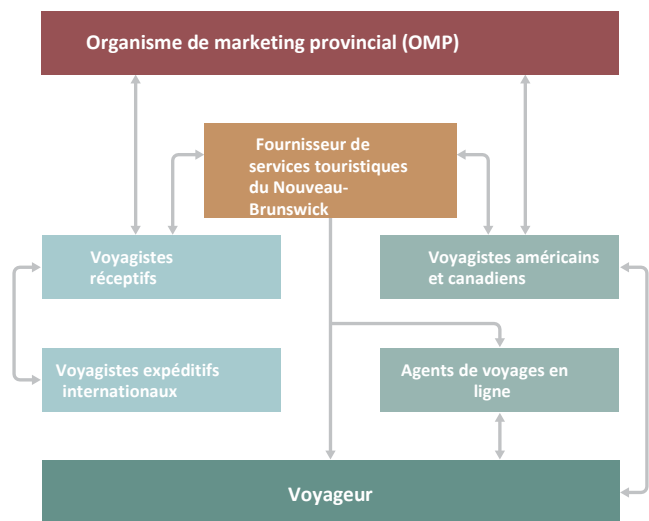
Réseau de distribution de l'industrie du voyage

Vous trouverez ci-dessous un aperçu des divers partenaires de distribution de l'industrie du voyage et de la façon dont ils interagissent.

L'organisme de marketing provincial (OMP), en partenariat avec les organisations de marketing de destinations (OMD) et les commissions de services régionaux (CSR), crée des partenariats et établit des liens pour élargir les activités au Nouveau-Brunswick. L'OMP travaille en étroite collaboration avec les voyagistes réceptifs et les voyagistes expéditifs internationaux, ainsi qu'avec les voyagistes canadiens et américains. L'OMP pour le Nouveau-Brunswick est Tourisme, Patrimoine et Culture.

Le voyagiste réceptif est un expert des produits et des expériences qu'offre le Nouveau-Brunswick. Il œuvre depuis le Canada et recherche de nouveaux produits et expériences à offrir aux voyagistes expéditifs internationaux avec qui il collabore.

Le voyagiste réceptif est établi dans le pays d'accueil et s'occupe du visiteur de l'invité international pendant son séjour au Nouveau-Brunswick (au nom du voyagiste expéditif international). Le voyagiste réceptif peut travailler avec des groupes (réservation pour plus de 10 voyageurs) ou des voyageurs indépendants (voyageurs individuels, couples ou compagnons de voyage qui voyagent de façon autonome et qui ont fait leurs réservations auprès de membres de l'industrie du voyage). Le voyagiste réceptif reçoit une commission ou un tarif net.



Les voyagistes canadiens et américains ont tendance à réserver directement auprès du fournisseur de services touristiques du Nouveau-Brunswick (proximité des marchés et meilleure connaissance du Canada).

Les agents de voyages peuvent obtenir des produits et des expériences directement auprès d'un fournisseur de services touristiques ou vendre à leur client, le voyageur, des expériences « clés en main » proposées par un voyagiste. Les agents de voyages reçoivent une commission.

Le voyageur expéditif international est généralement établi dans le pays d'origine du voyageur. Il peut travailler avec l'agent de voyages ou vendre directement au consommateur. Le voyageur expéditif international peut s'adresser directement aux fournisseurs de services touristiques au Nouveau-Brunswick ou s'associer à un voyageur réceptif. Il reçoit une commission ou un tarif net. La commission que reçoit le voyageur expéditif international doit être inférieure à la commission du voyageur réceptif (car ce dernier vend un produit ou une expérience au voyageur expéditif international).

Les agents de voyages en ligne font directement affaire avec les fournisseurs de services touristiques et vendent en ligne, directement au consommateur. Ils reçoivent une commission (souvent beaucoup plus élevée que les agents de voyages traditionnels).

Les avantages de la collaboration avec l'industrie du voyage

1. Distribution élargie : L'industrie du voyage permet d'étendre la portée du marché au-delà des clients traditionnels. Les principaux marchés de l'industrie du voyage au Nouveau-Brunswick sont le Royaume-Uni, l'Allemagne, la France, les États-Unis et le Canada.
2. Diversification des marchés : Le fait d'avoir une clientèle élargie qui comprend des marchés internationaux peut réduire au minimum le risque de « *mettre tous ses œufs dans le même panier* » en cas d'influence économique ou extérieure (comme le taux de change ou le prix de l'essence).
3. Périodes de voyage prolongées : Les tendances internationales de voyage ne sont pas toujours axées sur les fins de semaine et la haute saison estivale traditionnelle du Nouveau-Brunswick, de sorte que la collaboration avec l'industrie du voyage peut atténuer les problèmes liés à la saisonnalité.
4. Résistance aux intempéries : En raison de l'engagement en matière de temps et de coûts, les voyageurs internationaux ne sont pas susceptibles d'annuler un voyage aussi facilement que le marché intérieur canadien (par exemple, en cas de pluie ou de températures plus froides que la moyenne).
5. Réservations anticipées (rendement) : Les voyageurs internationaux commencent à effectuer des réservations à la fin du mois de novembre pour la saison estivale suivante. En général, ils dépensent plus et voyagent plus longtemps, et sont moins susceptibles d'effectuer de nouvelles réservations de dernière minute pour obtenir de meilleurs prix ailleurs.



Commissions et tarifs nets

Chaque partenaire doit générer des revenus pour les services qu'il fournit. Voici des indications générales concernant les commissions versées.

La commission est un pourcentage de l'ensemble des réservations, tandis que le tarif net correspond au prix de détail moins la commission négociée. Vous négociez les prix avec un partenaire de l'industrie du voyage (par exemple, un voyageur réceptif ou un voyageur expéditif international). Si vous passez par un voyageur réceptif, celui-ci s'occupera du voyageur expéditif international, et ce dernier fera affaire avec l'agent de voyages. Vous ne payez la commission ou le tarif net qu'une seule fois, lorsque la réservation a été effectuée.

Réseau de distribution	Fourchette des taux de commission
Voyagiste réceptif	De 15 à 30 %
Voyagiste expéditif international	De 15 à 20 %
Agent de voyages au détail	De 10 à 15 %
Agent de voyages en ligne	De 10 à 30 %

Remarque : Il n'y a pas de frais initiaux pour travailler avec l'industrie du voyage.

Autres points importants

Planification des tarifs : Pour travailler avec les agents de voyages étrangers, vous devez établir vos tarifs de 12 à 18 mois à l'avance. Le voyageur réceptif commencera à faire des recherches et à obtenir de nouveaux produits pour l'année suivante à la fin de l'automne et au début de l'hiver. Au milieu de l'été, l'offre de produits est généralement complète et est ensuite présentée par le voyageur réceptif aux voyageurs expéditifs internationaux en Europe. Les voyageurs expéditifs internationaux ont des offres prêtes pour le consommateur à la fin de l'automne. Les réservations des consommateurs commencent en novembre et la période de pointe s'étend de janvier à mars. Pour les marchés américains et canadiens, le délai d'exécution est

plus court. Pour les grands groupes récurrents (série de groupes arrivant chaque semaine, généralement au cours de la même année ou de la même saison), les tarifs sont en général exigés un an avant, tandis que pour les groupes spéciaux, la demande est présentée comme l'exige le voyageur (généralement la même année ou la même saison).

Réservations et communication : Il est impératif d'accuser réception d'une demande de réservation et d'y répondre dans un délai de 24 heures. Compte tenu des fuseaux horaires et des forfaits à composantes multiples, de nombreux fournisseurs de services touristiques sont touchés. Si la réservation ne peut pas être confirmée parce qu'une composante n'a pas été prise en compte, tout le monde est perdant.

Pour obtenir de plus amples renseignements, communiquez avec votre organisation de marketing de destination ou votre commission de services régionaux.

Nom de la personne-ressource – adresse courriel