



J. Korcia (Manor) : "nous ne voulons plus négocier avec Lufthansa"

Le président de Manor a mis les points sur les i hier concernant ses relations commerciales avec la compagnie, qui surfacture les résas via les GDS depuis le 1er septembre.



De g à d : Georges Rudas (Amadeus), Jean Korcia (Manor), Raoul Nabet (APST), Pierre Descazeaux (Air France). ©CC

Lors de son discours d'ouverture des 22èmes Journées des Dirigeants, à Madrid hier, Jean Korcia, président de Manor, a annoncé une baisse de 36% des réservations du groupe Lufthansa, au mois de septembre, par rapport à n-1.

Cette situation est la conséquence de la décision du groupe aérien de surfacturer 16 euros toute réservation via les GDS à compter du 1er septembre.

"Manor a des accords avec toutes les compagnies aériennes, a précisé Jean Korcia. Dans 15 jours, nous devons rencontrer les représentants de Lufthansa pour négocier les accords de 2016. Le conseil d'administration du réseau a décidé de ne pas négocier avec la compagnie, d'autant qu'elle est allée voir nos clients pour qu'ils réservent en direct sur son site".

Certains adhérents ne décolèrent pas. Ainsi José Martinez, directeur d'Amplitudes, estime que *"le manque de concertation est méprisant envers les agences. Des clients ont même appris cette surfacturation avant nous. A l'agence, on a décidé de boycotter la compagnie"*.

Un modèle économique bouleversé

De son côté, Georges Rudas, Pdg d'Amadeus France, a précisé que le groupe représentait 7% du marché français, dont la moitié générée par les grandes OTA, et le reste par les TMC et les agences de proximité.

"Cette mesure est contre-productive", estime-t-il. Il tire la sonnette d'alarme si d'autres compagnies venaient à suivre l'exemple de Lufthansa. *"Attention aux impacts prévisibles : les données clients n'appartiendront plus aux agences, et leur modèle économique serait bouleversé car elles ne recevront plus les booking fees des GDS"*.

Quant à Pierre Descazeaux, directeur général marché France d'Air France, il a ménagé la chèvre et le chou. *"Les GDS nous coûtent cher, aux alentours de 200 millions d'euros par an pour le groupe Air France/KLM, mais ils apportent une valeur ajoutée, et on ne sait s'en passer. Nous n'ajouterons pas de surcharge comme Lufthansa"*, a-t-il assuré