

## Frais GDS : des agences de voyages vont jusqu'au boycott de Lufthansa



Jean Korcia, président de Manor, le 9 novembre 2015 lors de l'inauguration des XXIIèmes Journées des Dirigeants du réseau, qui réunit près de 200 participants.

Les ventes Lufthansa ont chuté au sein des adhérents Manor en septembre. Une réaction à l'instauration de frais GDS de 16 euros par billet. Témoignages d'agences sur ce nouveau modèle qui révolte.

Sur le programme, c'est "l'affaire Lufthansa". La mise en place depuis le 1er septembre d'une surtaxation de 16 euros pour chaque billet émis via les GDS était en effet au cœur des débats ce lundi 9 novembre, première des trois journées du congrès Manor qui se déroule cette année à Madrid.

Les agences dénoncent une décision "méprisante"

"La décision de Lufthansa d'instaurer une surcharge via les GDS est une décision funeste. Toutes les compagnies aériennes regardent avec intérêt ce qu'il se passe et sont prêtes à sauter le pas à tout moment", s'inquiète Jean Korcia, président du GIE. "Pour le mois de septembre, le réseau qui regroupe des spécialistes du voyage d'affaires note une érosion de 36% de son chiffre d'affaires sur Lufthansa. Pourvu que ça dure !", se félicite-t-il naturellement.

Car pour la direction comme pour les adhérents, la pilule des frais GDS a du mal à passer. En réponse, José Martinez a opté pour le boycott du groupe (Austrian Airlines, Brussels Airlines, Lufthansa et Swiss). "Ils ont choisi un nouveau modèle : ça nous coûte, il faut que ça leur coûte aussi", justifie le président de l'agence toulousaine Amplitudes et membre du conseil d'administration de Manor. Et de préciser : "Nous vendions tous du Lufthansa, et tout d'un coup, on nous a annoncé que nous allions devoir vendre à des prix moins compétitifs. Ce manque de concertation, je trouve ça scandaleux et méprisant !". Le chef d'entreprise soulève une autre question : "Pourquoi ferions-nous les frais de la mésentente entre les GDS et les compagnies aériennes ?".

Les accords avec Lufthansa en péril

Pour certains, la fronde n'est pas nouvelle. Dominique Persyn, gérant des agences de voyages Montaine, dit boycotter le groupe aérien depuis le passage à la commission zéro. Chez lui, Lufthansa, c'est 0,2% des ventes, pas plus. Autre son de cloche du côté de l'agence Travel Planet. "Nous continuons à vendre beaucoup de billets Lufthansa, même avec la surcharge", assure ainsi son directeur services et technologies Tristan Dessain Gelinet.

Selon la direction de Manor, il n'est en tout cas pas question de flancher. "Nous devons recevoir Lufthansa dans une quinzaine de jours pour évoquer de nouveaux accords. Mais aujourd'hui, notre conseil d'administration n'a pas envie de négocier si la position du groupe n'évolue pas", prévient Jean Korcia. Selon lui, Lufthansa se rapprocherait même des clients des agences pour leur proposer des solutions en direct.

Air France exclut des frais GDS de 16 euros

Quant à l'inquiétude d'une généralisation des frais GDS, l'intervention de Pierre Descazeaux, directeur général du marché France chez Air France, en aura rassuré certains, du moins dans un premier temps.

"Je ne vois pas comment nous pourrions imposer une surcharge de 16 euros sur un canal qui représente les deux tiers de nos ventes", assure-t-il. Sans pour autant renier la position d'Alexandre de Juniac, PDG d'Air France-KLM, qui se disait intéressé en juin par l'initiative de Lufthansa. Selon Pierre Descazeaux, "on peut s'intéresser sans imiter".