Le groupe Selectour, présidé par Laurent Abitbol, est le premier réseau d'agences de voyage indépendantes en France avec 1 200 agences réparties sur tout le territoire et les DOM. C'est un distributeur de voyages reconnu sur le marché français, aussi bien dans le domaine du tourisme que du voyage d'affaires. Le groupe propose une très grande diversité d'offres, des vacances s'adressant aux particuliers aux déplacements professionnels, à la fois dans ses agences et sur Internet. Sa puissance de négociation avec les fournisseurs lui permet de proposer des prix attractifs. En effet, les agences Selectour ne sont tenues à aucun engagement de remplissage d'avion ou d'hôtel qui les obligerait à orienter les ventes. Dans ces conditions, elles peuvent proposer au client I'offre la meilleure et la plus adaptée à sa demande, en toute objectivité. Vous êtes l'assistant(e) de M. Abitbol au siège social de Selectour à Toulouse, il vous confie plusieurs missions afin d'appréhender les problématiques auxquelles l'entreprise est confrontée.

L'étude est composée de trois missions

Mission I L’analyse de l’impact du numérique sur l'entreprise Selectour

Mission 2 l’utilisation des outils numériques au sein de l’entreprise Selectour

Mission 3 Les conséquences du numérique sur la protection des personnes et des données

Dossier documentaire

Annexe 1 L'influence du numérique sur le tourisme

Annexe 2 Selectour inaugure son nouveau concept d’agence

Annexe 3 Wonder Booking. « l’outil phare » qui va booster les ventes de vols secs

Annexe 4 Cyberattaque : des agences Selectour victimes d’un piratage via Amadeus

Annexe5 Mentions légales et politique de confidentialité chez Selectour

• En prenant appui sur vos connaissances, le contexte et le dossier documentaire, il vous est demandé de répondre aux questions relatives aux trois missions du sujet. Vous êtes invité(e) à mobiliser les concepts et les apports théoriques dès lors qu'ils sont pertinents et que le lien avec la mission est argumenté.

Mission 1 L'analyse de l'impact du numérique sur l'entreprise Selectour (annexes 1 et 2)

* 1. Expliquer comment se traduit ta dématérialisation de l’offre dans le secteur du tourisme.
  2. Démontrer que le nouveau concept d’agence permet à t'entreprise Selectour de répondre aux nouveaux modes de consommation.
  3. Montrer les conséquences du numérique sur le rôle des conseillers voyages dans l'entreprise Selectour.

Mission 2 L'utilisation des outils numériques au sein de l'entreprise Selectour (annexe 3)

2.1 Expliquer les enjeux de la réintermédiation à la fois pour Selectour et pour ses clients.

2.2 Montrer comment l'outil Wonder Booking améliore le système d'information de Selectour.

Mission 3 Les conséquences du numérique sur la protection des personnes et des données (annexes 4 et 5)

3.1 À partir de l'annexe 4, présenter le risque auquel a été exposé Selectour dans le cadre de la digitalisation de ses activités.

3.2 À partir de l'annexe 5, identifier comment Selectour se conforme au cadre légal en matière de traitement des données personnelles de ses clients.

3.3 Expliquer comment l'entreprise Selectour protège ses actifs immatériels.

Annexe 1 :

E-tourisme et territoires : le numérique au service du développement touristique

Le secteur du tourisme a réussi depuis plusieurs années à s'adapter à la transformation digitale. Les réservations, choix des destinations, préparations de voyage se font de manière autonome. Le marché est en perpétuelle évolution et les nouvelles technologies ont un impact non négligeable sur le e-tourisme. Pour les acteurs du secteur, il est important de penser la stratégie de communication en fonction des voyages des internautes. En France, 79 % des touristes préparent leur voyage sur Internet et plus de la moitié y réservent leur séjour. Le m-tourisme (e-tourisme sur mobile) est en pleine croissance également avec des recherches et réservations d'hébergements sur mobile et tablette. Un support apprécié par les consommateurs car il est la réponse à des besoins immédiats. Comment le e-tourisme peut-il avoir une influence sur l'attractivité d'un territoire Quelles sont les données à prendre en compte pour améliorer l'image et la notoriété ?

Une expérience utilisateur différente grâce au e-tourisme

La digitalisation des professionnels du voyage est indispensable. Le baromètre 2022 du cabinet Raffour Interactif le démontre parfaitement : 67 % des Français partis en vacances sont considérés comme « m-touristes » (utilisation des mobiles ou des tablettes). Le mobile est devenu pour ce secteur un incontournable qui accompagne les touristes pendant les séjours. Ces supports apportent également plus de fluidité et de souplesse. La communication et la promotion d'une destination passent obligatoirement par le mobile afin de toucher une cible plus large. Les séjours se préparent, pour une grande partie des voyageurs, sur Internet et c'est tout naturellement que les réservations (hébergements, transports, restaurations, activités...) s'y font aussi. L'étude révèle aussi que 58 % des Français partis ont réservé leur séjour en ligne. Une gestion très efficace, que ce soit pour l'offre ou pour la demande, avec une accessibilité 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. De nombreuses solutions de communication digitale existent pour toucher la bonne personne, au bon moment et au bon endroit.

L'importance de la data

Avec le numérique, les données recueillies sont très précieuses pour les acteurs du tourisme. Le traitement de la data est utile afin de proposer des offres personnalisées aux futurs voyageurs. Par exemple, grâce à l'évènement du m-tourisme, les données mobiles permettent d'avoir une vue de la fréquentation sur le territoire, les données peuvent également être utilisées en temps réel afin d'évaluer le potentiel touristique, suivre les voyageurs, comprendre les usages et prendre des décisions.

Annexe 2 :

Selectour inaugure son nouveau concept d'agence

Présentée le 2 mai 2017 par ses dirigeants, la « nouvelle » agence Selectour de la rue de Rennes (Paris VIème) a affiché en 4 mois d'ouverture 19 % de commandes supplémentaires ainsi qu'une hausse de 30 % de nouveaux clients. « C'est notre plus belle vitrine. Le projet de cette rénovation architecturale complète remonte à il y a un an », explique Édouard Roux de Lusignan, directeur marketing de Selectour. «  Aujourd'hui, les modèles 100 % online ne sont plus viables et ce pour deux raisons : leur rentabilité tout d'abord, quasi nulle, et le consommateur qui, bien qu'hyperconnecté, revient de plus en plus aux valeurs traditionnelles du commerce avec ses échanges humains, ajoute Laurent Abitbol. Il était donc très important pour nous de soigner nos points de vente pour offrir à nos clients une expérience d'achat différenciante. »

Parmi les innovations architecturales et design, on retrouvera dans les agences Selectour un nouveau mobilier « construit autour d'une notion de "Cosy at home" », avec des bureaux ronds, des canapés, des tables basses ou encore des bibliothèques. Des éléments de l'identité de Selectour sont conservés, comme la couleur orange, le papier peint géométrique, ou encore un planisphère composé des visages des adhérents. Le tout est entièrement modulable par chaque agence et doit permettre « d'accueillir les clients comme à la maison », d'après Vincent Brossin, PDG d'Orelis Voyages.

Enfin, la digitalisation des agences se poursuit, notamment grâce à une large dalle numérique en vitrine, mais aussi par des innovations comme un compteur de « j'aime » Facebook, connecté à la page du réseau Selectour en temps réel. Ou comme deux écrans placés au mur et faisant défiler des photos que les clients postent sur les réseaux sociaux, ou des avis qu'ils donnent sur leur accueil en agence. Et dans ces agences quasiment sans brochures, « le client vient pour les bonnes raisons », explique Vincent Brossin. Il ajoute : « La nouvelle agence plaît beaucoup. En interne, nos équipes sont également fières de travailler dans un cadre nouveau et agréable, cela a un impact indéniable sur la motivation de tous. »

Annexe 3 :

Wonder Booking, « l'outil phare » qui va booster les ventes de vols secs 1

Laurent Abitbol, le président du Directoire, veut développer la vente de vols secs dans les agences Selectour, créneau trop peu exploité d'après lui. Pour ce faire, le groupement d'intérêt économique (GIE) ASHA regroupant Havas Voyages et Selectour, a pris des parts dans une société informatique qui a développé l'outil Wonder Booking, véritable fruit de l'intelligence artificielle. Cet outil va contribuer à revaloriser le rôle de l'agent de voyage en lui permettant d'accéder à l'intégralité des vols des compagnies aériennes. De plus, le vol sec lui permettra de réaliser des ventes de services complémentaires comme location de voiture ou réservation d'hôtel. Les clients pourront désormais acheter un vol Paris-New York dans une agence au même prix que sur Internet. L'outil Wonder Booking constitue en soi une réelle avancée puisqu'il se présente comme un véritable hypermarché de l'aérien. Concrètement, début 2021, les agents de voyage du réseau Selectour pourront transiter directement par cette nouvelle plateforme pour vendre un billet d'avion. Ils auront toujours accès au GDS (Global Distribution System) Amadeus2 (dont ils sont actuellement captifs), mais ils pourront également accéder aux programmes des vols des compagnies aériennes du monde entier. Wonder Booking proposera à terme les offres des centrales hôtelières, des loueurs de voitures et compagnies ferroviaires. Cette solution évitera de payer la surcharge due au GDS Amadeus et donnera l'accès direct à une offre complète de services. Laurent Abitbol fixe un objectif ambitieux au GIE : réaliser I milliard d'euros de chiffre d'affaires sur les ventes de vols secs de loisirs.

1. Un vol sec est un billet d'avion vendu sans aucune autre prestation additionnelle telle que l'hébergement ou les transferts avec l'aéroport.

2. Un système informatique qui permet de proposer des offres pour les vols et réservations d'hôtel.

Annexe 4 :

Cyberattaque : des agences Selectour victimes d'un piratage via Amadeus

Des pirates informatiques ont accédé aux ordinateurs d'agences de voyage, afin de réserver des billets d'avion. Selectour travaille avec Amadeus pour que de tels incidents ne se reproduisent pas. Le procédé est aussi efficace que redoutable : des hackers se connectent à distance à l'ordinateur d'une agence de voyage, récupèrent les codes d'accès à Amadeus. Puis, la nuit de préférence, ils réservent en rafale des billets d'avion. Le préjudice peut s'élever à quelques dizaines de milliers d'euros. Un montant qui porte atteinte à la rentabilité du distributeur, voire peut nuire à sa viabilité, selon sa taille et sa solidité financière. Lors du récent congrès des Entreprises du voyage à Madère, Selectour (plus précisément Jean-Marie Seveno, président du groupement ASHA Selectour/Havas Voyages) et Amadeus ont reconnu que deux agences de voyage avaient été touchées, pas une de plus. Dans chacun des deux cas, le préjudice total s'élèverait à quelques dizaines de milliers d'euros de billets d'avion vers l'Afrique principalement. D'après une source proche du dossier, au cours des derniers mois, d'autres agences Selectour auraient en fait été hackées, notamment dans la région parisienne. Reste à savoir, en pareilles circonstances, qui va payer l'addition. Tout dépend qui est tenu responsable d'une probable déficience de sécurité.

Interrogé par nos soins, [Selectour] nous a répondu ce matin par mail : « Concernant la situation et compte tenu de la confidentialité (de l'affaire), Selectour n'est pas en mesure de communiquer sur le sujet. Cet événement concerne seulement deux agences de notre réseau mais toute notre équipe travaille étroitement avec ses partenaires pour amener les agences vers un mode de fonctionnement qui vise à empêcher que ce genre de situation ne se reproduise. C'était également l'objet de notre réunion avec Amadeus, avec qui nous avançons vers une collaboration plus sécurisée de jour en jour. » Dédier la solution Amadeus Selling Platform Connect à un seul ordinateur, et non pas à tout terminal accédant à Internet en wifi, ferait partie des solutions envisagées, selon nos informations.

Annexe 5 :

Mentions légales et politique de confidentialité chez Selectour

Éditeur du Site : SELECTOUR ENTREPRISE, société par actions simplifiée au capital de 1 600 000 euros, dont le siège est situé au 17, avenue Honoré-Serres à TOULOUSE (31), immatriculée au RCS de TOULOUSE sous le numéro 392 715 801.

Directeur de publication : Jean-Noël LEFEUVRE, Directeur général de SELECTOUR ENTREPRISE.

Hébergeur du site : Claranet, Saint-Denis

Conception : Disko

Webmaster : [webmaster@selectour.com](mailto:webmaster@selectour.com)

1. Données personnelles

Selectour Entreprise, en tant qu'éditeur du site, est amenée à collecter et traiter des données à caractère personnel vous concernant. Selectour Entreprise attache une grande importance à la protection des données personnelles et veille attentivement au respect des dispositions protectrices relatives à la vie privée et au traitement des données personnelles. Nous nous engageons à respecter les principes édictés par la loi 78-17 Informatique et Libertés du 6 janvier 1978 et le Règlement européen 2016/679 du 27 avril 2016 dit Règlement général sur la protection des données (RGPD) entrant en vigueur le 25 mai 2018, à savoir :

1. Transparence, loyauté et légalité dans le traitement et l'utilisation des données à caractère personnel.
2. Limiter le traitement des données à caractère personnel à des fins précises, explicites et légitimes.
3. Minimiser la collecte et le stockage des données à caractère personnel au regard de la finalité du traitement.
4. Garantir l'exactitude des données à caractère personnel et permettre leur effacement ou leur rectification.
5. Limiter la conservation des données à caractère personnel.
6. Assurer la sécurité, l'intégrité et la confidentialité des données à caractère personnel.

Nous vous informons ci-dessous de notre politique de données personnelles afin que vous puissiez être parfaitement informé du traitement mis en œuvre et donner votre consentement et ce, avant la signature du bulletin d'inscription.

1. Propriété intellectuelle

Le Site et l'intégralité de son contenu sont la propriété exclusive de Selectour Entreprise. Selectour Entreprise est propriétaire exclusif des droits de propriété intellectuelle (droit des marques, droit d'auteur, droits à l'image) relatifs au Site et à son contenu, en vertu des dispositions du Code de la propriété intellectuelle et de la législation internationale, sauf s'ils sont mentionnés comme appartenant à des tiers. Les dénominations et les logos Selectour affichés sur le Site sont des marques déposées appartenant à la Coopérative Selectour, société membre du groupement Selectour, pour lesquelles la société Selectour Entreprise dispose des autorisations requises. L'internaute ne dispose d'aucun droit ni d'aucune licence d'utilisation sur l'ensemble des marques citées. Toute représentation, reproduction ou utilisation de la forme ou des contenus du Site est strictement interdite et soumise à l'autorisation préalable de Selectour Entreprise, sous peine de poursuites en contrefaçon, et devra faire apparaître la mention claire et lisible de l'adresse URL du Site <https://www.selectour.com> et de tous les sites du réseau Selectour.