
Etude concernant les DMS (« destination management system ») dans les organisations touristiques en Suisse

Roland Schegg et Michael Fux
roland.schegg@hevs.ch / michael.fux@hevs.ch

Août 2011

Institut de Tourisme - Sierre
HES-SO Valais

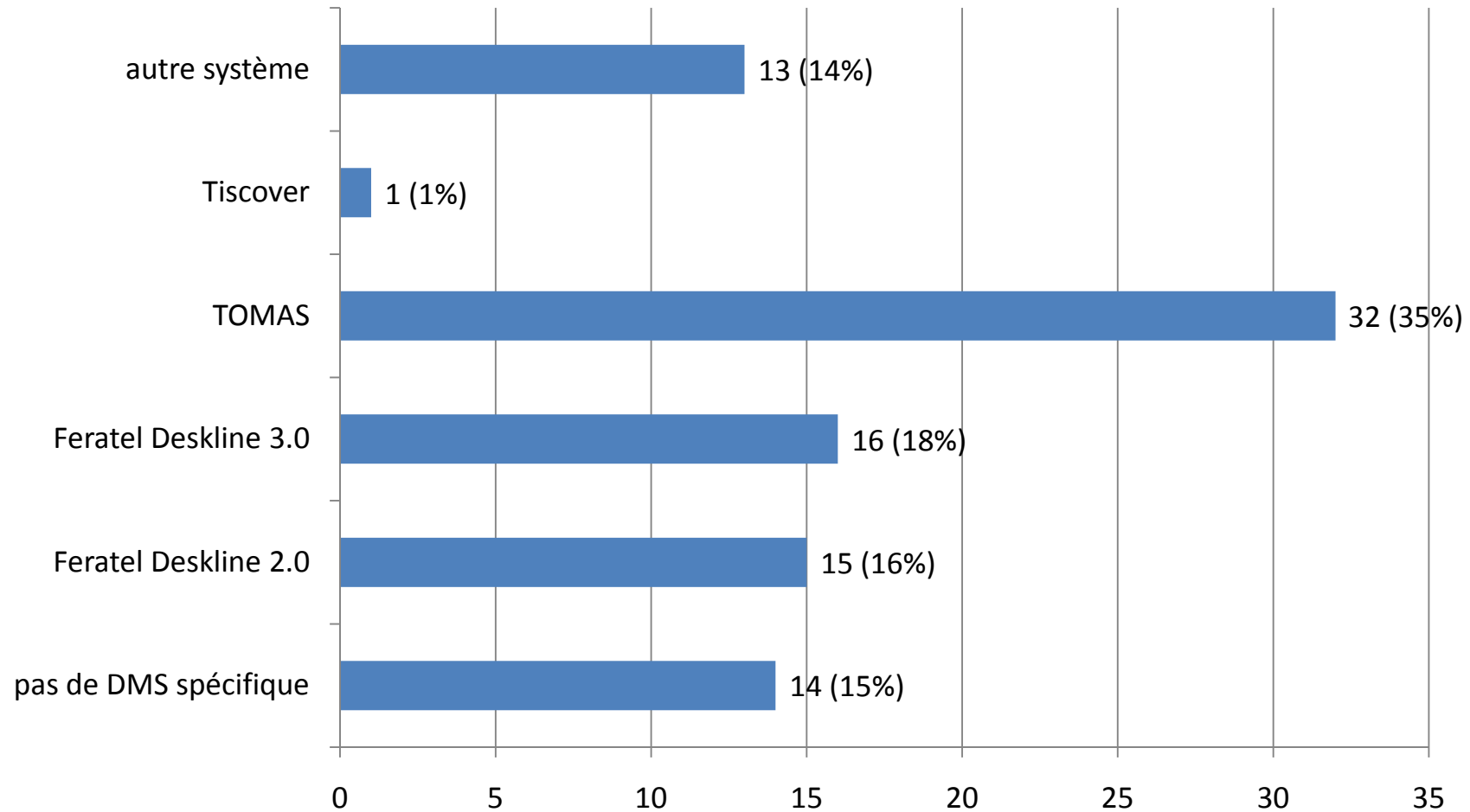
1

- Caractéristiques de l'enquête
- Résultats de l'enquête
- Conclusions
- Contact

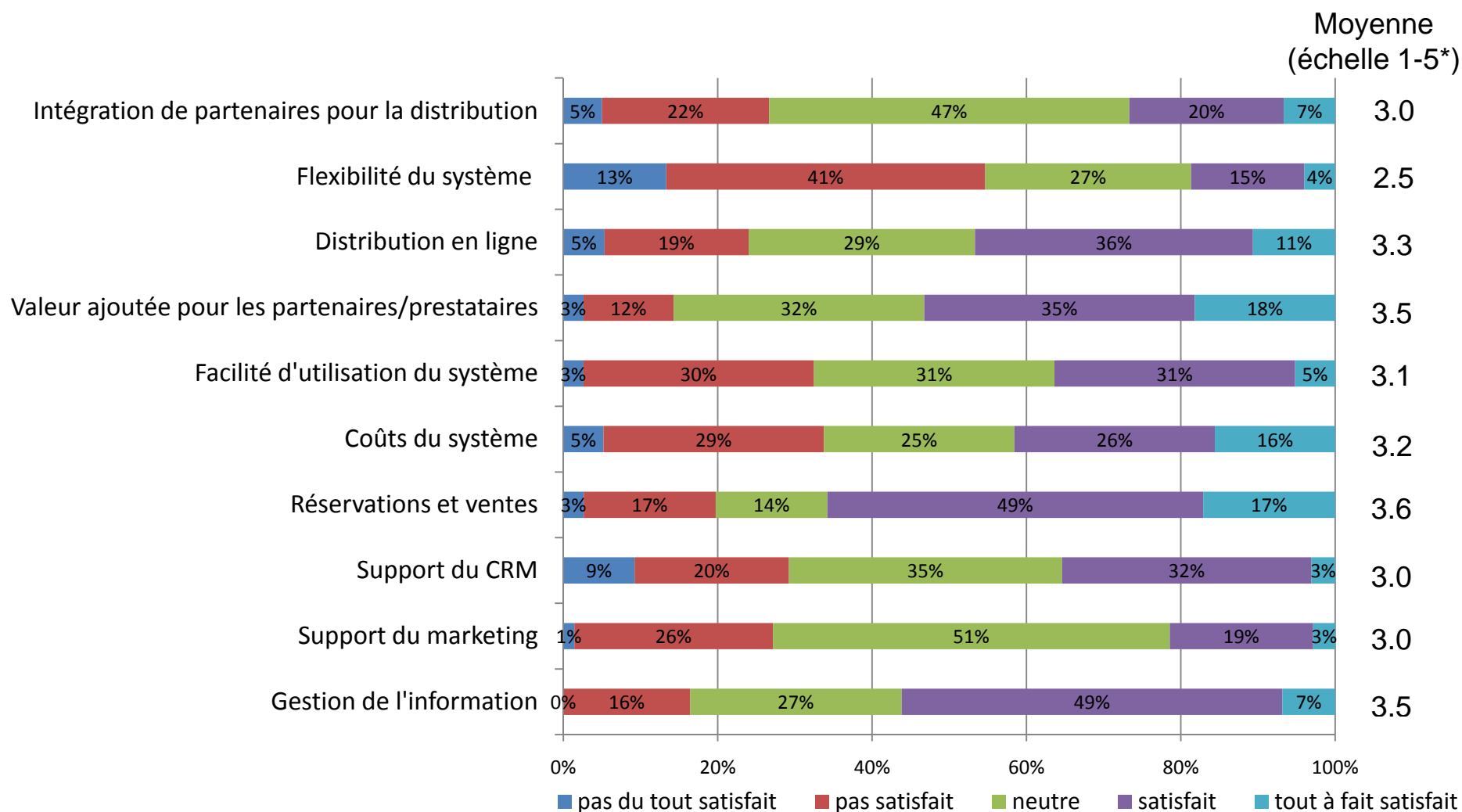
Caractéristiques de l'enquête

Sujet de l'enquête	Enquête concernant l'évaluation et la perception des systèmes d'informations et de réservations dans les offices de tourisme suisses (par la suite ces systèmes sont appelés DMS ou „destination management system“)
Période d'enquête	Juillet 2011
Population	210 offices de tourisme locaux et régionaux en Suisse
Echantillon	92 offices de tourisme locaux et régionaux en Suisse
Taux de réponse	43%
Moyenne des nuitées des OT	362'781 (max. 11'442'000 / min. 14'169)

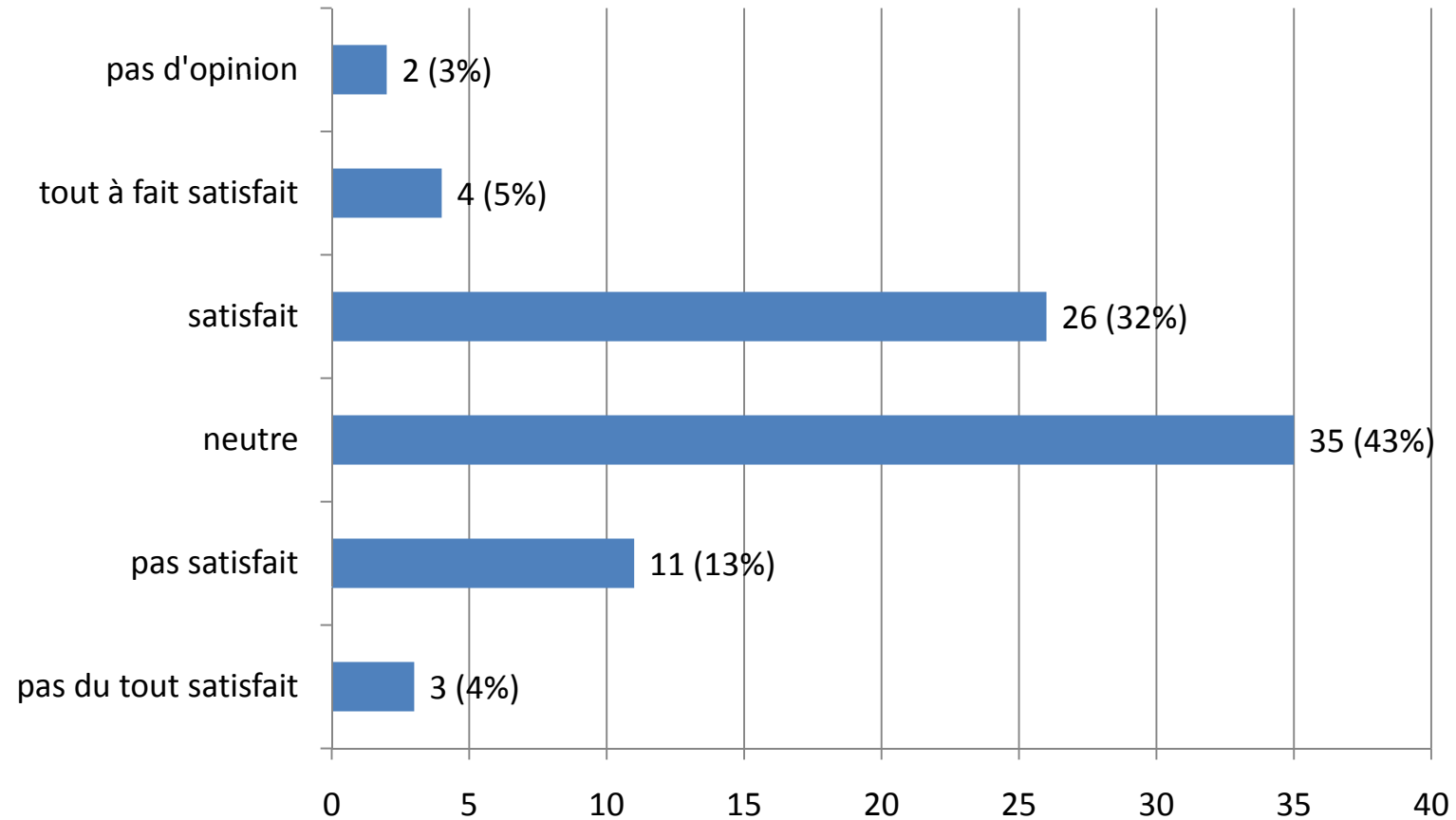
Avec quel DMS travaillez-vous?



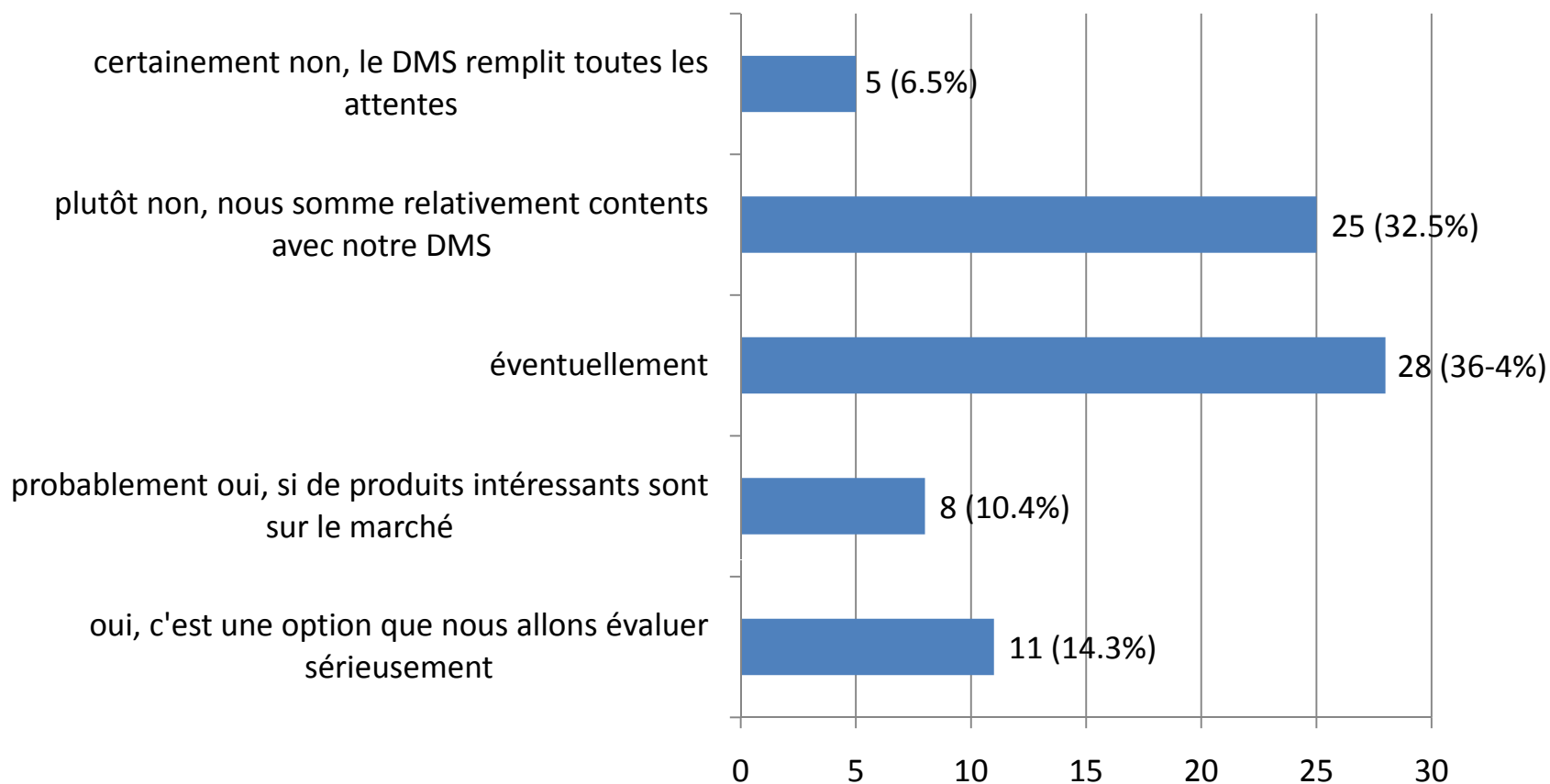
Quelle est la satisfaction avec votre DMS concernant les aspects suivants?



En général, êtes-vous satisfaits avec votre DMS?



Envisagez-vous de changer de DMS dans les 3-5 prochaines années?



Quelles sont les 5 fonctionnalités/options de votre système (DMS) actuel que vous appréciez particulièrement?

	Nbre de mentions
outil de réservation pour le client	64
centrale de réservation pour le call center	43
channel manager (gestion des canaux de distribution) pour les hôtels	34
système de réservation directe pour le site web des hôtels	28
module pour les brochures: commande de brochure	21
vente de prestations complémentaires (p.ex. tickets)	20
échange de données automatique avec channel manager externe	14
échange de données automatique avec le logiciel de réservation de l'hôtel (PMS)	11
module pour requête de réservation	11
interface financier (export de données dans le système de compatibilité)	9
vente de prestations de la destination à des partenaires	8
interface avec le système e-CRM de Suisse Tourisme	8
gestion des informations de la destination: events, description POIs, etc.	8
Hotel Frontend: module pour gestion des données des partenaires (hôtels)	7
module pour les affiliés: provision pour partenaire de distribution	5
module marketing, p.ex. rapport sur le comportement de réservation des touristes	4
autres fonctions	3
administration des bulletins d'arrivée	3
market intelligence (veille), p.ex. conduite d'études de marché	2
services mobiles, p.ex. système de réservation pour téléphones mobiles	1
module pour les bons	0
vente d'e-ticket CFF	0

Quelles seront les 5 fonctionnalités/options décisives pour un système (DMS) dans le futur?

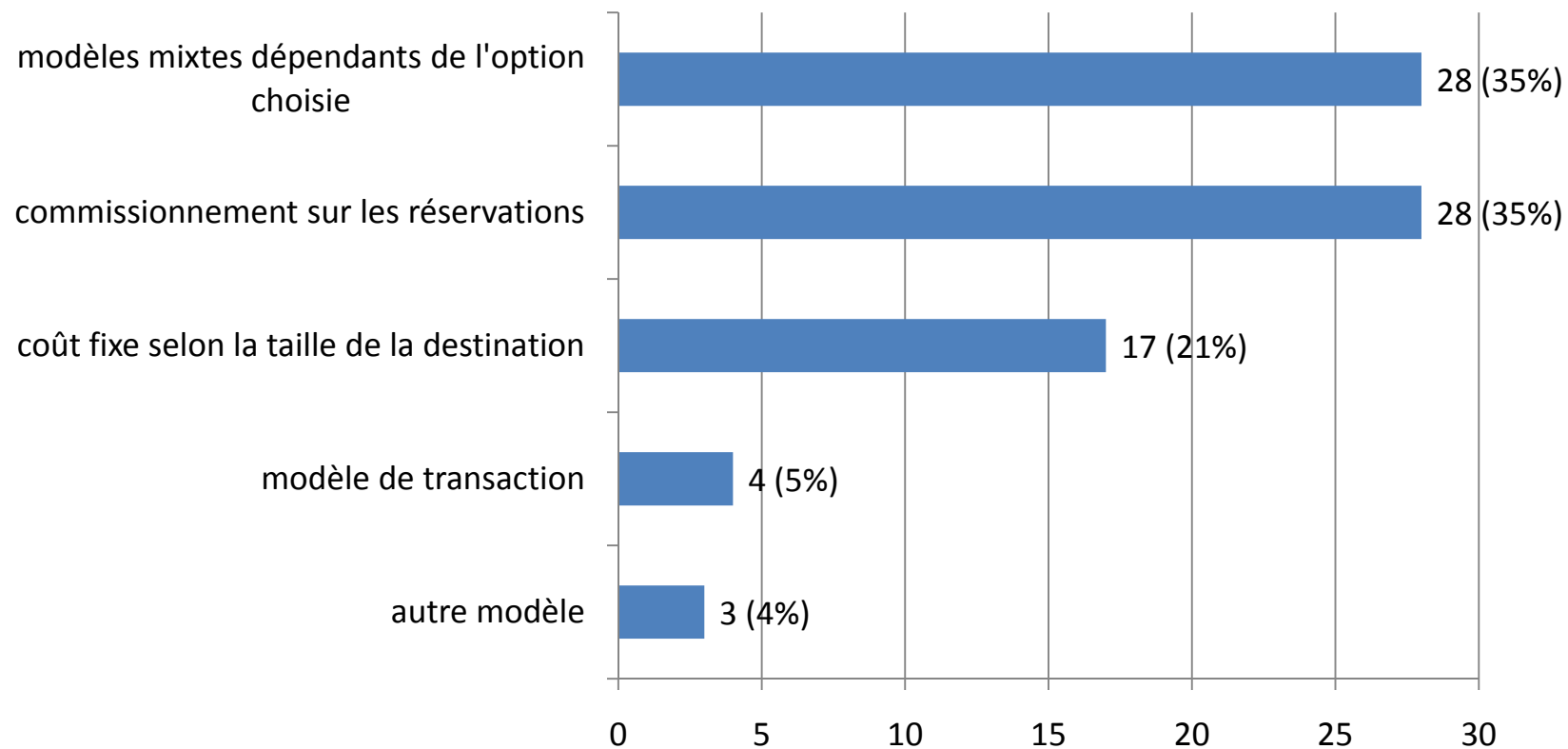
	Nbre de mentions
outil de réservation pour le client	49
channel manager (gestion des canaux de distribution) pour les hôtels	45
vente de prestations de la destination à des partenaires	29
services mobiles, p.ex. système de réservation pour téléphones mobiles	28
échange de données automatique avec channel manager externe	26
vente de prestations complémentaires (p.ex. tickets)	26
système de réservation directe pour le site web des hôtels	23
échange de données automatique avec le logiciel de réservation de l'hôtel (PMS)	23
interface avec le système e-CRM de Suisse Tourisme	20
centrale de réservation pour le call center	20
module marketing, p.ex. rapport sur le comportement de réservation des touristes	19
administration des bulletins d'arrivée	13
gestion des informations de la destination: events, description POIs, etc.	12
module pour les affiliés: provision pour partenaire de distribution	11
market intelligence (veille), p.ex. conduite d'études de marché	9
interface financier (export de données dans le système de compatibilité)	8
module pour requête de réservation	7
Hotel Frontend: module pour gestion des données des partenaires (hôtels)	5
vente d'e-ticket CFF	4
module pour les brochures: commande de brochure	3
module pour les bons	0

Changement de la pertinence/importance des fonctionnalités

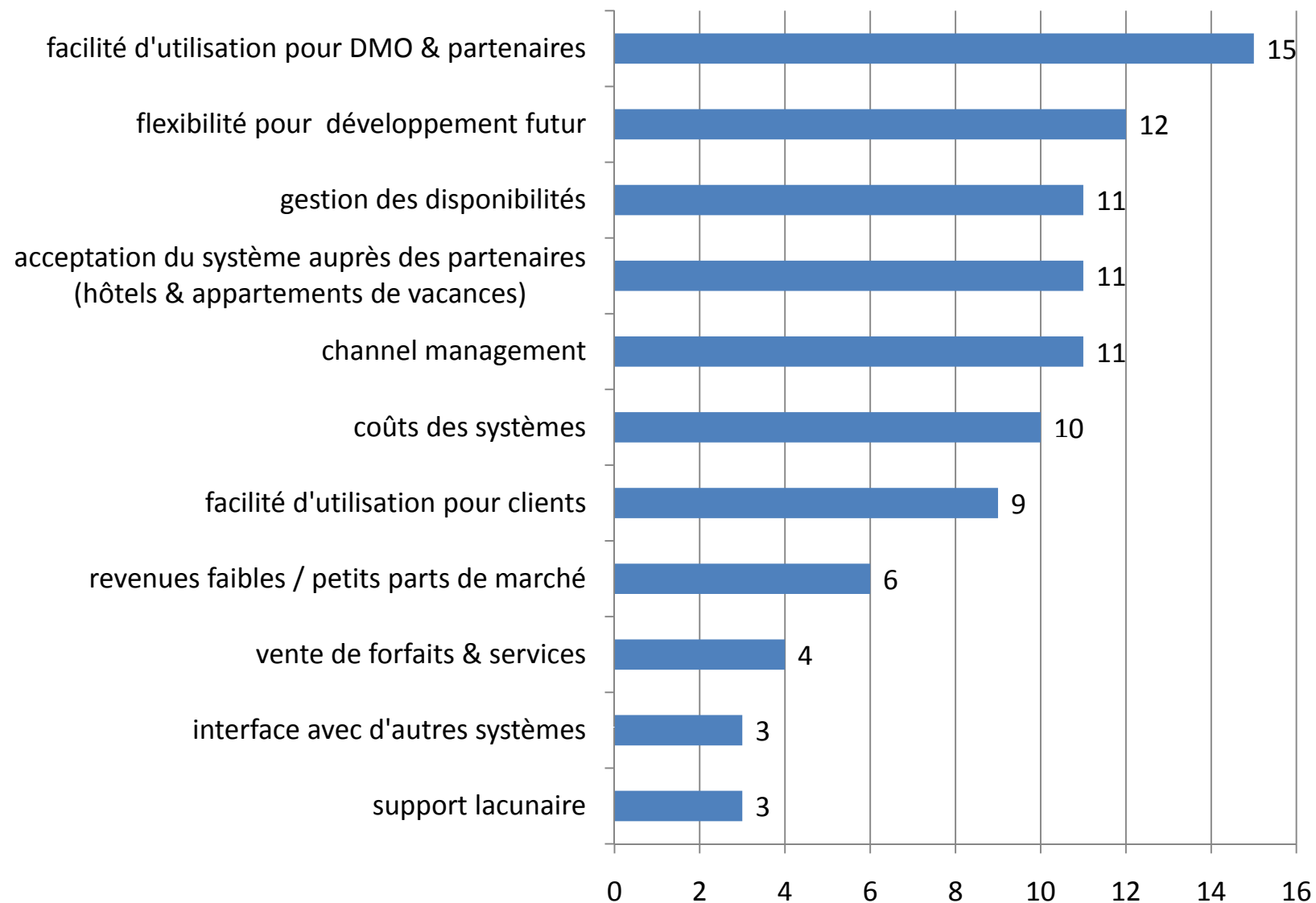
	Changement*
Plus grande importance à l'avenir	
services mobiles, p.ex. système de réservation pour téléphones mobiles (Smartphone)	+16
vente de prestations de la destination à des partenaires	+8
module marketing, p.ex. rapport sur le comportement de réservation des touristes	+5
administration des bulletins d'arrivée	+5
market intelligence (veille), p.ex. conduite d'études de marché	+3
interface avec le système e-CRM de Suisse Tourisme	+3
Plus petite importance à l'avenir	
module pour les brochures: commande de brochure	-12
module pour requête de réservation	-6
centrale de réservation pour le call center	-5
interface financier (export de données dans le système de compatibilité)	-4
Hotel Frontend: module pour gestion des données des partenaires (hôtels)	-4

* Les changements se basent sur la différence de rang de l'importance dans 5 ans par rapport à l'importance actuelle (voir « slides » précédents).

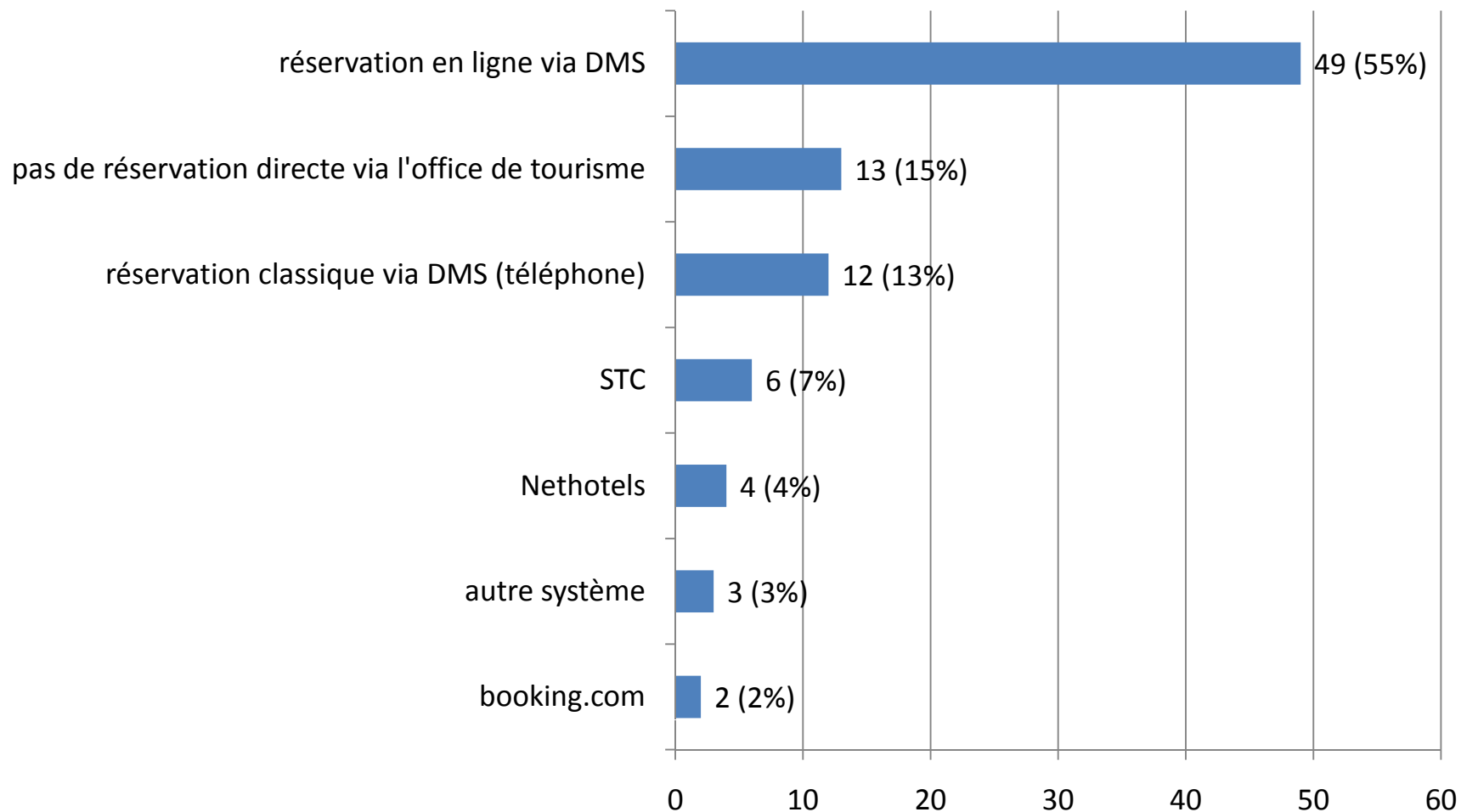
A votre avis, quel est le modèle de coût d'un DMS le plus approprié pour une organisation touristique?



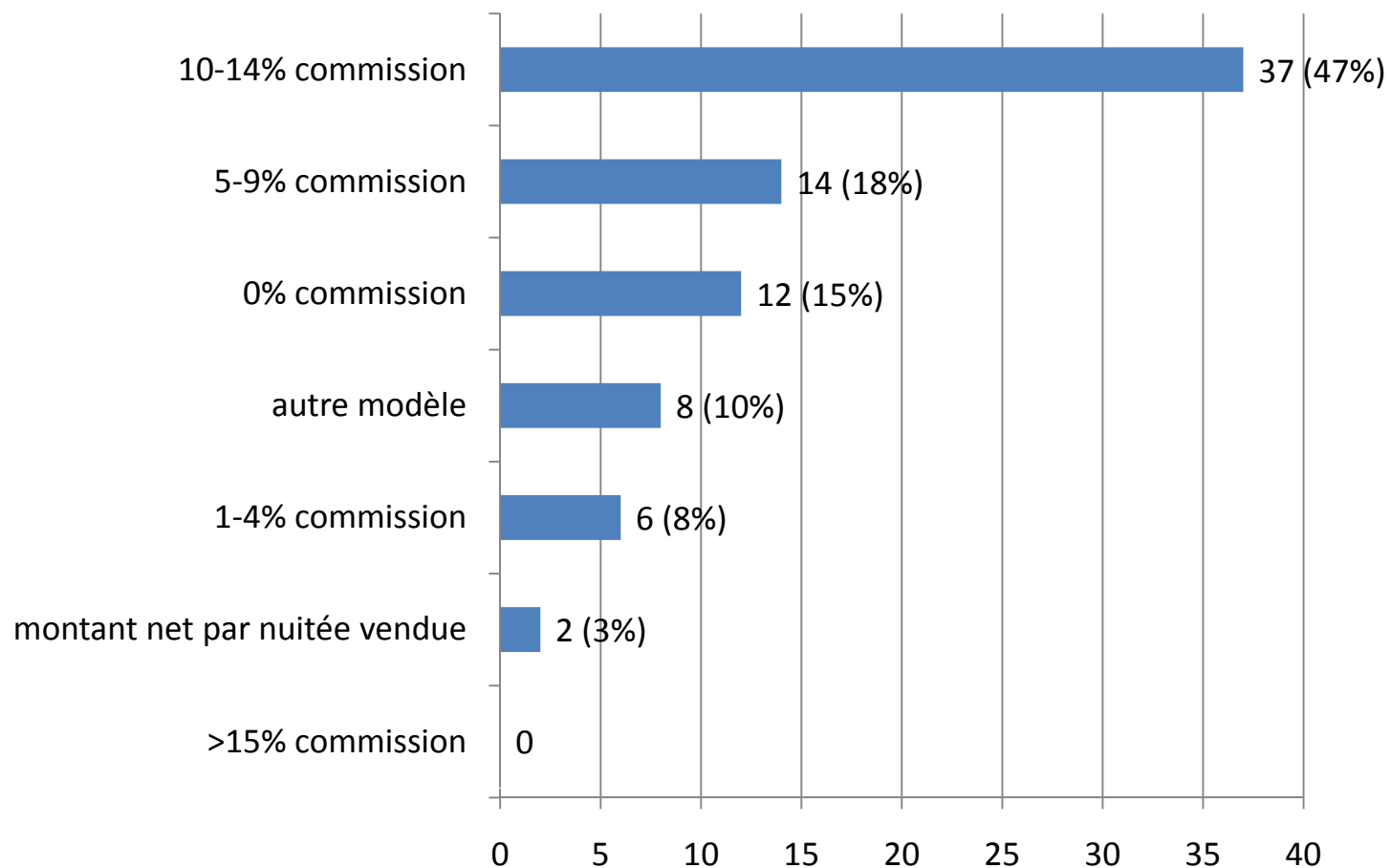
Quels sont les problèmes majeurs, respectivement les défis, pour votre organisation, en lien avec votre DMS?



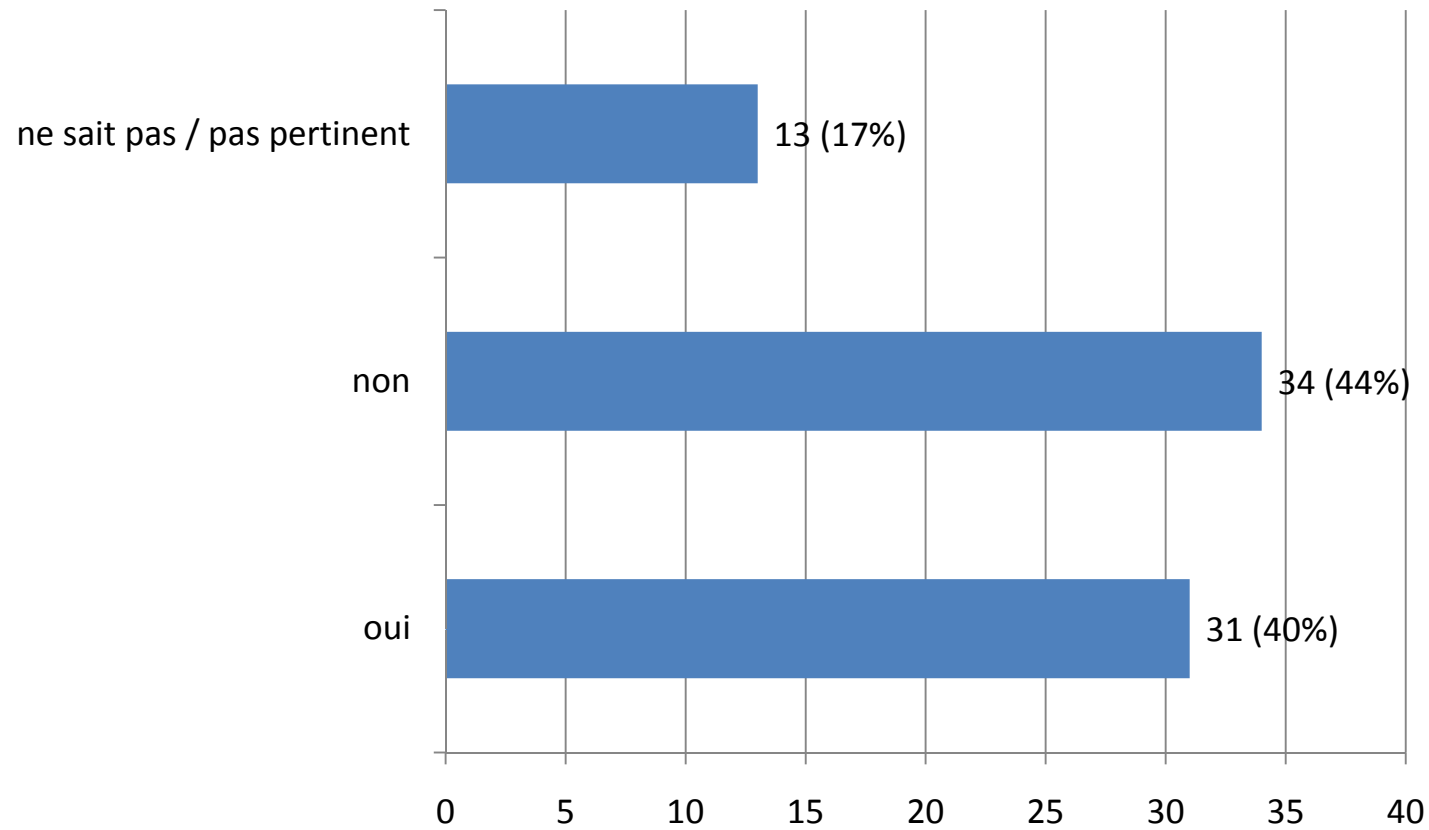
Comment les réservations pour les hôtels et les appartements de vacances sont-elle gérées par votre organisation?



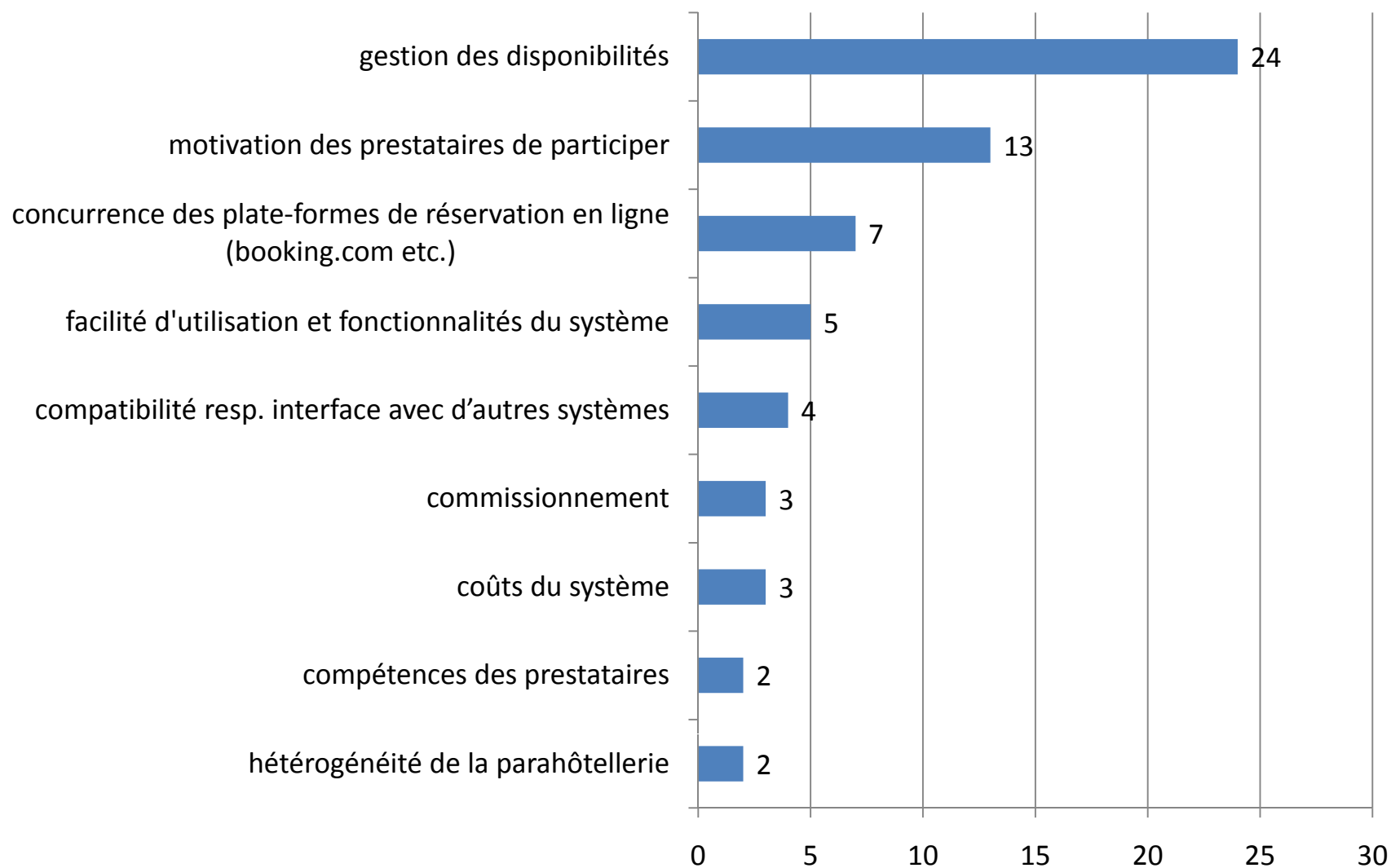
Selon quel principe le prélèvement de commissions pour l'utilisation de votre système de réservation en ligne se fait-il?



Demandez-vous la parité des prix à vos prestataires?



Pour votre organisation, quels sont les problèmes/défis majeurs concernant les réservations de prestations d'hébergement?



16

Chiffres-clés

	N*	Médiane	Max.	Min.
Proportion des nuitées hôtelières générées (vendues) par l'office de tourisme (DMO)	34	3 %	30%	0%
Proportion des nuitées para-hôtelières générées (vendues) par l'office de tourisme (DMO)	28	4.5%	20%	0%
Chiffre d'affaires du DMS (en CHF)	25	844'428	7'229'789	30'161
Produit (commission) sur les réservations du DMS	27	81'868	1'076'046	1'506
Nombre de visiteurs sur le site Web de la DMO	39	456'882	3'200'000	24'635
Chiffre d'affaires moyen par visiteur du site Web de la DMO (en CHF)	15	1.3	3.9	0.2
Nombre de visiteurs sur le site Web de la DMO par nuitée	20	1.02	2.35	0.08

17

* Nombre d'observations

Conclusions

- Descline Feratel et TOMAS sont les systèmes d'informations et de réservations (DMS) dominant le marché; ils sont utilisés par 2/3 des organisations touristiques (OT) qui ont participé dans l'enquête.
- Quasiment la moitié des OT n'ont pas d'opinion claire (« neutre ») par rapport à leur satisfaction générale avec le DMS. Les fonctionnalités classiques comme la gestion des réservations et des informations sont les mieux perçues tandis que les fonctionnalités tournées vers l'avenir comme le « channel management » ou le CRM sont évaluées moins positivement.
- Pour 60% des répondants un changement de DMS est une option réelle. Les raisons pourraient être le manque de flexibilité et la difficulté d'utilisation des systèmes actuels.
- Le système de réservation pour les clients est et sera la fonctionnalité la plus importante d'un DMS. Chez la majorité des TO, les clients peuvent utiliser ces systèmes en ligne. Les répondants pensent que dans 5 ans une version mobile de la réservation sera un « must » pour les DMS.
- Néanmoins la pertinence du système de réservation ne se reflète pas (encore) dans la proportion des nuitées générées directement par les OT, celle-ci se situant en moyenne en dessous de 5 % des nuitées totales des destinations.

Roland Schegg & Michael Fux

HES-SO Valais

Institut de Tourisme (ITO)

Prof. Ecole Suisse de Tourisme (EST)

TechnoPôle 3

CH-3960 Sierre

Tel. 027 606 90 04

roland.schegg@hevs.ch / michael.fux@hevs.ch

www.hevs.ch

Bachelor of Science HES-SO en Tourisme

Ecole Suisse de Tourisme à Sierre (www.est-stf.ch)

