

INTERVIEW

Patrick Bleu

PRÉSIDENT D'XFT (EXCHANGE FOR TRAVEL)

Quelles sont les principales évolutions technologiques en 828 dans notre industrie ?

Il y a une dichotomie importante entre ce qui se dit et ce qui se passe réellement. Dans notre industrie, les avancées technologiques sont davantage destinées au grand public. En B2B, elles ne sont pas évidentes à mettre en œuvre car les lignes sont difficiles à faire bouger. Pourtant 80 % du *business* dans le *voyage* de loisir se fait en B2B.

Quelles devraient-elles être ?

On s'aperçoit du rôle primordial des API qui sont fondamentales dans les stratégies d'entreprises. Elles sont de plus en plus sophistiquées et offrent une réelle valeur ajoutée à ceux qui vont les intégrer. C'est une tendance de plus en plus forte dans le e-commerce tous secteurs confondus : il devient plus important d'avoir des API performantes qu'un site web performant aujourd'hui pour vendre sur Internet, car le volume passe obligatoirement par des plateformes. Amazon a eu cette vision il y a déjà quelques années, ce n'est pas nouveau mais cela devient réellement stratégique.

Les acteurs du tourisme sont-ils capables de les intégrer ?

Pour gérer des API, il faut avoir un *back office* performant. Jusqu'à maintenant la plupart des investissements technologiques a été fait sur le *front end*. La dématérialisation des factures, par exemple, n'est toujours pas mise en place, c'est surprenant. Il ne s'agit pas d'envoyer des pdf mais de pouvoir traiter les factures de façon automatique. Des normes existent mais elles ne sont pas utilisées car producteurs et distributeurs devraient faire des efforts pour intégrer ces flux. Un autre exemple est le collaboratif. Airbnb, sans technologie à la pointe, ne pourrait pas fonctionner. La location chez l'habitant existe depuis des dizaines d'années mais c'est la technologie qu'ils ont développée qui a permis ce succès et une adoption très rapide de la part des utilisateurs. Le processus de réservation est extrêmement simple. La partie « fournisseurs » est

également optimisée : ceux qui souhaitent mettre leur bien en location disposent d'un outil extrêmement performant et simple d'utilisation. Si on transpose cette vision, ce constat, à notre industrie, on se rend compte que distributeurs et producteurs ont des *back offices* archaïques. C'est pourquoi on essaie, dans le cadre de l'association, de faciliter leurs échanges, de fluidifier le transfert d'informations entre les différents acteurs. Mais le problème n'est pas que technique . .

C'est à dire ?

Nous travaillons par exemple sur les carnets de voyages dématérialisés sur mobile. Le problème est que les agences de voyages ne veulent pas donner un accès direct à leurs clients aux producteurs. Si les distributeurs ne jouent pas le jeu, ce ne sera pas utilisé. L'objectif est que producteurs et distributeurs utilisent des outils communs. L'avantage ici est que les documents de voyages sur mobile sont demandés par les consommateurs, cela a donc davantage de chances d'aboutir que la facture dématérialisée.

Un autre frein est que certains préfèrent avancer de leur côté afin de garder une longueur d'avance sur leurs concurrents. Il faut réussir à faire comprendre aux différents acteurs qu'ils seront plus forts ensemble, en adoptant des standards en termes de technologie. Nous voulons faciliter leurs interactions, créer des normes et des standards, et développer des « contenants » mais sans tenir compte du contenu qui appartient à chacun. •

