

Aubaine? Quelle aubaine?

Magasinage en ligne pour un forfait vacances : attention aux pièges.

Un article de la CTV donnait des exemples d'un drôle de phénomène qui a cours dans le monde de l'achat de voyages en ligne : la hausse subite et considérable du prix des forfaits vacances soleil tout-inclus quand on clique sur le bouton de réservation du voyage.



Comment est-ce possible? Aucun autre produit offert en ligne ne change soudainement de prix au beau milieu de la transaction. C'est quoi le truc? Croit-on qu'une augmentation subite de 200 \$ dans le prix du forfait ne nous sautera pas aux yeux?

Selon les experts de l'industrie, le problème réside dans la nature même des forfaits vacances. Il s'agit d'un produit hautement périssable, et les voyageurs doivent maximiser leurs possibilités de profit. Si les marges de profit sont réalisées longtemps d'avance, le voyageur augmente le prix initial du forfait. Si le forfait ne se vend pas dans un délai donné, il représente un risque de pertes et le voyageur le retire du marché ou en réduit le prix. Un grand voyageur peut faire jusqu'à 50,000 révisions de prix en une journée.

Dan Langevin est vice-président de Softvoyage, l'entreprise du Québec qui gère le moteur de réservations utilisé par la grande majorité des sites d'achats de voyages en ligne au Canada. Il décrit comment les moteurs de Softvoyage accidentent aux prix courants : « Nos outils informatiques recueillent sans cesse les données sur les dernières offres et les prix les plus récents demandés par les voyageurs, les compagnies aériennes et les consolidateurs; ils les versent ensuite dans une base de données centralisée, qu'on appelle notre « base de magasinage ». Ce n'est pas une base de consultation en temps réel, mais elle est mise à jour assez souvent pour être pratiquement considérée comme telle.

Et c'est là que le bât blesse. Bien des consommateurs ignorent que lorsqu'ils magasinent pour un forfait vacances en passant par une agence en ligne comme Expedia ou Red Tag Vacations, les prix affichés pendant la séance de recherche sont fondés sur des données qui peuvent avoir été téléchargées quelques heures auparavant. Dans l'intervalle, les prix peuvent avoir été modifiés à la hausse ou à la baisse. « Obtenir un prix à partir d'une base fonctionnant en temps réel se traduirait par des délais d'attente beaucoup trop longs, dit Richard Vanderlubbe, président de TripCentral.ca. Pour acquérir la vitesse nécessaire aux consommateurs en ligne, il faudrait utiliser des données dites « cachées »; une recherche en temps réel pour chaque utilisateur exigerait beaucoup trop de temps. »

En tant que consommateur, la seule façon de vous assurer que vous obtenez le prix réel est de consulter le dernier écran qui s'affiche avant que la réservation soit confirmée; c'est là que le logiciel accède en temps réel aux prix et aux disponibilités. Il est intéressant de noter que comme les prix changent tellement souvent, même les agences de voyage sont confrontées au problème. Un sondage auprès des

professionnels du voyage réalisé par le site web OpenJaw.com révèle que près de 80 % d'entre eux sont dits frustrés par les changements de prix entre l'étape du « magasinage » et celle de la réservation. des forfaits vacances.

Selon M. Vanderlubbe, les détaillants en ligne doivent absolument expliquer aux utilisateurs la différence entre magasiner et réserver. « Les clients doivent savoir qu'ils consultent une « brochure intelligente », mais qu'ils n'ont pas complètement accès aux prix en temps réel. Nous avons pour politique de renseigner les clients le plus possible sur ce à quoi ils doivent s'attendre. »

Alex Handa, vice-président de HandaTravelGroup.com, partage l'opinion de M. Vanderlubbe. « Les sites web des agences en ligne doivent désormais être plus clairs. Les consommateurs doivent comprendre qu'ils sont en mode « recherche » et que le prix pourrait ne pas être le même quand ils réserveront. Ça peut sembler ridicule, mais c'est ainsi que fonctionne le marché du voyage. »

Selon M. Langevin, la situation s'améliore, c'est-à-dire que les écarts de prix entre les étapes du magasinage et de la réservation ne sont plus aussi importants qu'il y a trois ou quatre ans. Mais pour les agences de voyage et les consommateurs, les fluctuations rapides dans les prix posent encore problème.

Au final, si vous voulez absolument acheter un forfait vacances en ligne, vous devez consulter le dernier écran de la session de réservation pour connaître le prix réel du forfait. À cette étape, rien ne vous oblige encore à faire la réservation. Mais si vous pensez avoir trouvé le forfait qui vous convient et que le prix correspond à votre budget, aussi bien réserver. Mieux vaut rêver à tout le plaisir que vous aurez plutôt que de passer des nuits blanches à vous demander si le prix du voyage baissera de 50 \$ dans la semaine qui vient - alors qu'il pourrait très bien, en fait, augmenter.

Traduit de l'anglais par Martine Racette