

**CONFÉRENCE MONDIALE DE TRANSPORT AÉRIEN :  
DÉFIS ET PROMESSES DE LA LIBÉRALISATION**

**Montréal, 24 – 29 mars 2003**

**Point 2 : Examen des questions clés de réglementation dans le cadre de la libéralisation**  
**2.5 : Distribution des produits**

**DISTRIBUTION DES PRODUITS**

(Note présentée par l'Arabie saoudite, Bahreïn, l'Égypte, les Émirats arabes unis, l'Iraq, la Jamahiriya arabe libyenne, la Jordanie, le Liban, le Maroc, l'Oman, le Qatar, le Soudan, la Syrie, la Tunisie et le Yémen et par l'observateur de la Palestine)<sup>2</sup>

**SOMMAIRE**

La présente note traite d'une part de la question de la distribution des produits des compagnies aériennes, en mettant l'accent sur la vente et la commercialisation des services de transport aérien par l'Internet et par les systèmes informatisés de réservation (SIR); elle indique aussi les initiatives prises à ce sujet dans la région arabe.

La suite proposée figure au paragraphe 4.1.

**1. INTRODUCTION**

1.1 On peut commencer par se demander si le transport aérien est une industrie, et, dans l'affirmative, si cette industrie a un produit, et quelle est la valeur économique et la nature de ce produit. En fait, la réponse à ces questions nous aidera à définir les types et les caractéristiques des produits du transport aérien et finalement à concevoir les méthodes optimales pour les distribuer. Une industrie est un processus de production consistant à transformer un article de moindre valeur en un article de valeur plus grande. Si l'on applique cette définition au transport aérien, on constate que les compagnies aériennes transportent des passagers et des marchandises d'un endroit à un autre, c'est-à-dire que le processus de transformation s'accomplit par un processus de transport. Au moment du transport, le lieu d'origine représente une valeur plus faible pour les passagers et les marchandises, et la destination représente une

<sup>1</sup> La version en arabe a été fournie par les membres de la Commission arabe de l'aviation civile (CAAC).

<sup>2</sup> Membres de la Commission arabe de l'aviation civile (CAAC)

valeur plus grande. La preuve en est que la valeur des marchandises dans le pays de destination sera certainement plus élevée que ce qu'elle est dans le pays de production.

1.2 Suivant cette définition, le transport aérien peut être considéré comme une industrie, son produit étant le siège du passager ou l'emplacement du fret. Ce produit a les caractéristiques des produits économiques, à savoir la rareté et l'utilité. Tous les transporteurs aériens sont semblables en ce qu'ils produisent un service, et la concurrence entre les compagnies sur le marché du transport aérien doit être liée à cet élément, en supposant une stabilité des prix, de façon que chaque transporteur essaie de satisfaire ses usagers et d'en attirer de nouveaux. Personne ne peut imposer de restrictions d'ordre réglementaire pour limiter les efforts que consentent les transporteurs aériens pour satisfaire leurs utilisateurs. Pourtant, à l'échelle du monde, les autorités aéronautiques établissent bel et bien des règlements pour garantir une concurrence loyale et équitable entre les transporteurs aériens. À cette fin, il faut distinguer entre les cas suivants pour ce qui est de la distribution des produits :

- a) les vols réguliers internationaux;
- b) les vols supplémentaires;
- c) les vols affrétés ou non réguliers.

1.3 **Vols réguliers :** Pour ce qui est des vols réguliers, la tendance est à la vente directe aux clients, c'est-à-dire à permettre aux compagnies aériennes d'avoir des points de vente ouverts directement aux consommateurs, sans agents intermédiaires. Par sa Décision n° (1) de 1999, qui autorise les compagnies à vendre directement au public, sans passer par un agent, le Royaume de Bahreïn a pris une initiative à cet égard. Le Sultanat d'Oman a aussi permis aux compagnies aériennes étrangères de vendre soit directement, soit par l'entremise d'un agent local. Mais de nombreux États ont encore des réserves à ce sujet, exigeant toujours la présence d'un agent pour jouer ce rôle et ne permettant donc pas la vente directe par les compagnies aériennes.

1.4 **Vols supplémentaires :** Il est bien connu que le trafic supplémentaire résulte d'une demande accrue sur une route régulière, et qu'il fait donc l'objet des mêmes exigences que le trafic régulier.

1.5 **Vols affrétés ou non réguliers :** Même si certains États ne mettent pas d'obstacle à la distribution des vols non réguliers, la majorité des États du monde exige encore que cette fonction soit assurée par une agence de voyage ou par un affréteur qui vend des vols avec voyage à forfait et qui est le lien entre l'exploitant et les autorités aéronautiques. Cela prend généralement la forme de programmes pour touristes.

## 2. LA COMMERCIALISATION ET LES PROGRÈS TECHNOLOGIQUES

2.1 Les progrès technologiques dans le domaine de la distribution des produits ont joué un rôle majeur en ce qu'ils ouvrent des options pour les usagers du transport aérien, en leur permettant de réserver par Internet un siège ou un emplacement de fret sur un vol. L'Internet est devenu un outil qui constitue un autre défi pour les États qui restreignent le droit des transporteurs aériens de recourir à la distribution directe de leurs produits.

2.2 En outre, on assiste à l'apparition de relations complexes entre les transporteurs aériens, par le biais d'alliances de commercialisation, de partage de codes, etc. Dans ces situations, si on ne la définit pas clairement, on risque de perdre la responsabilité des transporteurs aériens à l'égard des

passagers et des marchandises, ce qui pourrait se traduire par une perte de droits des passagers. Il est donc nécessaire de clarifier les relations entre les passagers et les compagnies qui participent au transport de passagers, et cela par écrit, que ce soit sur le billet ou sur tout autre document de transport sur papier, ou encore sous forme électronique.

2.3 Il est également important pour les États de faire en sorte que ceux qui sont responsables des SIR suivent des méthodes honnêtes et neutres pour afficher les données à l'intention des transporteurs aériens, sans favoriser une compagnie par rapport à une autre, et sans orienter les consommateurs vers les services d'un transporteur plutôt que vers ceux d'un autre, ce qui aurait une incidence négative sur la distribution des produits de ce transporteur. Le Code de conduite sur les SIR approuvé par l'OACI est l'instrument de réglementation approuvé pour le contrôle du fonctionnement des SIR, et le document de référence qui guide tout autre code de conduite.

### 3. LA POSITION ARABE

3.1 La Commission arabe de l'aviation civile (CAAC) a mis au point un programme de libéralisation progressive des services de transport aérien entre ses États membres, en commençant par les droits de trafic de fret et par les vols non réguliers, qui seront suivis par des droits de trafic correspondant aux troisième, quatrième et cinquième libertés; elle élabore actuellement un accord multilatéral pour la libéralisation du transport aérien entre les États arabes (droits de trafic, accès aux marchés, capacité et tarifs) qui doit être mis en œuvre à l'étape finale. Il convient de se souvenir que les délibérations de la Conférence sur la libéralisation du transport aérien arabe (Dubai, 21–23 octobre 2002) se sont traduites par un appui à l'initiative de l'OACI relative au Modèle d'accord sur les services aériens (TASA). Pour protéger les intérêts des passagers et des compagnies aériennes arabes dans le domaine des réservations, de l'accès à l'information et des autres droits liés aux contrats, aux redevances et aux achats, la CAAC a élaboré, en coopération avec l'Organisation arabe du transport aérien (AACO), le Code de conduite arabe pour les systèmes informatisés de réservation (SIR), qui reprend les principes et les buts du Code de l'OACI.

### 4. SUITE PROPOSÉE

4.1 Compte tenu de ce qui précède et à la lumière des progrès technologiques actuels, la Conférence est invitée :

- a) à demander à l'OACI de continuer à suivre les faits nouveaux en matière de distribution des produits par Internet et par les SIR, et de diffuser les renseignements utiles;
- b) à souligner que les vendeurs et les distributeurs de services de transport aérien doivent demeurer neutres envers toutes les compagnies aériennes;
- c) à souligner l'importance de respecter le principe de la non-discrimination dans tout code de conduite régional sur les SIR;
- d) à prier les États contractants d'accorder aux compagnies aériennes le droit de vendre leurs produits directement;

- e) à souligner qu'il faut que les obligations des compagnies aériennes envers les usagers des services de transport aérien soient clairement établies lorsque plus d'un transporteur participent au processus de transport;
- f) à souligner que les principes du Code de conduite de l'OACI constituent la référence qui guide la réglementation des systèmes informatisés de réservation dans les États contractants ainsi que dans tout autre code de conduite de caractère régional.

— FIN —