

**Mourad KEZZAR**

**Consultant – formateur**

**Agent de voyages**

### **Appel à l'opinion publique national**

**Objet : Une partie du management fatal d'Air Algérie donne le coup de grâce à l'industrie du voyage en Algérie**

**Halte à la lâche entreprise menant à la fermeture de près de 3000 agences de voyages, à l'appel au recours au régionalisme dans la gestion des allotements , à la justification de la légalisation de la fuite des capitaux , à la liquidation des meilleurs vendeurs des vols d'Air Algérie. Basta au vol du consommateur citoyen algérien.**

#### **Introduction**

Le début du mois de juin 2020 restera un évènement de triste mémoire dans l'histoire du secteur des voyages en Algérie. Des personnes s'auto proclamant représentants syndicaux des agences de voyages algériennes (près de 4000 agences agréées) ont plaidé la mise à mort de de tout un secteur auprès du PDG d'Air Algérie qui les avait reçu dans des circonstances à déterminer.

Les doléances présentées par ces personnes au PDG d'Air d'Algérie ont été reprises dans un communiqué signé et publié par un certain Mr Midouni se présentant comme le délégué SNAV ouest.

Dans une conjoncture économique socio professionnelle marquée par la crise COVID-19, les points soulevés par ces syndicalistes auto-proclamées ne présentent aucune priorité ni utilité si ce n'est de façonner le paysage des voyages à la guise d'une petite minorité de personnes sans foi ni éthique.

Le secteur vit la plus importante crise du monde du tourisme algérien et mondial jamais vécu depuis la fin de la deuxième guerre mondiale et des personnes, sorties de nulle part, trouvent le temps et la tranquillité d'esprit de se projeter dans l'après funérailles pour partager les dividendes alors que la corporation n'a pas entamé son deuil.

En lisant le communiqué Midouni sanctionnant cette rencontre, on découvre l'enjeu : Casser ce qui reste d'air Algérie, mettre en faillite les agences qui vont résister au COVID- 19 pour le seul intérêt de moins de 50 agences de voyages tout en menaçant les droits élémentaire du consommateur algérien.

Reste que ce semblant de communiqué déstructuré et truffé de fautes, rédigé à la hâte par de lâches vainqueurs sur le tapis ne rend pas facile toute tentative aux allégations qu'il contient.

Ainsi, pour y répondre et alerter l'opinion publique nationale, j'ai retenu la démarche suivante : revenir sur ce que ces personnes présentent comme chantier, relever le vrai de l'information contenue dans leur communiqué, soulever la fausse information vendue au PDG d'Air Algérie ou qui leur a été soufflé par ses propres conseillés pour, enfin, démonter l'argument.

Je terminerai par un conclusion sur la qualité de Midouni & associés fers de lance d'une partie du management fatal d'Air Algérie car je reste convaincu que cette danse cébille de Midouni & associés a été menée sur instigations venus de l'intérieur d'Air Algérie.

## 1- Commission et frais de dossier

Dans le communiqué de Midouni & associés il a été avancé ce qui suit à propos de la commission :  
« Il a été convenu du passage à la commission zéro avec la mise en place des Fees appliquées aussi au niveau des points de vente AH au même titre que les agences de voyages ».

«Le calcul des frais de dossiers Fees seront arrêtés avec la participation du snav puisque ce dernier est habilité à vous apporter le secret de la réussite des compagnies concurrentes ».

« Une super commission (incentives) sera attribuée trimestriellement aux agences de voyages en fonction du chiffre d'affaires atteint fixé au moment de l'élaboration du nouveau contrat AH/ATV qui portera des modifications certainement concernant la suspension des pénalités de retard pour le gros vendeurs».

« Le snav est habilité à être associé à la compagnie air Algérie au même titre que vos concurrents et qui veillera pour la mise en conformité des agences de voyages vis-à-vis d'air Algérie »

### 1-1-Le vrai de l'information

Le communiqué de Mediouni & associé contient des vérités connus de tout le monde et qui sont les suivantes : A la traîne, ce fut aussi le cas d'Aigle Azur, Air Algérie, distribue toujours des commissions aux distributeurs de ses produits, ici les agences de voyages. Elle a juste ramené la commission de 9 à 5% sur les vols internationaux et de 5 à 3% pour les vols domestiques (à l'intérieur du pays).

Air Algérie qui a un programme de fidélisation envers le client final malgré ses tares, n'en dispose pas d'un destiné aux prescripteurs (les agences de voyages entre autres).

Air Algérie, n'a pas de partenaire représentant les agences de voyages avec lequel elle est sensée discuter de sa politique commerciale. Aucune des associations qui prétend représenter les agences de voyages de la place n'active dans la légalité et n'a d'agrément en cours de validité.

### 1-2-La fausse information

Le SNAV Djeribi- Midouni qui a pris un thé à la menthe avec le PDG d'Air Algérie, selon le dit communiqué, est sensée être une association à caractère syndical. Et comme tout syndicat, Il ne dispose d'aucune habilitation pour donner son expertise, dont il ne dispose pas d'ailleurs, aux compagnies aériennes.

Par contre, je ne sais pas si je dois rire ou pleurer quand je lis dans le communiqué que Midouni & associés offraient déjà leur expertise aux concurrents d'Air Algérie.

Quand on sait que le plus important de ces concurrents n'est autre que KLM – Air France dont le résultat net d'exploitation et non le chiffre d'affaires en 2019 est égal aux recettes hydrocarbure d'un Etat comme l'Algérie (avoisine les 30 milliards de dollars), on se demande si nous ne sommes pas devant des personnes qui ont un souci relevant de la psychiatrie plus que de l'honnêteté.

### 1-3-Démonter l'argument

Avec l'introduction du e.tiket, débuts des années 2000, par IATA (l'association internationale des compagnies aériennes en charge des règles commerciales) nous assistons à la dé- matérialisation du billet d'avion. Le ticket en papier a cédé la place à un ticket virtuel.

Parmi les raisons de ce passage au e.ticket, on cite la réalisation des économies dans une conjoncture marquée par une grande crise du transport aérien des voyageurs, une rude concurrence et une mutation de plus en plus rapide des attentes de la clientèle et des marchés.

Le e.ticket permet aux compagnies aériennes de réaliser, entre autres, des économies sur le papier, les ressources humaines et la logistique, soit à moyen terme près de 50% d'économies sur les frais d'exploitation des divisions commerciales.

Les compagnies aériennes sont de plus en plus appelées à se concentrer sur leur métier : le transport confortable des voyageurs (je ne dis pas aérien pour des raisons que je développerai dans une prochaine contribution consacrée à ma proposition de redressement d'Air Algérie).

La commercialisation, se fait indirectement sur des GDS tel que Sabre, Galliléo, Amadeus,... et de plus en plus directement sur les plates- formes de ces mêmes compagnies aériennes qui se délestent de leurs proposes réseaux physiques pour encourager le e.commerce plus efficient.

Mieux ou pire, c'est selon, des compagnies leaders telle que l'allemande Lufthansa sont allées

jusqu'à offrir des primes aux clients qui achètent directement sur leurs plate-forme.

Et ce n'est pas Midiuni & associés ou le staff d'Air Algérie qui vont offrir leur expertise, pour les premiers, et leur savoir managérial, pour les second, à Luftansa, première compagnie européenne en chiffre d'affaires !

Parmi les signes de la mauvaise gestion, voire un cas concret de dilapidation des deniers publics, le fait que la direction de Air Algérie, mais aussi, les ministres successifs du transport et du tourisme, continuent à offrir, 20 ans après l'introduction du e.ticket, une commission aux agences de voyages.

Avant le passage au e.ticket, les agences de voyages étaient rémunérées par les compagnies aériennes à travers une commission sur les ventes calculée à partir du chiffre d'affaires hors taxe. Avec le e.ticket, la distribution de cette commission n'est plus obligatoire. Sa suppression est l'un des objectifs de la réforme de 2000 dite « e.ticket ».

IATA recommande, encourage et insiste sur sa suspension et l'adoption des frais de dossiers appliqués par les agences de voyages.

Ainsi, si Air Algérie continue à céder une commission aux prescripteurs, c'est par ce qu'on a l'impression que le staff d'Air Algérie a juré de dilapider les deniers publics de son propre employeur et de sa propre collectivité.

Si l'on suit les conseils avertis de nos experts Midouni & associés, c'est un syndicat, SNAV, qui va fixer la politique des prix de deux opérateurs économiques régies par la commercialité à savoir Air Algérie et les agences de voyages.

Même du temps de l'ex GSE (gestion socialiste des entreprises,) on n'aurait pas trouvé quelqu'un oser avancer de telles absurdités. Mais, à l'époque, il y avait au moins un peu de sérieux dans la gestion des affaires publiques et un peu de pudeur chez les saboteurs de l'économie nationale.

Selon les recommandations d'IATA, c'est aux agences de voyages et aux seules agences de voyages de décider de la valeur (cela peut être un montant ou un pourcentage) des frais de dossiers à greffer au tarif TTC étant donné que les prix ne sont plus plafonnés.

Si le PDG d'Air Algérie et Midouni & associés ne le savent pas encore, la majorité des agences de voyages algériennes affiliées, lata ou non, appliquent déjà ces frais de dossiers selon leurs propres politiques commerciales.

Le choix de la politique des frais de dossier dépend de plusieurs facteurs dont le marché (national, international), la nature de la route (vol direct, composé, ...), du temps de traitement du dossier (dossier léger ou lourd), du montant TTC du e.billet cédé par la compagnie (selon un barème), de la clientèle (particuliers, sociétés, ...), du mode de paiement (cash, à terme, ...) et bien sûr de la structure des coûts propres à chaque agence.

Midouni & associés proposent au PDG d'Air Algérie, d'offrir des avantages aux grands vendeurs comme s'il s'agit de l'épicerie de monsieur le PDG ou Bagrat litama.

La stratégie financière d'une entreprise est du seul ressort des organes sociaux car elle engage la pérennité de la boîte.

Si la direction d'Air Algérie va encore déboursier de telles sommes, c'est vraiment de la folie relevant de la psychanalyse et non du management relevant de la mauvaise gestion.

Le jour où l'argent de AH sera généré par son propre cycle d'exploitation et non pas le concours définitif de l'Erat (donc du contribuable et de la rente pétrolière) elle pourra se le permettre pour faire plaisir aux gros vendeurs que défend Midouni & associés. Et, encore !

Si elle va accéder aux doléances de Midouni & associés d'accorder la suspension des pénalités de retard aux « gros vendeurs » c'est qu'on glisse du terrain du mauvais gestionnaire à celui de l'association de malfaiteurs.

En effet, en billetterie, l'émission du billet n'est sensée se faire qu'après paiement. Si le paiement est à terme, ce qui est une exception dans la profession, chaque entreprise, dont Air Algérie, est sensée disposer d'une politique de recouvrement appropriée qui prend en compte ses finances, sa trésorerie et son marché.

Si une agence de voyages opte pour des ventes à termes, c'est qu'elle a les moyens de cette

politique. Si un client cherche à tempérer le paiement de ses factures, c'est qu'il est prêt à accepter les frais qui en découlent.

Comment Midouni & associés ont osé demander au PDG de Air Algérie de fermer les yeux sur les créances que détient le pavillon national sur ces fameux « gros vendeurs », au moment où AH est en cessation de paiement, dans l'incapacité de rembourser ses clients laissés en rade faisant fi de la réglementation nationale et internationale ? Comment le PDG d'Air Algérie, en entendant cet appel à la trahison contre les intérêts de sa propre boîte a-t-il pu à continuer à siroter le thé à la menthe et dans un cadre convivial avec Midouni & associés ?

Et si un de ces « gros vendeurs » fera faillite ? La question est pertinente car une entreprise sur 3 déclare faillite par ce qu'un grand client a fait faillite. Il s'agit là d'un BABA que tout manager apprend dès sa première année ESC !

Midouni & associés ont demandé au PDG d'Air Algérie, en leur qualité de porteurs d'expertise reconnus même par AF, LU, SV, ...(sic), d'obliger les agences du réseau Air Algérien de majorer les prix TTC par des frais de dossier que fixera AH en concert avec le premier concurrent, soient les agences de voyages privés de la place que représentent, justement, Midouni & associés.

Comment le PDG d'Air Algérie a pu continuer à déguster son thé à la menthe tout en gardant son calme devant un trio sortis de nul par qui lui demande de rendre les prix au sein des agences Air Algérie plus chers que ceux pratiqués au niveau des agences privés ?

Qui va acheter son billet chez AH si elle va le vendre sur sa plate-forme et dans son réseau physique plus cher que chez les agences de voyages privés ?

## **2- GDS Amadeus, Air Algérie et les agences de voyages**

Mediouni & associés ont écrit au PDG d'Air Algérie, « le Snav vous a rendu compte du mauvais fonctionnement du GDS Amadeus qui est à l'origine de la déstabilisation des ventes, multipliant le nombre de No how qui ne cesse de progresser puisque ce dernier a mis à la disposition de son système à des agences non agréées IATA, qui se limitent à bloquer les sièges sans pour autant qu'elles précèdent au ventes réelles pillage de sièges pour cela la compagnie air Algérie reste la seule compagnie qui affiche full sur système mais qui affiche de la disponibilité en prenant un nombre important de liste d'attente en période haute saison généralement sur des vols sensibles avec des sièges vides à bord , au moment où vos concurrents laissent des passagers pieds au sol.

Amadeus a créé un monopole qui casse Air Algérie malgré être associé majoritairement le fait qu'il ait un argent considérable perdu puisque ce GDS facture à tort par segmentation sans pour autant qu'il ait émission , pire encore un GDS non sécurisé puisque pas mal d'agences de voyages ont été piratées, livrées à elles-mêmes, puisque Amadeus a tourné le dos à ces victimes qui n'ont pas manqué à procéder à plusieurs dépôts de plaintes devant plusieurs tribunaux à l'échelle nationale .

Pour échapper à la mauvaise gestion du GDS amadeus qui porte préjudice non seulement à AH mais aussi aux agences de voyages, ce dernier reste excessif en matière de tarification en Algérie contrairement à l'étranger, pour cela 90% des agences d voyages commencent à basculer vers un autre GDS nommé Galileo puisqu'il est moins disant et plus avantageux. Le GDS Galiléo détient pour le moment 10 compagnies aériennes malgré qu'elles soient associées à Amadeus , pour cela nous souhaitons qu'Air Algérie figure sur Galiléo. »

### **2-1- Le vrai de l'information**

N'étant que sur Amadeus, Air Algérie offre sur un plateau en or le marché algérien au dernier arrivé sur le marché mondial des GDS, soit l'europpéen Amadeus.

Pourquoi Air Algérie a choisi de s'associer uniquement à Amadeus alors que Galileo ou Sabre à titre d'exemple sont plus anciens que lui ? Seule une enquête sérieuse peut déterminer s'il y a eu magouille ou pas.

Amadeus, profitant d'une situation de monopole, fait payer cher les agences de voyages algériennes le minimum de prestations. Elle le fait aussi avec nos voisins tunisiens.

Actuellement, les frais d'abonnement Amadeus s'élèvent à 4760 DA par mois soit, 37 euros au taux de janvier 2020. Pour la Tunisie, le mois est facturé à 60 DT, soit 32 euros.

Il y a quelques années le nombre des agences algériennes ne dépassait pas les 400 et l'abonnement au GDS Amadeus était gratuit. Aujourd'hui, avec près de 4000 agences, il est payant alors qu'ailleurs en Europe il est gratuit sauf pour les options.

Selon nos sources, aujourd'hui, elles sont près de 1500 agences de voyages algériennes à opter pour le GDS Amadeus offrant une manne annuelle à ce GDS de 85 680 000 DA alors qu'ailleurs c'est Amadeus qui court après les agences et leur propose des gratuités et autres avantages.

## **2-2-La fausse information**

Dans leur assaut contre le secteur des voyages algériens, Midouni & associés utilisent le dossier Amadeus pour... faire peur et frapper fort les esprits. Pour cela, habitués à l'impunité,, ils lancent des mensonges aussi gros que leurs bêtises.

Amadeus ne peut pas être la source de déstabilisation des ventes de AH ou de n'importe quelle autre compagnie pour la simple raison qu'il n'est qu'un GDS ou se rencontre l'offre de la compagnie et la demande du marché.

### **Premier mensonge :**

Il y a 2 ans encore, à l'image de la Corée du nord et à l'inverse des restes des compagnies, Air Algérie, petite compagnie sans aucune envergure mondiale, tenait à avoir son propre GDS le fameux Mars. Pourtant, elle est actionnaire à 51% dans Amadeus Algérie. Bizarre ! Midouni & associés et le staff super patriotique d'Air Algérie n'avaient rien vu là-dessus.

En basculant sur Amadeus, ce fut la fin de « Zitna fi dkikna ». Fini les sièges détournés à la dernière minutes par le staff d'Air Algérie laissant femmes et bébés en rade, finis les ok fictifs causant de lourds manques à gagner et bonjour une plus grande visibilité de AH chez les prescripteurs du monde entier.

Aujourd'hui, AH se vend plus malgré la crise qui secoue le secteur. Donc ce qui a été déstabilisé ce sont les brebis galeuses de la centrale de résa de AH et leurs amis et non les intérêts de AH.

### **Deuxième mensonge :**

Que ce soit Amadeus, Galliléo ou autres, ces puissants GDS et pour être habilités par les grandes compagnies qui n'ont pas l'habitude de subir les manques à gagner, font que toute réservation n'est confirmée qu'après émission du titre.

Donc, aucune agence ne peut bloquer des sièges sur GDS si elle ne les paie pas. Les agences peuvent réserver avec une date option mais, passé ce délai, la machine fera automatiquement sauter la réservation. AH ne permet pas des « TKXL » dépassant les « j-15 » dans le meilleur des cas. Comment se fait-il que le PDG d'Air Algérie ne connaisse pas ce détail et pas des moindres ?

### **Troisième mensonge :**

Midouni & associés s'enfoncent dans leur délire en avançant que les agences de voyages causent des pertes à AH en haute saison causant des nos show et faisant décoller des avions pas complets, encombrant les listes d'attente.

En haute saison, les avions de AH ne décollent pas vides, il faut « du piston » pour trouver une place et le PDG d'Air Algérie le sait bien car il devient, l'espace d'un été ou d'une compagne Omra l'homme le plus sollicité en Algérie, plus que le ministre des transports lui-même.

D'ailleurs Midouni & associés reconnaissent dans leur missive que les listes d'attente sont pleines. Et s'il y a un dysfonctionnement c'est surtout à cause de l'introduction du Yield Management, à ses débuts et aux faibles compétences en recherche opérationnelle chez Air Algérie.

Mieux, AH quand elle ouvre ses ventes de juillet – août, elle ne donne aux agences domiciliées en Algérie que des sièges en classe « S » soit sup au plein tarif éco la « Y » sans les avantages de la

première classe ? Une grave atteinte aux droits des consommateurs, voire un vol intentionnel et avec préméditation. Autrement dit. Air Algérie recourt au Yeld Management pour la vitrine et à l'escroquerie comme religion pour maximiser ses recettes.

#### **Quatrième mensonge :**

Les concurrents d'Air Algérie ne laissent pas leurs clients en rade dans les aéroports. Grave quand cela vient de « zaama syndicalistes et professionnels » défendant la famille des voyageurs.

Les compagnies concurrentes, sont toutes engagées dans des démarches qualité et soumises aux normes européennes sévères de protection du consommateur.

Elles déboursent aux clients victimes de la non- qualité des sommes importantes en euros et en dollars pour toute annulation ou retard dépassant les 5 h.

Il se peut qu'on assiste à des cas rares d'over booking, comme en hôtellerie, mais cela est admis dans la profession et il existe des procédures de gestion de ces cas. Juste Midouni & associés ne peuvent pas connaître ce détail professionnel.

#### **Cinquième mensonge :**

Amadeus ne facture pas à tort la segmentation de AH. La politique tarifaire est du ressort exclusif de la compagnie Air Algérie. D'ailleurs, je me demande si Midouni & associés savent de quoi ils parlent quand ils évoquent la segmentation sur le marché de l'aérien.

C'est le système Yeld management appliqué par Air Algérie qui affecte le nombre de sièges à ouvrir par planche tarifaire dans l'optique d'une optimisation des recettes. Amadeus, Gallileo , .. n'ont rien à voir avec cela. Juste, chez Air Algérie, la compagnie de papa et maman, je ne pense pas qu'ils sont prêts à recruter les meilleurs modélistes mathématiciens de la place. Donc, c'est l'incompétence managériale d'Air Algérie qui a perverti le Yeld Management ( Revenue Management) pour masquer une escroquerie sans pareil dans le monde du transport aérien.

#### **Sixième mensonge :**

Midouni & associés avancent que 90% des agences de voyages commencent à basculer sur Galliléo. Or, Galiléo ne compte, selon leur missive, que 10 compagnies activant sur le marché algérien, soit moins de 15% du marché européen et nord- africain contre 80% pour Amadeus.

Le premier marché des agences algériennes est le marché d'Air Algérie. Comment se fait- il que 3600 Agences sur 4000 existantes laissent tomber Amadeus pour Géliléo alors que AH n'est pas sur ce dernier ? Midouni & associés peuvent avoir des soucis de psychiatrie mais le PDG d'Air Algérie, son responsable commercial, son monsieur- vente dans tout cela ? Il a partagé avec eux juste un thé à la menthe ?

### **2-3-Démonter l'argumentation**

En Algérie, nous avons près de 4000 agences de voyages. Le fait est là. Le marché de ces agences par ordre décroissant de volume d'affaires et non pas chiffre d'affaires est la billetterie, la omra, la Tunisie, .... Près de 70% du volume d'activité d'une agence de voyages est la billetterie.

Toutefois, la billetterie peut présenter des pertes d'exploitations à des centaines d'agences de voyages. La palme du chiffre d'affaires revient, elle, à la omra suivie du reste des out going.

Si Aigle Azur a pu s'implanter en Algérie c'est grâce au réseau des agences de voyages privés majoritairement non affiliées à IATA.

Si la Tunisie et la omra se sont « démocratisées » c'est grâce aux agences de voyages privés. Air Algérie ne tire et ne peut tirer que des avantages de cette force de vente tombée du ciel.

La veille de la crise Covid-19, dans ce paysage, la moitié des agences de voyages recouraient aux plates -formes de réservation pour distribuer hôtels et vols aériens.

Le reste utilisait les GDS. Pour les GDS, quelques 1500 agences de voyages utilisaient Amadeus pour consulter, s'informer, conseiller le client et lui réserver un vol.

Pour l'émission du billet, elles recouraient aux services de moins de 300 agences affiliées à IATA dans un partenariat b2b. Cette relation B2B se déroulait soit par partage de dossier depuis le GDS

amadeus soit via plate-formes de réservation B2B. En effet, de dimension modeste et non soutenues par l'Etat-providence, les agences de voyages algériennes dépassent de loin Air Algérie dans l'utilisation des NTIC. Face aux jeunes agents de voyages algérien le management de AH paraît novice. Une dizaine d'agents affiliés IATA, en solo ou en groupes, ont développé leurs propres plate-forme de réservation. Elles offraient l'accès aux restes des agences de voyages affiliées ou non à Amadeus pour les opérations de réservation.

Du coup, une agence de voyage, et c'est le cas dans le monde entier, n'a pas besoin d'Amadeus ou IATA pour distribuer la billetterie aérienne ou les hôtels. Midouni & associés et le management d'Air Algérie peuvent-ils comprendre cette mutations offerte par le e-commerce eux habitués au monopole ?

Le choix de l'une des 3 formules est un libre choix laissé à l'agent de voyages selon ses atouts, ses contraintes, son marché, ...

En utilisant un GDS, une agence de voyages rend les compagnies plus visibles. Mieux, Amadeus ne permet pas uniquement la consultation, la réservation et l'émission du billet mais offre à l'agent de voyages, aussi, les services de facturation, comptabilité, statistiques, fidélisation des clients, travaux de bureautique, guides, ...

Aujourd'hui, les 1500 agences affiliées à Amadeus sont la force de vente des 300 agences affiliées à l'IATA et à l'ensemble des compagnies activant dans le ciel algérien. 80% du volume d'affaires déclaré par les moins de 300 agences affiliées IATA est réalisé, en fait, par le reste des agences clientes que ce soit par partage de PNR et TST, soit sur plate-forme.

Priver les agences de voyages non affiliées à IATA de l'accès à AH via Amadeus c'est priver la première force de vente du marché algérien de ses outils d'informer, conseiller et vendre AH.

Ces agences domiciliées un peu partout en Algérie, notamment les 1500 agents affiliés Amadeus, sont des commerciaux gratuits pour AH. Ces agences n'émettent pas de billets donc les intérêts de AH sont bien protégés car seules leurs fournisseurs, celles affiliées IATA, peuvent le faire.

Alors pourquoi Midouni & associés veulent priver AH de cette force de vente qui ne coûte aucun dinar à la compagnie et apporte plus de 50% de son business ? Pourquoi le management d'Air Algérie perd son temps et l'argent du contribuable par le lequel il est chichement payé pour écouter les délires du sabotage au lieu d'écouter sa force de vente, sa clientèle et les NTIC ?

Ce que Midouni & associés ainsi que leur ami l'espace d'un thé à la menthe ne savent pas et /ou oublient, eux les experts des voyages, c'est que Air Algérie s'est enfin dotée d'un département Yield Management qui fonctionne plus ou moins bien, au vu de la faiblesse managériale de la compagnie, donc à encourager.

Dans la démarche Yield Management, les sièges par classes (segments) et la liste d'attente ne sont pas ouverts selon le comportement des acheteurs du jour «j» mais selon le comportement historique du marché. Vendre 01 place en liste d'attente rapporte à AH jusqu'à 3 fois une vente en classe promo une fois le yield management bien rodé. Juste il faut savoir combien de sièges affecté à chaque classe. Le PDG de AH qui doit bien le savoir comment a-t-il pu absorber la couleuvre de ses invité de 3 h ?

Le PDG d'Air Algérie, actionnaire majoritaire d'Amadeus Algérie, ne sait-il pas que des agences de voyages ont déjà payé l'abonnement 2020, donc sa filiale Amadeus Algérie vient de les arnaquer ? Déjà lourdement touchées par la crise COVID 19, comment ose-t-il les déplumer d'une moyenne de 50 000 en plus par hogra juste par ce que le thé à la menthe d'un certain 02 juin 2020 était trop sucré voire juteux ?

Amadeus est en principe rémunéré par les compagnies aériennes. Les compagnies optent pour tel ou tel GDS selon l'importance des agences abonnées au GDS. Priver Amadeus Algérie de 1500 adhérents, c'est fragiliser sa propre filiale « Amadeus Algérie ».

Chaque fois qu'une agence réserve pour un client, la compagnie aérienne concernée est sensée verser à Amadeus entre 2 et 4 euros de frais de réservation. La première urgence n'est pas de

bloquer Amadeus aux agences non affiliées IATA mais de revenir à l'abonnement gratuit des agences à ce GDS s'il veut profiter de la manne que lui offre le ciel Algérie avec la complicité du staff managérial d'Air Algérie. Oui complicité. Ce ne sera que justice rendue à ces 1500 agences orphelines dans leur propre pays. La seconde urgence est que le parquet ouvre une enquête pour voir si Air Algérie cède à Amadeus des FEEZ booking dans le respect de la moyenne des FEEZ cédées par les concurrents aux différents GDS?

### **3- La monnaie de paiement des titres de transport**

Midouni & associés ont fait savoir au PDG d'Air Algérie que « le snav a revendiqué qu'il ait une approche de la direction des ventes auprès de la banque d'Algérie afin de mettre fin à l'instruction 8 de la loi de finances au même titre que le maritime puisque l'ENMTV encaisse en dinars les émissions de billets émis au départ de l'étranger en mettant en place un tarif spécial et plus cher »

#### **3-1- Le vrai de l'information**

Que des allégations passibles d'un tribunal pénal. Aucune vérité si ce n'est un gros mensonge qui dévoile la qualité douteuse de Midouni & associés.

#### **3-2-La fausse information**

Si la requête de Midouni & associés ne contient aucun élément véridique sur ce point, elle renferme un gros mensonge et une tentative d'envoyer le staff d'Air Algérie directement à El Harrach (dans la vie et les affaires, il vaut mieux avoir un adversaire lucide qu'un allié idiot).

En effet, Midouni & associés mentent quand ils avancent que l'ENMTV encaisse en dinar algérien les recettes des billets émis depuis l'étranger.

L'ENMTV commercialise depuis 1975 sa billetterie embarquement depuis l'étranger dans la monnaie du pays du premier embarquement. Il faut vraiment que Midouni & associés soient liés par l'esprit d'une association de malfaiteurs pour tenter de vendre au PDG d'Air Algérie un tel mensonge.

#### **3-3 - Démonter l'argumentation**

Les règles de tarifications à l'international prennent en considération les intérêts financiers des compagnies aériennes et de leurs pays d'immatriculation.

La question est sensible car il s'agit de mouvements de capitaux à l'international et où les risques de blanchiment d'argent et de fuites des capitaux sont grands.

La banque d'Algérie en obligeant Air Algérie à vendre le premier segment de vols dans la monnaie du pays en question se plie à une directive IATA tout en protégeant les intérêts du pays.

Il serait anormal qu'Air Algérien paie son personnel en France, les taxes, les frais aéroportuaires,.. en euro tout en encaissant les vols France – Algérie en dinar algérien.

Aucun pays ne le fait. Seuls des experts, des patriotes et honnêtes hommes de la trompe de Midouni & associés, gravitant dans la sphère d'un staff aussi incompetent que celui d'Air Algérie osent cette grande escroquerie et cet appel direct à la fuite des capitaux que la législation algérienne, à l'instar de toutes les législations, qualifie en crime transnational.

Si Midouni & associés ont osé ce coup et que le PDG d'Air Algérie ne les a pas renvoyé c'est qu'il y a anguille sous roche.

Non messieurs le PDG d'Air Algérie et son responsable des ventes, on ne peut pas siroter un thé à la menthe, 3 heures durant, avec des escrocs qui nous sollicitent pour une association pour la fuite des capitaux, sauf si c'est nous qui leur avons soufflé cette nauséabonde idée !

Cette pratique criminelle, encaissement des recettes des ventes pour premiers vols depuis la France en dinars existe et le laxisme d'Air Algérie coûte cher à la compagnie et au trésor (je reviendrai sur la question dans une prochaine contribution relative à ma proposition de redressement d'Air Algérie).

Une enquête sur le sujet permettra à Air Algérie la récupération des dizaines de millions d'euros dont elle en a besoin toute en se débarrassant d'une partie de son management fatal. Le contrôle est simple à faire.



#### **4- Allotements**

« Le snav s'est proposé partie prenante de tous les vols réguliers à destination d'Arabie saoudite conçus pour les meilleurs vendeurs de l'année avec AH en fonction de leur chiffre d'affaires afin de faire barrage aux opportunistes qui se montrent uniquement pendant la période Omra voulant créer un monopole sur ce produit juteux qui procèdent par la suite à la revente en deuxième main des cotas aux agences de voyages.

Le snav revendique l'attribution des vols charters sur divers destinations uniquement au premier demandeur et de ne pas octroyer la même demande pour la même destination et les mêmes dates pour la même période aux autres agences qu'elles soient de l'ouest pire encore des agences qui viennent d'un autre coin du pays ne connaissant pas le marché de l'ouest, juste pour nuire, puisque l'expérience d'au part avant nous a démontré qu'aucun contrat n'a été conclu avec maintien des avions au sol.

Le snav a revendiqué que les tarifs groupe communiqués par AH restent plus élevés aux tarifs affichés sur système, en plus la vente de billets doit se faire au niveau des agences de voyages en percevant la gratuité selon la taille du groupe et percevant bien évidemment la commission.»

##### **4-1-Le vrai de l'information**

La politique commerciale de AH a de tout le temps était marquée par des zones d'ombres peut être à cause à cause d'une gestion opaque du dossier ou juste par déficit en communication.

Beaucoup se dit sur es allotements Omra, Turquie et même sud algérien. Faute de preuves nous ne pouvons emprunter ce chemin de l'inquisition.

Le marché ornais est juteux pour des raisons économiques. L'ouest du pays est le dernier espace clientèle touché par la crise qui frappe la demande depuis 2014.

##### **4-2- Le faux de l'information**

IL arrive qu'à la dernière minute, des vols sont souvent annulés ces derniers temps depuis Oran mais aussi depuis Alger et Constantine et sur toutes les compagnies souvent pour des causes majeures et le COVID 19 en est une.

AH, prend toujours ses dispositions en exigeant des avances sur bon de commande et cela est une tradition, enfin une de bonne, chez le pavillon national. Nous sommes souvent dans le cas de pertes d'opportunité du TO et de AH que de perte financières chez AH.

Il existe peut-être des brebis galeuses qui bloquent des sièges pour les revendre en deuxième main mais comment es ce possible avec la présence d'un DG région Est que Midouni & associés présentent comme messie ?

##### **4-3-Démonter l'argumentation**

Midouni & associés revendiquent qu'il soit attribué des vols charters sur divers destinations, notamment depuis Oran, « pays » de Midouni, uniquement au premier demandeur et de ne pas octroyer la même demande pour la même destination et les mêmes dates pour la même période aux autres agences.

Beau et mafieux scénario : Affiliés à IATA, gros vendeurs de fait, proches du DGR Ouest Midouni & associés bloqueront des sièges ou des vols charters sur des périodes de grands départs.

Ils créeront une pénurie de sièges. Même s'ils n'arriveront pas à vendre leurs sièges, AH ne pourra pas les re vendre aux autres agences plus sérieuses ayant la demande réelle. Donc, à ces dernières de les re acheter chez Midouni & associés. Flagrant délit d'initiés !

Mediouni & associés oublient que la rétrocession est la règle essentiel dans les allotements et que même si le reste des agents voyages algériens ne sont pas des experts ils ne sont pas idiots non plus. Et, je me demande encore, comment le PDG d'Air Algérie n'a pas vomis son thé à la menthe en écoutant un tel appel au délit !

#### **5- Mise en faillite volontaire des agences de voyages mêmes performantes**

« le snav a demandé au PDG afin de réduire le nombre d'agences de voyages qui n'arrivent pas à atteindre le chiffre d'affaires qui sera arrêté par la compagnie sur le nouveau contrat »

Pour la première fois dans le monde du voyage et dans le monde syndical, des pseudos syndicalistes demandent à des fournisseurs, ici AH, de cesser de fournir des entreprises, ici les agences de voyages, créatrices de richesses, employant des salariés, payant leur impôt juste par ce que leur chiffre d'affaires est jugé maigre.

Le pire des patrons ne le fera pas. Mais y'a-t-il pire que Midouni & associés ?

### **5-1 Le vrai de l'information**

Cette sollicitation dévoile le vrai de l'information que Midouni & associés veulent faire passer. L'objectif n'est pas de fermer le marché aux agences de voyages non affiliées à IATA mais même à celles affiliées à IATA mais réalisant un faible chiffre d'affaires. Un appel au retour au monopole contraire à la liberté d'entreprendre et aux intérêts du consommateur. Ainsi, la seule vraie information est que Midouni & associés agissent en véritables mafia économique.

### **5-2- La fausse information**

Quand l'esprit mafieux de Midouni & associés rencontre le fatal management d'Air Algérie « rabbi yester ». Midouni & associés et leurs amis l'espace d'un thé à la menthe confondent chiffre d'affaires et volume d'affaires. Pourtant, il s'agit d'un détail important dans l'activité touristique.

Grace à la commission et aux frais de dossiers, une agence de voyages peut tirer un important chiffre d'affaires d'un maigre volume d'affaires (voire mon ouvrage vieux de 7 ans déjà sur l'exploitation des agences de voyages).

### **5-3- Démontez l'argumentation**

Les agences commerciales d'Air Algérie, y compris celles ouvertes à l'étranger, réalisent un gros volume d'affaires tout en étant non rentables ou du moins budgétivores malmenant l'image de la destination, les comptes de la boîte et diluant les efforts du management.

Ainsi, le PDG d'Air Algérie et son staff sont bien placés pour savoir que cette question de volume d'affaires, que Midouni & associés confondent avec chiffres d'affaires, est ridicule. L'agence Air Algérie place de l'opéra réalise plus de volume d'affaires que celles de Tunis Air et Royal Air Maroc tout en étant 2 fois moins performante que la Tunis Air. A Constantine, à titre d'exemple, une agence de voyages occupant 30 m<sup>2</sup> de surface et un seul employé dégage un excédent d'exploitation supérieur à la plus importante agence Air Algérie de la place.

Un management compétent et non traître à la cause de sa propre boîte et aux intérêts économiques du pays ne cherchera pas à fermer la petite agence de Constantine mais à s'en inspirer de son modèle. Mais, Air Algérie appartient au Beylicat de la décadence et la patrie est le dernier soucis des beys de la dernière heure.

L'entreprenariat est un droit inscrits dans les libertés fondamentales garanties par la constitution, toutes les constitutions post- octobre 88.

La billetterie est un segment de marché pour une agence de voyages. La part de ce segment dans le portefeuille d'activité dépend de plusieurs facteurs qui ne concernent que les propriétaires de cette agence. Une agence du grand sud qui fait du réceptif et pas de Omra et Out going, ramenant des devises au pays, va réaliser l'essentiel de son chiffre d'affaires en prestation touristiques.

La billetterie rentre dans le montage de ses forfaits pas plus. Elle vendra 200 billets par an mais ramènera au pays, à elle seule, au minimum 300 000 euros faisant vivre au minimum et directement 5 familles. Cette agence de voyages est appelée par Midouni & associés petite agence appelée disparaître...parce que modeste.

Pourtant, en management, ne dit-on pas « small is beautiful ? »

Une agence de voyages d'une ville de la haute kabylie vend 500 billets par an à notre immigration qui fait tourner l'économie des villages.

Grace à sa localisation, elle gade ces 500 clients dans le portefeuille de AH au lieu d'aller chez le concurrent. Elles sont plus de 2000 agences de ce type là en Algérie. Elles sont rentables et solvables.

Elles sont la force de vente d'Air Algérie. Fermer ces agences, qui n'ont jamais pris un sous de l'Etat providence, selon la proposition de Midouni & associés, c'est scier la branche sur laquelle la politique commerciale de AH est assise.

## **6- L'argent d'Air Algérie chez les agences de voyages**

Traiter ce point m'est quasi impossible car Midouni & associés se sont lancés dans une grande entreprise de vente de l'image du directeur régional Ouest d'Air Algérie. Le logiciel avec lequel ne me permet pas de comprendre ce mode de fonctionnement. Moi, je j'étais pas, un mois avant le 22 février 2019, au palais de la nation pour prier un cadre à se présenter aux présidentielles au nom de la famille des voyagistes. Ce triumvirat, Midouni & associés, est devenu après le 22 février experts en mise à niveau des agences de voyages auprès du PDG d'Air Algérie! Ils prient le PDG d'air Algérie d'achever Air Algérie après avoir sollicité Fakhamatouhou à continuer sa destruction d'une Algérie trahie.

### **6-1-Le vrai de l'information**

Il est vrai que des agences de voyages, elles sont rares, gardent de l'argent sensés être versé à Air Algérie. Il s'agit de la situation de la deuxième quinzaine de mars 2020. On oublie aussi que des agences de voyages gardent et à ce jour l'argent d'Air azur à son niveau sans rembourser la clientèle laissée en rade dans une totale impunité.

### **6-2-La fausse information**

Ce qui est faux c'est que ces agences sont les agences affiliés IAATA. Aucune agence affiliée juste Amadeus n'est concernée par cette situation.

Ce qui est aussi faux, et c'est cela le plus grave, c'est que c'est Air Algérie qui a volé l'argent des clients et des agences de voyages. La réglementation algérienne et internationale oblige les commerçants à rembourser les clients si le produit ou service n'est pas livré.

D'usage dans la profession, la situation financière compagnie – prescripteur est le solde entre les ventes de la période nettes des vols non assumés par la compagnie et des remboursements.

Or, Midouni & associés sont les seuls agents de voyages dans le monde qui, au lieu de rembourser les clients laissés en rade, aident AH à continuer dans son racket.

En fait, le con des cons est qui prend les autres pour des cons et Midouni & associés, à travers cette sale besogne de bouchkara, essaient de trouver un alibi pour garder à leur niveau des sommes encore plus importantes de l'argent d'une clientèle délaissée par son propre gouvernement et offerte en proie à un management fatal d'un pavillon qui n'a de national, si l'on continue sur ce rythme, que le budget qu'il gaspille.

### **6-3-Démonter l'argumentation**

Ah a vendu des vols qu'elle n'a pas assurée. Le PDG d'Air Algérie ferait mieux de penser déjà à l'éventualité de voir des avions AH saisis en Europe dès la reprise au lieu de siroter un thé à la menthe douteux avec des escrocs.

Le PDG d'Air Algérie sait bien que Air France, Turkish, Lufthansa, ... disposent de textes législatifs pondus par les gouvernements concernés, faisant jouer la loi sanitaire, pour les protéger contre d'éventuels attaques des clients forts de la législation européenne.

Des lois qui protègent aussi les clients grâce aux factures d'avoir. IL n'est pas trop tard pour ce PDG de présenter le véritable état des lieux au gouvernement mais pour cela est –il lui-même bien conseillé ?

## **Conclusion:**

### **Sans ticket de la représentation, Midouni & des escros associés harraga du syndicalisme**

Pour conclure, mes mots sont durs mais ils reflètent la réalité. Jamais une opération de sabotage du secteur des voyages n'a été mise en route comme celle fomentée actuellement par une partie du Staff d'Air Algérie en association avec des escrocs du secteur du tourisme.

Midouni & associés n'ont finalement soulevé que des points que des cadres de AH leur auraient soufflé. Sans cette assurance, ils n'oseraient jamais leur appel au crime.

Intellectuellement et professionnellement limités, opportunistes à la solde de fakhamatouhou jusqu'au dernier quart d'heure du 4<sup>ème</sup> mandat, Midouni & associés n'ont pas l'envergure d'un tel courage d'assassiner et à visage découvert le collègue.

Le PDG d'Air Algérie, certainement mal conseillé ou animé lui aussi par des intentions inavouées aurait pu vérifier si Midouni & associés font parties d'un quelconque syndicat reconnue par le ministère du travail avant de les inviter à un thé à ma menthe.

Il aurait pu vérifier si Midouni & associés sont membres d'une association qui a son PV d'une assemblée générale tenue ces 12 derniers mois portant le nombre des adhérents et le montants des cotisations, certifié par un commissaire aux comptes avec copie déposée auprès du ministère du travail.

On ne discute pas avec des inconnus de la politique commerciale d'Air Algérie en situation de crise.

Air Algérie n'est pas une fiancée en plein chagrin d'amour que des farfelues viennent séduire à coups de mensonges. Elle est l'outil de la politique nationale, avec toutes ses tares, en matière de transport aérien.

Sans ticket de représentativité, Midouni & associés sont des harraga du syndicalisme : Quand on prétend une qualité (syndicat) pour solliciter des avantages de non- droit en recourant à des mensonges et des dénonciations calomnieuses on est un escroc et c'est le cas de Midouni & associés. J'espère que les pouvoirs publics ouvrent le dossier Air Algérie en urgence car il y va de l'image d'un pays et de l'argent de tout un peuple.

Collo, le 17/06/2020

Mourad KEZZAR

Agent de voyages

Consultant formateur en Tourisme et hôtellerie