



# Marketing, droit, création, achat et vente d'une agence de voyages



Schweizerischer Reisebüro-Verband  
Fédération Suisse des Agences de Voyages  
Federazione Svizzera delle Agenzie di Viaggi  
Swiss Federation of Travel Agencies

---

## Mentions légales

### Marketing, droit, création, achat et vente d'une agence de voyages

Première édition octobre 2012  
ISBN 978-3-033-03678-9

### Tirage

800 exemplaires allemand  
300 exemplaires français

### Editeur

Fédération Suisse des Agences de Voyages  
Etzelstrasse 42  
CH-8038 Zurich  
Tel. +41 44 487 30 50  
E-mail: mail@srv.ch  
www.fsav.ch

### Auteurs

Kurt Metz, licencié en sciences politiques  
Rolf Metz, avocat  
Sandra Pfyffer Briker, économiste d'entreprise HES  
Tourisme et mobilité

### Impression, production

Edubook AG, 5634 Merenschwand

### Prix de vente

CHF 150

### Annonces

Aéroport de Zurich  
AirPlus International SA  
Allianz Global Assistance  
Amadeus Marketing (Schweiz) AG  
Corporate Private Care AG  
Edubook AG  
EIT Ecole Internationale de Tourisme  
Europcar  
Fonds de garantie de la branche suisse du voyage  
HOTELA  
Primus Communications GmbH  
Reise-Treuhand AG  
Travelport Switzerland AG

### © Fédération Suisse des Agences de Voyages

Ces textes sont protégés par le droit d'auteur. Ils peuvent être utilisés dans le cadre de la propre activité professionnelle et traités en fonction des propres besoins. Toute autre utilisation, en particulier la commercialisation des présents documents, est interdite.

Le contenu de la présente publication correspond à l'état des connaissances en août 2012. Etat des adresses Internet août 2012. Les informations sont le fruit d'un travail approfondi; il est toutefois conseillé aux lecteurs de s'adresser à un professionnel compétent avant de prendre une décision. L'éditeur responsable ainsi que les auteurs déclinent toute responsabilité.

Remarque: dans cette publication, les notions pouvant présenter une forme masculine et féminine sont utilisées indifféremment sous l'une ou l'autre forme. Elles doivent donc être considérées comme équivalentes.

### Marques et signes distinctifs

Les marques et signes distinctifs cités dans le présent manuel sont destinés à en faciliter la lecture. La mention de ces marques ou signes distinctifs ne signifie en aucun cas que l'éditeur ou les auteurs entretiennent des relations d'affaires particulières avec les entreprises citées.

Les marques et signes distinctifs sont propriété des titulaires respectifs des droits.



## Table des matières

<b>Introduction</b>	<b>5</b>
<b>1 Les voyages: un commerce</b>	<b>7</b>
<b>2 Le monde du voyage en mutation</b>	<b>9</b>
2.1 Transport aérien	9
2.2 Transport ferroviaire	10
2.3 Transport routier (bus et voiture de location)	10
2.4 Transport maritime	12
2.5 Hébergement	12
2.6 Organismes de voyages / Tour-opérateurs	12
2.7 Revendeurs / Détaillants	13
2.8 Création d'une entreprise	13
2.9 Marché suisse du voyage	14
<b>3 Formes juridiques des agences de voyages</b>	<b>16</b>
3.1 Introduction	16
3.2 Créer une société et registre du commerce	16
3.2.1 Raison individuelle	16
3.2.2 Société en nom collectif et société en commandite	16
3.2.3 Société anonyme et société à responsabilité limitée	17
3.2.4 Remarques sur la création d'une société	17
3.3 Aperçu des formes juridiques	18
<b>4 Conditions opérationnelles</b>	<b>23</b>
4.1 Savoir-faire professionnel	23
4.2 Exigences en matière de locaux et d'équipement	23
4.3 Infrastructure informatique: GDS et systèmes de backoffice	24
4.4 Contrats de tour-opérateurs	24
4.5 Organisations professionnelles	25
4.6 Informations sur la branche	25



<b>5</b>	<b>Conditions opérationnelles sous l'angle juridique</b>	<b>27</b>
5.1	Nom de l'agence de voyages, droit des raisons de commerce, nom de domaine	27
5.2	Pas d'autorisation obligatoire, pas de licence	27
5.3	Contrats avec les employés	28
5.3.1	Conclusion de contrats de travail	28
5.3.2	Contenu du contrat	28
5.4	Contrats avec des prestataires de services	29
5.4.1	Deux possibilités	29
5.4.2	Revente de prestations	29
5.4.3	Achat des prestations en son nom propre	31
5.5	Assurances	31
5.5.1	Assurances sociales et assurance choses	31
5.5.2	Assurance en responsabilité civile	31
5.6	TVA	32
5.7	Gestion des clients, tenue des livres en nuage	32
5.7.1	Documents commerciaux, tenue des livres en nuage	33
5.7.2	Données clients en nuage	33
5.8	Relation juridique avec Facebook and Co	34
5.9	Garantie des voyages à forfait	35
5.9.1	Généralités	35
5.9.2	Etendue et prestations de la garantie	35
5.9.3	Omission de la garantie	36
5.9.4	Solutions en Suisse	36
<b>6</b>	<b>Présence sur le marché: marketing et gestion</b>	<b>38</b>
6.1	Analyse de l'entreprise et de son environnement	38
6.2	Vision, stratégies et domaines d'activités	39
6.3	Les sept P du marketing des services	39
6.3.1	Product ou politique des produits	40
6.3.2	Price ou politique des prix	40
6.3.3	Place ou politique de distribution	40
6.3.4	Promotion ou politique de communication	40
6.3.5	People ou politique de personnel	41
6.3.6	Process ou politique des processus	41
6.3.7	Physical Facilities ou politique d'agencement	41
6.4	Relations avec les clients	43
6.5	Parenthèse: valeur ajoutée grâce à la gestion de la relation client	43
6.6	Parenthèse: relations publiques	44
6.7	Parenthèse: les labels de qualité	44
6.8	Parenthèse: Corporate Social Responsibility	45
6.9	Parenthèse: les réseaux sociaux	45



---

<b>7</b>	<b>Présence sur le marché sous l'angle juridique</b>	<b>47</b>
7.1	Proposer des prestations en son nom propre ou pour le compte d'autrui – Faire office d'intermédiaire ou d'organisateur	47
7.2	Proposer des prestations en son nom propre	48
7.3	Servir d'intermédiaire pour les prestations	48
7.4	Situation juridique en cas de prestations vendues par un intermédiaire	49
7.4.1	Agence de voyages – entreprise de services	49
7.4.2	Agence de voyages – client	49
7.5	Situation juridique en cas de prestations vendues en son nom propre	49
7.5.1	Loi fédérale sur les voyages à forfait (LVF)	50
7.5.2	Voitures de location, camping-cars, maisons de vacances	52
7.5.3	Transports de personnes	52
7.5.4	Assurances de voyage	53
7.5.5	Autres affaires complémentaires	53
7.6	Publicité	53
7.7	Réservations par Internet	54
7.8	Protection des données	55
7.9	Protection de la personnalité	56
7.10	Publicité de masse, publicité par e-mail	57
7.11	Droit d'auteur, utilisation d'images et de textes	57
7.12	Litiges et ombudsman	58
<b>8</b>	<b>Création, achat et vente d'une agence de voyages</b>	<b>59</b>
8.1	Création, achat et vente: situation de départ	59
8.1.1	Créateur d'entreprise	59
8.1.2	Acheteur	59
8.1.3	Vendeur	59
8.2	Motivation	60
8.3	Les voyages: un commerce	60
8.4	Evaluation	60
8.4.1	Réflexions en termes d'évaluation – le juste prix	60
8.4.2	Processus d'évaluation	60
8.5	Le prix d'achat	61
8.5.1	Création d'entreprise	61
8.5.2	Acheteur / Vendeur	61
8.5.3	Détermination du prix	61
8.6	De la déclaration d'intention au contrat d'achat	62
8.6.1	Déclaration d'intention	62
8.6.2	Due Diligence	62
8.6.3	Conclusion du contrat	62
8.7	Quelques conseils tirés de la pratique	63



---

<b>9</b>	<b>Achat et vente d'une agence de voyages sous l'angle juridique</b>	<b>64</b>
9.1	Contrat d'achat	64
9.1.1	Achat de certaines parties ou de toute l'entreprise	64
9.1.2	Quelques points fondamentaux du contrat d'achat	64
9.1.3	Paiement du prix d'achat	65
9.1.4	Contrat sur certains actifs	66
9.1.5	Contrat sur les actifs et passifs	66
9.1.6	Achat d'actions et de parts sociales d'une Sàrl	67
<hr/>		
<b>10</b>	<b>Annexe</b>	<b>68</b>
10.1	Associations	68
10.1.1	Skål – Amicale du tourisme	68
10.1.2	Travel Oldtimers Club (TOC)	68
10.1.3	fit – Frauen im Tourismus	68
10.2	Swiss Travel Handbook	69
10.3	Liens et adresses utiles	70
<hr/>		
	<b>Check-list: «Création, achat d'une agence de voyages»</b>	<b>72</b>