

QUIZ D'AUTO-ÉVALUATION

18 questions

Trois niveaux, réponses commentées

Le commentaire compte plus que le score. Questions en page de gauche, réponses commentées en page de droite — et, lorsque la réponse repose sur une donnée étrangère, le rappel de son protocole.

Niveau 1

Les bases — questions 1 à 6.

Niveau 2

Application — questions 7 à 12.

Niveau 3

Maîtrise — questions 13 à 18.



Les réponses figurent en page suivante — le score se calcule en fin de quiz, avec un renvoi de relecture par tranche.

LES QUATRE REGISTRES

§ RÈGLE ÉCRITE

= CALCUL DÉRIVÉ

🔍 REPÈRE DE GESTION

◆ SOURCE SECONDAIRE

NIVEAU 1 — LES BASES

Q1 Que décrivent les fiches de marché de l'Observatoire du Tourisme ?

- A** Les taux de commission par plateforme
- B** Les modes de réservation par pays émetteur
- C** La répartition des nuitées de chaque hôtel par canal

Q2 Qu'est-ce qu'un grossiste, dit *bedbank* ?

- A** Une plateforme de réservation grand public
- B** Un intermédiaire entre professionnels qui agrège du stock et le redistribue à des revendeurs
- C** Un éditeur de logiciel

Q3 Le droit marocain autorise-t-il la vente de prestations touristiques par voie électronique ?

- A** Non, un local commercial est obligatoire
- B** Oui, la loi le prévoit explicitement
- C** Uniquement pour les organisateurs

Q4 Le mot « *bedbank* » figure-t-il dans la loi marocaine ?

- A** Oui
- B** Non

Q5 Dans le modèle marchand, qui encaisse le voyageur ?

- A** L'établissement
- B** L'intermédiaire
- C** Les deux

Q6 Une réservation directe est-elle gratuite ?

- A** Oui, aucune commission
- B** Non, elle a d'autres coûts

NIVEAU 2 — APPLICATION

Q7 Un opérateur se présente comme « une simple marketplace technique ». Cela le dispense-t-il d'une licence ?

- A** Oui
- B** Non, si son activité réelle correspond aux opérations réglementées
- C** Seulement s'il n'encaisse pas

Q8 Dans l'étude madrilène, quelle est la part du canal direct, et varie-t-elle selon la catégorie ?

- A** 15 %, réservée au haut de gamme
- B** Un tiers, sans différence significative entre catégories
- C** La moitié en cinq étoiles seulement

Q9 Pourquoi la part des grossistes se cite-t-elle comme une fourchette de 3 à 7 % ?

- A** Parce que les auteurs hésitent
- B** Parce que la moyenne non pondérée donne 3-4 % et la part pondérée par les nuitées 6-7 %
- C** Parce que les données varient par ville

Q10 L'étude madrilène établit-elle que les grossistes érodent les prix ?

- A** Oui
- B** Non, elle ne traite pas des conditions financières

RÉPONSES COMMENTÉES · QUESTIONS 1 À 10

Niveaux 1 et 2

Q1 — B. Elles décrivent comment achètent les clientèles, pays émetteur par pays émetteur. **La façon dont vend un établissement se lit, elle, dans ses propres relevés.** T1 Guide 07

Q2 — B. Il ne vend pas au voyageur : **c'est une infrastructure de redistribution en amont.**

Q3 — B. La loi précise que les opérations peuvent être réalisées **à distance ou par moyen électronique.**

§ ARTICLE 1 · LOI N° 11-16

Q4 — B. Aucun des mots du métier numérique n'est une catégorie légale. **C'est la fonction exercée qui décide.**

Q5 — B. L'intermédiaire encaisse et reverse un montant net convenu — **ce qui déplace le risque de paiement vers lui.**

Q6 — B. Moteur de réservation, outils, acquisition, référencement, temps commercial. **Elle est souvent moins chère ; elle comporte toujours des coûts, même sans commission facturée.**

Q7 — B. L'interface ne qualifie rien. **C'est ce que l'acteur fait juridiquement qui décide.**

Q8 — B. 33 à 34 % dans l'échantillon, sans différence statistiquement significative détectée entre catégories. **Cela ne prouve pas que le standing est sans effet dans tout le marché.**

Q9 — B. Et l'écart est informatif : **les grossistes travaillent davantage avec les grands établissements.**

Q10 — B. Ni commissions, ni parité tarifaire, ni marges, ni fuite tarifaire. **Elle porte exclusivement sur l'allocation en volume.**

Rappel — l'étude madrilène

CARTOUCHE 04

Échantillon	54 hôtels sur 259, taux de réponse 20,8 %
Méthode d'échantillonnage	non probabiliste, par participation volontaire
Ce que l'étude ne mesure pas	les commissions, les marges, la parité tarifaire

NIVEAU 2 — APPLICATION (suite)

Q11 Que recouvre la rubrique « autres » à 15-16 % dans cette étude ?

- A** Les tour-opérateurs
- B** Les systèmes mondiaux, les tour-opérateurs, l'entreprise et les autres plateformes agrégés
- C** Le direct téléphonique

Q12 Votre tarif professionnel apparaît sur un comparateur public. Quel est le premier geste de diagnostic ?

- A** Résilier le contrat du grossiste
- B** Une capture datée, puis vérifier qu'il s'agit du même produit
- C** Baisser votre tarif direct

NIVEAU 3 — MAÎTRISE

Q13 Pourquoi l'échantillon de l'étude madrilène ne permet-il pas de parler de parts de marché ?

- A** Il est trop récent
- B** Il est non probabiliste : 54 hôtels volontaires sur 259
- C** Il ne couvre qu'une année

Q14 Quel chiffre institutionnel marocain circule sur la réservation en ligne, et quelle est sa portée ?

- A** 71 %, mesuré en 2025
- B** 60 %, déclaré en 2024 d'après une enquête de 2019, sans ventilation entre plateformes et sites directs
- C** 34 %, mesuré par l'Observatoire

Q15 Que révèle l'article compagnon de l'étude madrilène ?

- A** Que les plateformes sont plus rentables
- B** Que les gestionnaires jugent le direct le plus efficace alors que les intermédiaires génèrent le plus de volume
- C** Que le direct progresse partout

Q16 Vous constatez un écart entre votre tarif public et un tarif affiché par un revendeur. Est-ce nécessairement une anomalie ?

- A** Oui
- B** Non : cinq types de tarifs coexistent légitimement, le problème est la rupture d'une règle convenue

Q17 Dans le modèle marchand, quel risque supplémentaire portez-vous ?

- A** Le défaut du client
- B** Le risque de crédit sur l'intermédiaire
- C** Aucun

Q18 Quelle variable la mesure du mix de distribution retient-elle ?

- A** La perception qu'ont les gestionnaires de leurs canaux
- B** L'allocation réalisée des nuitées par canal
- C** Le chiffre d'affaires par canal

RÉPONSES COMMENTÉES · QUESTIONS 11 À 18

Niveaux 2 et 3

Q11 — B. Il n'y a pas de ligne distincte. **La rubrique n'est pas interprétable séparément.**

Q12 — B. Même chambre, mêmes dates, mêmes repas, mêmes conditions, mêmes taxes. **Sans cette vérification, la comparaison peut porter sur deux produits différents.**

Q13 — B. Les auteurs eux-mêmes qualifient leur travail d'**analytiquement informatif plutôt que statistiquement représentatif.**

Q14 — B. 60 % selon une déclaration ministérielle de 2024 se référant à une enquête de 2019. La catégorie « en ligne » regroupe sites directs et plateformes et ne permet pas d'en mesurer les parts respectives : **la question utile n'est pas « combien en ligne » mais « combien par quel canal ».**

Q15 — B. Il s'agit d'un écart entre perception d'efficacité et allocation en volume. **L'étude ne mesure pas directement la rentabilité de chaque canal.**

Q16 — B. Public, membre, package, opaque, professionnel. **Le même montant net peut être acceptable dans un package et problématique sur un comparateur.**

Q17 — B. Vous avancez la prestation et vous êtes payé plus tard, par un partenaire. **Le suivi porte sur le montant en transit et l'ancienneté des créances.**

Q18 — B. Les nuitées réalisées, réparties par source immédiate. Sur l'échantillon volontaire madrilène, un écart est constaté entre la perception des gestionnaires et l'allocation réalisée ; **le chiffre d'affaires brut, lui, masque les commissions.**

VOTRE SCORE

Niveau 1 · questions 1 à 6 _____ / 6 Niveau 2 · questions 7 à 12 _____ / 6

Niveau 3 · questions 13 à 18 _____ / 6 Total / 18

Moins de 8 — les chapitres 1 et 2 posent le socle : les cinq positions et le vocabulaire commandent tout le reste.

De 8 à 13 — le cadre est acquis ; la cartographie de la chaîne et le calcul de contribution nette sont vos deux prochains outils.

Plus de 13 — vous pilotez : le score de dépendance et la grille de mesure du mix prolongent l'exercice.