

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

L'intégration du Yield Management dans la gestion des revenus d'événements et festivals

**SUJET ET REVUE DE LITTÉRATURE COMMENTÉE
PRÉSENTÉES COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN DÉVELOPPEMENT DU TOURISME**

PAR

Frédéric Bélanger

4 février 2020

L'événementiel existe depuis des millénaires, du colisée de Rome aux millions de festivals aujourd'hui. Les responsables de l'offre dans ce secteur sont des producteurs d'un service non-essentiel et qui est substituable. Ainsi, La question du budget, de l'acquisition de ressources financières et la façon de la gérer est un défi pour les gestionnaires d'événements (Getz, 2005). Un nombre de gestionnaires ne savent même pas quel sera la quantité de revenus garantis, ce qui peut nuire ou empêcher la réalisation d'un événement (Getz, 2005). C'est dans cette perspective que des parallèles peuvent être établis avec les secteurs de l'aviation et de l'hôtelier et leur utilisation du Yield management. Ces secteurs ont des capacités limitées, des coûts fixes élevé, un stock périssable de biens (une nuitée n'a plus de valeur la journée suivante). En événementiel, on doit vendre l'ensemble des billets disponibles à un prix optimal et tenter d'étendre les participants sur l'ensemble des plages horaires disponibles. Il y a déjà des stratégies de Yield Management qui sont utilisés par les entreprises en événementiel, tel le groupage de services pour un prix, des passes pour plusieurs jour ou simplement des rabais pour acheter les billets en avance. Il serait intéressant d'analyser quels sont l'ensemble des sources de revenus des événements, leurs pourcentages totaux et analyser leur gestion. On pourrait en tirer une liste des meilleurs pratiques d'acquisitions de revenus.

Dans le cadre de mon projet d'intervention de recherche, je vais m'intéresser aux différentes sources de revenus d'un événement et analyser quels sont les meilleurs pratiques de gestion des revenus. Mon stage de recherche serait possible avec l'organisme à but non lucratif Événements Attractions Québec (ÉAQ), qui représente plus de 500 membres dans l'ensemble de la province du Québec, dont certains acteurs majeurs du secteur festivalier Québécois : le festival de Jazz de Montréal, le festival d'été de Québec et le festival western St-Tite. L'objectif est de regrouper les festivals, événements et attraction du Québec, les représenter, les promouvoir et leur offrir des services favorisant leur développement. Événement attraction Québec offre un ensemble de services à ses membres tel qu'un service de recherche, des services d'informations, de la formation, du réseautage, des assurances et plusieurs autres. Ils ont une position

privilégier dans l'industrie. Dans leur réseau de membre les acteurs sont si disparates, qu'il est possible d'analyser les revenus et opérations de petits et gros festivals.

Dans mon projet d'intervention, l'utilisation de données secondaires serait utilisé. Avec le service de recherche d'ÉAQ et des données provenant des festivals. Cette recherche sera de type quantitatif et cherchera à évaluer la corrélation entre les pratiques et leur résultat positif sur les finances de l'événement. Événement Attraction Québec présente sur son site internet, en dessous de l'onglet service de recherche, l'existence d'une étude sur la tarification. Ainsi, des données secondaires devraient être disponibles. Par la suite, la création d'une grille d'analyse des différents processus de gestion devra être réalisé pour décortiquer quels sont les méthodes de gestion de revenus. En faisant une analyse comparative des différents festivals et en normalisant la grille d'analyse pour qu'il y ait une comparaison sur un pied d'égalité des événements et festivals de différentes envergures, on pourra évaluer les meilleurs pratiques de gestion de revenu. Il sera intéressant de comparer les différentes pratiques sur les prix et la flexibilité sur les prix des différents festivals pour avoir un nombre optimal de revenus. Cette méthode permet d'avoir une vision d'ensemble des différents festivals et événements, afin d'établir à quels processus de gestion, le Yield management serait applicable et comment il pourrait aider les finances des événements.

Thème 1 : La gestion événementielle

A) Monographie

GETZ, Donald (2005) *Event Management & Event Tourism*, - 2^e édition, États-Unis : Cognizant communication corporation, 439p.

Concepts clés: Gestion événementiel, Stratégie et logistique, ressources humaines, Marketing d'événement, Évaluation et impact d'un événement, financement.

Résumé : L'ouvrage présente les bases théoriques de la gestion d'événement. Le chapitre 9 présente quels sont les différentes sources de revenus d'événements et comment les gérer. La gratuité ou non d'activités et la compétitivité des subventions est abordé.

Utilité des concepts présentés dans la perspective du sujet envisagé : Ce livre offre une vue d'ensemble de ce qu'est l'événementiel pour un gestionnaire. C'est un ouvrage complet qui permet d'obtenir les bases théoriques de l'étude à venir.

B) Article scientifique

ROBSON, Linda M. (2008), « Event management body of knowledge (EMBOK): The future of event industry research », *Event Management*, Volume 12, p. 19-25.

Concepts clés: Event management body of knowledge, recherche événementielle, Processus d'organisation d'événement

Résumé : Le texte présente le corps des connaissances de l'organisation d'événement. Il illustre de plusieurs manières la relation entre le gestionnaire d'événement et son industrie. On peut voir quels sont les principales préoccupations que doivent avoir les gestionnaires d'événements. Le modèle EMBOK permet d'obtenir un point de vue managérial sur la recherche en événementiel.

Utilité des concepts présentés dans la perspective du sujet envisagé : Connaître les concepts de planifications et de gestion d'événement seront utiles dans la compréhension des processus de gestion.

C) Article scientifique

AUDET, Claudine et Diane SAINT-PIERRE, (2015) « bulletin de la recherche et de la statistique Survol – Les festivals de musique du Québec : Résultats d’une enquête », *Ministère de la culture et des communications du Québec*, numéro 26, printemps, 46p.

Concepts clés : Enjeux, portrait des festivals (au Québec).

Résumé : C’est une étude produite pour la revue de statistique du gouvernement du Québec. Il présente le portrait du paysage festivalier au Québec, ses enjeux, sa fréquentation, ses revenus et ses ressources humaines.

Utilité des concepts présentés dans la perspective du sujet envisagé : Utiliser les concepts présents dans cet article va permettre d’enrichir le cadre théorique avec des données détaillées sur la situation du Québec. Présente les enjeux liés au financement des événements.

Thème 2 : Le Yield Management

A) Monographie

CAPIEZ, Alain (2003) *Yield management – optimisation du revenu dans les services*, Paris, Hermes science publications, 208p.

Concepts clés : Usage du Yield management, Économie et Yield, Stratégie et Yield.

Résumé : Le chapitre 1 de l’ouvrage permet d’identifier de façon claire ce qu’est le yield et quel sont ses champs d’applications. On y aborde les aspects économiques et stratégique de l’usage de Yield dans une entreprise. C’est une base théorique détaillé de ce qu’est le Yield management.

Utilité des concepts présentés dans la perspective du sujet envisagé : L’ouvrage sera la base théorique du concept de Yield management qui sera le concept central de la recherche.

B) Article scientifique :

CAPIEZ, Alain, Elizabeth POUTHIER (2008) « Le nouveau « pricing » en revenue management : Vers l'intégration de la valeur-vie du client », *la revue des sciences de gestion, direction et gestion*, numéro 234, p. 107-113.

Concepts clés : Stratégies de « pricing », Loyauté du consommateur, consentement à payer.

Résumé : Comprendre la valeur du client sur l'ensemble de sa durée de vie et tenir compte de la sensibilité-prix du consommateur dans ses stratégies de « pricing ». Présente comment Disney peut faire des prix promotionnels pour ses parcs d'attraction, sans dévaluer l'aspect luxueux de séjourner dans leur parc.

Utilité des concepts présentés dans la perspective du sujet envisagé : Gérer l'offre n'est pas tout, on doit comprendre la position de la clientèle vis-à-vis des stratégies de prix. Comprendre l'influence de la sensibilité-prix des consommateurs et leur consentement à payer sans dévaluer la valeur du produit.

C) Article scientifique

HIKKEROVA, Lubica (2011) « internet, stratégie de prix et Yield management », *Management & avenir*, Volume 2, numéro 42, p. 200-212.

Concepts clés : stratégie prix et Internet, comportement du consommateur, Équité

Résumé : Présente les stratégies de prix des hôtels qui utilisent de façon intensive le *yield* management. Ils montrent l'apport de l'utilisation d'internet dans les stratégies de *yield* management, la perception du *yield* dans l'équité entre les clients et comment de mauvaises pratiques de YM peuvent nuire à l'entreprise.

Utilité des concepts présentés dans la perspective du sujet envisagé : La compréhension du comportement du consommateur en lien avec le yield management permet de ne pas créer un sentiment d'injustice chez le client. On voit ce qui cause les pertes de clients par des politiques trop agressives de prix.

D) Article scientifique

FOIGNET, Jean-Jacques et Frédéric Carluer (2009) « Le « Yield Management » - Un catalyseur de l'attractivité territoriale des investissements directs étrangers », *Lavoisier*, Numéro 196, p. 29 à 47.

Concepts clés : segmentation du marché, sensibilité prix, micromarché

Résumé : Cet article présente comment un produit atypique en yield management, soit un territoire, peut bénéficier des techniques de yield pour attirer des investissements étrangers. Les auteurs montrent comment le yield management peut être un outil important face aux incertitudes du marché, pourquoi segmenter un marché et comment on peut prévoir la demande de ces micromarchés.

Utilité des concepts présentés dans la perspective du sujet envisagé : L'adaptation des techniques de Yield Management à un produit atypique pour le Yield, permet d'établir des parallèles avec l'événementiel.