



PRESS RELEASE

No. 58

IATA lança o Modern Airline Retailing Program

6 de dezembro de 2022 (Genebra) – A Associação Internacional de Transporte Aéreo (IATA - International Air Transport Association) anunciou a criação do programa Modern Airline Retailing para promover o foco no cliente e a geração de valor na indústria aérea. A transformação será acelerada por um consórcio de companhias aéreas que trabalharão juntas por meio da IATA. As participantes do consórcio incluem American Airlines, Air France-KLM, British Airways, Emirates, Finnair, Iberia, Grupo Lufthansa, Oman Air, Singapore Airlines e Xiamen Airlines.

No ambiente atual, a experiência do cliente é influenciada por padrões, processos e tecnologias de décadas atrás, e o setor aéreo deve adotar práticas modernas de varejo que criem valor adicional para os viajantes e reduzam as dificuldades dos requisitos cada vez mais complexos de verificação de documentos de passageiros.

O programa Modern Airline Retailing vai resolver esse dilema e criar oportunidades de geração de valor ao transformar a distribuição aérea em um sistema de *Offers and Orders* (ofertas e pedidos) em paralelo ao sistema utilizado pela maioria das outras varejistas.

“Nosso objetivo é gerar valor aos viajantes, atendendo às suas necessidades. Sabemos que os passageiros querem uma experiência digital sem interrupções, além de serviços consistentes, independentemente de como adquiriram suas viagens. Com a força de um consórcio global de companhias aéreas líderes por trás desse sistema, os próximos anos serão marcados por uma transformação acelerada e abrangente da experiência do cliente”, disse Muhammad Albakri, vice-presidente sênior de serviços de distribuição e liquidação financeira da IATA.

Transição para o programa Modern Airline Retailing

O programa Modern Airline Retailing tem como base três pilares:

Identificação do cliente

- Os padrões do setor, que se baseiam no sistema [One ID](#), permitem que os passageiros simplifiquem sua viagem com o compartilhamento avançado de informações e processos sem contato no aeroporto por meio de reconhecimento biométrico. Além disso, com o programa, as companhias aéreas também podem oferecer a experiência perfeita em diferentes canais e pontos de contato e ter maior visibilidade dos vendedores de viagens terceirizados com os quais trabalham.



Varejo com ofertas

- O programa já apresenta progresso, com mais de uma em cada 10 vendas de agências de viagens provenientes de interfaces do sistema Nova Capacidade de Distribuição (NDC, na sigla em inglês); e algumas companhias aéreas já têm mais de 30% de suas reservas indiretas provenientes do NDC. Os padrões do setor continuam evoluindo nas áreas de personalização, preços dinâmicos, pacotes incluindo conteúdo de terceiros, como intermodalidade e opções de pagamento digital. O viajante tem mais opções e pode visualizar o valor total do que está sendo oferecido, seja no site da companhia aérea ou por meio de uma agência de viagens.

Número de pedido unificado

- Com relação aos pedidos, os viajantes não precisarão mais fazer consultar diferentes números de referência e documentos (PNRs, e-tickets e documentos eletrônicos diversos), principalmente ao lidar com remarcações de viagem ou alterações de itinerário. Os padrões do setor para apoiar essa transição já foram desenvolvidos como parte do [projeto ONE Order](#). O próximo passo é um conjunto completo de padrões do setor que ajudará as companhias aéreas a modernizar sua infraestrutura ultrapassada que serve de base para a tecnologia aérea atual.

Jornada apoiada pelo setor

Tamur Goudarzi Pour, diretor comercial e membro do conselho da Swiss International Air Lines, disse: "Como líderes do setor, as companhias aéreas do Grupo Lufthansa se juntaram ao consórcio de varejo da IATA como membros fundadores. Estamos comprometidos com o novo programa IATA Modern Airline Retailing e acreditamos que o consórcio será fundamental para alcançar seus objetivos, juntos como indústria. Essa mudança de mentalidade de colaboração e criação de sinergia é nova em nosso setor e abrirá caminho para um salto tecnológico muito necessário, deixando para trás os sistemas ultrapassados. Portanto, as companhias aéreas do Grupo Lufthansa reforçam nossa visão de varejo aéreo verdadeiramente moderno para gerar valor real para os nossos clientes."

Neil Geurin, diretor geral de Airline Retailing da American Airlines, disse: "O programa Modern Airline Retailing simplifica a experiência do cliente e leva os nossos produtos e serviços superiores a mais clientes. A transição para o sistema *100% Offers and Orders* não será uma tarefa fácil. Mas estamos confiantes em nossa capacidade de alcançar esse resultado para os nossos clientes, pois a nossa indústria tem um histórico comprovado de desafios complexos e entrega de soluções inovadoras. Estamos animados para trabalhar com todos os nossos parceiros, seja uma empresa de distribuição global, uma agência de viagens ou clientes corporativos, para aproveitar o poder da tecnologia inovadora e permitir experiências melhores para os nossos clientes."

Umesh Chhiber, vice-presidente sênior de receita, varejo e carga da Oman Air, disse: "Estamos muito felizes por fazermos parte da jornada de transformação para o varejo moderno. O consórcio envolverá não apenas companhias aéreas, mas também parceiros de tecnologia que possuem a mesma visão. A Oman Air acredita que o sistema *100% Offers and Orders* junto com o *projeto ONE Order* podem beneficiar todo o setor de viagens ao modernizar os processos."

Keith Wallis, diretor sênior de distribuição e pagamentos da Air Canada e presidente do conselho consultivo de distribuição da IATA, disse: "O sistema NDC criou uma grande oportunidade para que



as companhias aéreas desenvolvam produtos e serviços mais centrados no cliente. Com o apoio de toda a cadeia de valor, as companhias aéreas agora podem dar os próximos passos para se tornarem verdadeiras varejistas modernas, com foco na experiência do cliente.”

“As companhias aéreas agora podem criar novas ofertas atraentes centradas no cliente. Usando o sistema *Orders*, podemos simplificar toda a experiência de compra e viagem. Como setor, esta é uma oportunidade rara e única de evoluir a forma de fazer negócios”, disse Wallis.

“Comprar viagens aéreas online deve ser tão simples quanto os clientes esperam. E quando uma mudança precisa ser feita porque os planos de viagem mudaram ou porque aconteceu algum problema, isso também deve ser fácil de resolver. Além disso, com o sistema *Offers and Orders*, as companhias aéreas não precisarão mais depender de sistemas customizados baseados em padrões e processos herdados exclusivos das viagens aéreas, incentivando novos concorrentes a entrar no mercado”, disse Albakri.

A IATA apoia essa transformação facilitando o desenvolvimento de padrões do setor e garantindo que esses padrões, guias de implementação e outros recursos necessários sejam facilmente acessíveis a todos. A IATA também continua se reunindo com todos os participantes da cadeia de valor para garantir a identificação de problemas técnicos e propor abordagens sempre que possível.

- IATA -

Para obter mais detalhes, entre em contato com:

Corporate Communications

Tel.: +41 22 770 2967

E-mail: corpcomms@iata.org

Notas aos editores:

- A IATA (International Air Transport Association) representa cerca de 300 companhias aéreas, que compõem 83% do tráfego aéreo global.
- Siga-nos no Twitter: twitter.com/iata para verificar anúncios, posicionamentos e outras informações úteis sobre o setor.
- Veja mais informações sobre o programa [Modern Airline Retailing](#).
- Programa [Fly Net Zero](#).
- Acesse o [kit para mídia](#) da GMD da IATA.