

Transitionner du PSS vers l'OOSD

État du marché : PSS vs OOSD

La plupart des compagnies aériennes ont mis en pause leurs projets digitaux et de distribution pour se concentrer sur la performance opérationnelle. Pourtant, en arrière-plan, un mouvement de fond s'accélère : la transition du PSS (Passenger Service System) vers les concepts émergents d'OOSD (Offer, Order, Settle, Deliver).

Chez KIVECA, impliqué aux côtés de petites, moyennes et grandes compagnies, nous observons que cette transition n'est plus théorique. Elle a commencé, mais elle avance de façon inégale et soulève de nombreux défis.

Les grandes compagnies aériennes : pionnières prudentes

Les grands transporteurs ont engagé les premiers projets de transition. Leur approche est souvent **progressive et modulaire**, avec des chantiers centrés sur la gestion des offres (*Offer Management*) ou la gestion des commandes (*Order Management*). Les principaux fournisseurs IT se sont clairement positionnés : les acteurs historiques du PSS ont lancé des roadmaps de transition, tandis que de nouveaux entrants spécialisés (issus de l'optimisation tarifaire ou du retail) cherchent à s'imposer.

Cependant, les grands projets restent fragilisés par un problème central : la coexistence entre les blocs OOSD naissants et l'écosystème d'applications déjà développé autour des PSS.

Ces applications, souvent construites avec des startups digitales ou en interne (CRM enrichis, moteurs de tarification dynamique, outils de ré accommodation, plateformes de services annexes, ...), sont devenues critiques. Leur intégration dans une cible OOSD n'est pas encore assurée, ce qui crée un risque fonctionnel majeur.

Les petites compagnies aériennes : attentistes mais actives en périphérie

À l'autre extrémité du marché, les petites compagnies aériennes adoptent une attitude différente. Elles ne se lancent pas dans la transformation de leur système central, jugée trop lourde et risquée à court terme. En revanche, elles sont **très dynamiques dans l'ajout de solutions périphériques autour de leur PSS** : modules CRM, outils de tarification multicanale, solutions digitales de vente au détail ou d'expérience client.

Ce mouvement, moins visible, est pourtant structurant. En renforçant leurs capacités digitales en périphérie, ces compagnies créent un écosystème PSS+ qui leur permettra d'aborder la transition OOSD plus tard... mais qui, en attendant, augmente aussi leur dette technique et complexifie leur paysage applicatif.

Les fournisseurs : entre ambition et limites

Les fournisseurs IT se répartissent aujourd'hui en trois catégories :

- **les acteurs historiques du PSS**, qui ont engagé des roadmaps OOSD mais avancent prudemment, en essayant de conserver leurs bases installées ;
- **les nouveaux entrants spécialisés**, issus du monde du merchandising, de l'optimisation ou de la gestion des commandes, qui se positionnent sur une partie du spectre (Offer ou Order) mais ne couvrent pas encore l'ensemble ;
- **les fournisseurs verticaux de retail**, qui peinent à s'imposer face à la complexité et à l'inertie des systèmes existants.

Si les intentions sont claires, la réalité est encore très fragmentée. **Aucun acteur ne propose aujourd'hui une suite OOSD complète couvrant toutes les pratiques de retailing**, et les compagnies se retrouvent face à des choix partiels, souvent difficiles à comparer.

Un marché en transition... mais à haut risque

En résumé, la transition du PSS à l'OOSD est engagée, mais elle progresse lentement et de manière hétérogène. Les grands transporteurs expérimentent mais s'interrogent sur la décommission des systèmes complémentaires qu'ils ont bâtis. Les petits opérateurs préfèrent repousser la bascule tout en multipliant les ajouts périphériques. Les fournisseurs avancent, mais avec des roadmaps incomplètes et parfois peu réalistes.

Résultat : le marché se trouve dans une zone de forte incertitude et de risques élevés :

- périmètres fonctionnels flous,
- intégrations complexes et coûteuses,
- pénurie de spécialistes capables de mener des projets de cette envergure.

C'est dans ce contexte que la nécessité d'une **vision plus claire de la cible OOSD** et d'une **méthodologie de transition mieux structurée** devient critique pour éviter des projets fragmentés, coûteux et décevants.

OOSD : une cible mouvante et plus large que le PSS

La transition du PSS vers l'OOSD ne doit pas être perçue comme un simple passage mécanique d'une ancienne norme technologique vers une nouvelle. C'est au contraire une transformation profonde, dont la portée dépasse largement le périmètre traditionnel du PSS.

Une trajectoire propre à chaque compagnie

Chaque compagnie aérienne aborde cette transition depuis un point de départ unique, lié à son niveau de maturité digitale et au paysage applicatif qu'elle a construit autour de son PSS.

Les grands transporteurs ont déjà développé des solutions périphériques avancées : plateformes événementielles, CRM enrichis, tarification dynamique, outils de ré accommodation, intégrations d'alliances.

Les compagnies plus petites ont souvent choisi des solutions ponctuelles, ciblées sur l'expérience client ou la distribution digitale, qui complètent leur PSS mais alourdissent leur dette technique.

Cette diversité rend illusoire toute approche unique. La cible OOSD ne sera pas la même pour tous, et elle doit intégrer les acquis et les investissements réalisés autour des PSS existants.

Une cible en constante évolution

Alors que les concepts (Offer Management, Order Lifecycle, Settle, Deliver) sont désormais largement partagés, leur mise en œuvre reste hétérogène et incomplète :

Les fournisseurs se concentrent sur certaines briques (Offer ou Order) sans couvrir encore tout le spectre.

Les compagnies continuent à développer leurs propres modules complémentaires, souvent indispensables au quotidien.

Les cas d'usage évoluent rapidement, sous l'effet des attentes passagers (personnalisation, omnicanal, fluidité en cas de disruption) et des opportunités technologiques (IA, automatisation, APIs temps réel).

Le risque est donc de sous-estimer l'ampleur de la cible : un OOSD limité à remplacer le cœur PSS ne suffira pas. Il doit aussi intégrer et rationaliser les pratiques déjà déployées autour du PSS.

Illustrations de cas d'usage

Plusieurs exemples montrent à quel point le champ de l'OOSD est plus large que celui du PSS :

- Ventes additionnelles en aéroport : aujourd'hui gérées par des modules ad hoc, elles devraient à terme être intégrées dans les logiques événementielles de l'OOSD (Offer + Order).
- Omnicanal et panier persistant : une attente forte des voyageurs, impossible à garantir avec les PSS actuels, mais qui doit devenir un pilier de l'OOSD.
- Ré accommodation en cas de disruption : les compagnies ont déjà développé des logiques événementielles sophistiquées pour gérer retards et annulations ; celles-ci devront être nativement intégrées au cycle de vie des commandes dans l'OOSD.

Un risque de désillusion si le périmètre est mal défini

Si l'industrie se contente de voir l'OOSD comme un remplacement fonctionnel du PSS, elle court le risque d'une forte désillusion :

- des projets incomplets qui ne simplifient pas réellement le paysage applicatif,
- une persistance de multiples systèmes parallèles,
- une complexité accrue au lieu d'une simplification.

Au contraire, une vision réaliste doit reconnaître que l'OOSD est un cadre élargi, englobant à la fois les fonctions historiques du PSS et les nombreuses innovations digitales développées en périphérie.

Sécuriser la transition : recommandations pour les compagnies, fournisseurs et consultants

Le passage du **PSS+** (PSS enrichi de compléments périphériques) vers une cible **OOSD** standardisée est une opération complexe. Sans cadre partagé et sans vision claire, les projets risquent d'être fragmentés, coûteux et inachevés.

Chez **KIVECA**, nous pensons que la clé d'une transition réussie réside dans une approche coordonnée impliquant les **trois grandes parties prenantes du marché** : les compagnies aériennes, les fournisseurs OOSD et les consultants.

Recommandations pour les compagnies aériennes

Pour celles qui n'ont pas encore entamé leur transition

- Documenter les nouveaux cas d'usage déjà déployés autour du PSS : plateformes de données/événements, CRM, outils de retailing ou de disruption.
- Consolider ces cas d'usage dans une architecture interne plus structurée, incluant une gouvernance des données et des services.
- Préparer le terrain pour l'OOSD en réduisant les dépendances à des développements ad hoc difficiles à migrer.

Résultat attendu : un paysage applicatif mieux organisé, qui facilitera la future migration et réduira les risques de rupture fonctionnelle.

Pour celles qui ont déjà lancé leur transition

- Mener une **gap analysis complète couvrant l'ensemble du futur périmètre OOSD**, et non uniquement le PSS ou la roadmap du fournisseur.
- **Identifier les applications essentielles** déjà développées en dehors du PSS (CRM, pricing, retailing digital) **et prévoir leur intégration explicite dans la cible OOSD**.
- **Anticiper les dépendances critiques** (alliances, partenaires, distributeurs) pour éviter des coûts cachés ou des retards imprévus.

Résultat attendu : une **transition plus réaliste et maîtrisée**, évitant les mauvaises surprises en cours de projet.

Recommandations pour les fournisseurs OOSD

Les fournisseurs doivent élargir et fiabiliser leur offre afin de répondre à la réalité du terrain :

- **Compléter leurs modules de base** par des moteurs génériques **événementiels et basés sur des règles**, capables de couvrir le cycle de vie complet d'une offre et d'une commande.

- Enrichir leurs roadmaps pour intégrer les pratiques post-réservation déjà largement utilisées par les compagnies : ventes additionnelles après départ, personnalisation basée sur IA, intégration CRM enrichie, données d'expérience passager.
- Industrialiser leur capacité de mise en œuvre, en s'appuyant sur des méthodologies standardisées (questionnaires, modèles de solution, migration modulaire), à l'image de ce qui existe déjà pour les projets de migration PSS → PSS.
- Développer ou s'appuyer sur un **réseau de partenaires intégrateurs IT** capables d'accompagner les compagnies aériennes dans des contextes très variés.

Résultat attendu : des solutions plus **robustes, complètes et industrialisables**, réduisant le risque de sur-promesses et d'échecs de mise en œuvre.

Recommandations pour les consultants

Les cabinets de conseil (stratégiques, IT, achats, intégrateurs) jouent un rôle central pour **structurer et sécuriser les projets de transition**. Leurs missions devraient inclure :

- **Accompagner la définition du business case** : combiner objectifs stratégiques, segmentation des projets et promesse de simplification IT.
- **Élaborer des scénarios de migration réalistes** :
 - migration « big bang » (forte complexité, risque élevé),
 - ou migration progressive par canal ou par module (nécessitant une synchronisation complète entre ancien et nouveau monde).
- **Préparer des sous-projets de transition** : analyser en détail les écarts, identifier les priorités, et construire un plan progressif.
- **Industrialiser la méthodologie de transition** : proposer des cadres de projet types, des chartes de gouvernance, et des bonnes pratiques partagées.

Résultat attendu : un cadre de transition plus **standardisé et reproductible**, permettant au marché de gagner en maturité et en efficacité, et aux compagnies d'éviter les pièges d'une transition improvisée.

Une responsabilité partagée

En résumé, la réussite de la transition PSS vers l'OOSD repose sur une **responsabilité collective** :

- aux compagnies de préparer et documenter leur paysage applicatif,
- aux fournisseurs de renforcer et fiabiliser leurs solutions,
- aux consultants de structurer et industrialiser les démarches.

C'est cette approche conjointe qui permettra de transformer une transition risquée en une **opportunité de simplification et de création de valeur**.

Conclusion

La transition du PSS vers l'OOSD est désormais une réalité incontournable pour l'industrie aérienne. Elle n'est cependant ni simple, ni linéaire : elle s'apparente davantage à un chemin de crête, où chaque compagnie doit composer avec son héritage applicatif, ses choix stratégiques et les roadmaps souvent incomplètes des fournisseurs.

Ce qui devait être une simplification risque, sans méthode, de se transformer en un empilement supplémentaire de complexité : coexistence prolongée de systèmes parallèles, coûts de migration sous-estimés, dépendance accrue aux intégrateurs et aux roadmaps fournisseurs.

Pour éviter cet écueil, trois leviers sont essentiels :

- ✓ Anticiper et documenter : les compagnies doivent mieux décrire leurs cas d'usage actuels et futurs, afin de définir une cible claire.
- ✓ Élargir et fiabiliser : les fournisseurs doivent aller au-delà des briques "Offer/Order" pour couvrir le cycle de vie complet du retailing, avec une approche pilotée par les événements et gouvernée par les règles.
- ✓ Structurer et industrialiser : les consultants doivent proposer des cadres méthodologiques reproductibles, permettant de standardiser les pratiques et de réduire les risques projet.

C'est à cette condition que la transition PSS vers l'OOSD pourra tenir sa promesse : transformer un écosystème fragmenté et coûteux en un socle agile, cohérent et créateur de valeur.

Chez KIVECA, forts de notre expérience des migrations PSS et de notre implication dans les premiers projets de retailing nouvelle génération, nous accompagnons les compagnies aériennes, les fournisseurs et les cabinets de conseil dans la construction de ce cadre structuré.

Notre conviction est claire : L'OOSD ne doit pas être un simple remplacement du PSS, mais un levier stratégique pour réinventer le retailing aérien de bout en bout.