

N° 3179 - SEPTEMBRE 2018
LECHOTOURISTIQUE.COM

L'ECHO
touristique
INNOVER / DÉCRYPTER / CONNECTER

COMMENT LES
VOYAGISTES ACHÈTENT
LEURS SIÈGES D'AVION ?

EXCLUSIF

PALMARÈS AÉRIEN 2018

THAÏLANDE
REPORTAGE À PHUKET





Nouveau millésime,
des voyages à savourer*



*A consommer sans modération,
ne contient que du rêve et de l'évasion.

voyamar.pro

© Alexandre Nestora



RETROUVEZ
L'ÉQUIPE DE L'ÉCHO
À L'IFTM SUR LE STAND

eventiz
media group

N094

Surprenez-nous !

Imaginez, laissez-vous transporter... Sur un stand de 60 m², vous déambulez à l'aveugle, un casque de réalité vissé sur la tête, avec l'équivalent d'un ordinateur en sac à dos. Objectif : explorer le plateau de Gizeh de l'extérieur comme si vous mesuriez 80 m. Puis à l'échelle normale à l'intérieur de la pyramide de Khéops, notamment à travers la chambre de la Reine qui est inaccessible au grand public. Une telle découverte en immersion, à partir d'images de synthèse, vaut vraiment le détour. C'est une innovation de la société française Emissive. Nous l'avons testée (et approuvée) au salon VivaTech 2018. Un salon décidément incontournable pour trouver l'inspiration, s'ouvrir au tourisme de demain.

Mais non, cette expérience égyptienne n'est pas prévue à l'IFTM Top Resa qui se déroule du 25 au 28 septembre. Après 40 ans de bons et loyaux services, le salon B2B du travel frôle la routine... malgré ses tentatives de renouvellement. Pourtant, l'office de tou-

risme du pays des pharaons aurait tout intérêt à se servir de la réalité virtuelle développée par Emissive, pour servir ses fins promotionnelles. Dix minutes de téléportation, voilà qui crée l'événement et de la viralité. Les destinations, mais aussi les TO qui veulent pousser leurs hôtels-clubs, doivent impérativement créer des expériences et de l'émotion tout à la fois. La réalité virtuelle, 3D ou augmentée le permet. Les technologies aident à faire la différence, à capter l'attention, alors, osez ! Las, force est de constater que les offices de tourisme et les marques en utilisent

toujours (trop) peu pour se réinventer. Espérons que l'IFTM Top Resa 2018, où nous vous attendons sur le stand N094, saura surprendre les pros, les étonner. Au regard du nombre d'exposants, de conférences et de rendez-vous, il faut - en tant que destination, TO ou compagnie aérienne - redoubler d'imagination pour gagner la bataille de l'attention. Les cocktails et les tirages au sort ne suffisent plus !

« VivaTech 2018 est un salon incontournable pour trouver l'inspiration. »

Linda Lainé, rédactrice en chef

@Linda_laine

L'ÉCHO
touristique
INNOVER / DECRYPTER / CONNECTER

Magazine édité par **EVENTIZ MEDIA GROUP** - 20, rue de la Banque - 75002 Paris - contact@eventiz.biz - www.lechotouristique.com
 • **Président, directeur de la publication** : Frédéric Vanhoutte **RÉDACTION. Rédactrice en chef** : Linda Lainé 01 55 35 38 90 • **Rédaction** : Florian De Paola 01 55 35 38 94, Clément Peltier 01 55 35 38 91, Émilie Vignon 01 55 35 38 92 **RÉALISATION. Secrétaire de rédaction** : Dominique Pourrias 01 55 35 34 40 • **Premier rédacteur graphiste** : Thierry Uhart 01 55 35 38 93 • **Graphiste** : Jade Junique • **Conception graphique** : Jade Junique **SERVICE FINANCIER**. Sophie Allard 01 55 35 34 43 **PUBLICITÉ. Directrice des ventes** : Carole Mouvet 01 55 35 38 95 • **Chef de publicité** : Mehdi Habibi 01 55 35 38 96 • **Tarifs abonnements France (TVA 2,1 % incluse)** • 1 an **standard** : 119 € TTC • 1 an **étudiants** : 45 € TTC - 1 an **AGV** : 95 € TTC - **Étranger** : nous consulter • Pour la CEE préciser le numéro de TVA intracommunautaire • Règlement à l'ordre de **L'Écho touristique** • Sauf stipulations contraires, tout document, reproduction, cliché ou photo, confié à Eventiz, devra être libre de toute contrainte (y compris financière, redevance, droits...) pour lui permettre l'édition sur tout support y compris électronique • Une publication **EVENTIZ MEDIA GROUP** - SAS au capital de 16 550 € • Siret 482 238 235 / Code APE : 5813Z • Dépôt légal à parution. CPPAP : 1121 T 80945 / ISSN : 0 150 6560 • Impression : Imprimerie de Compiègne, avenue Berthelot, 60205 Compiègne cedex. Origine du papier : Allemagne ; taux de fibres recyclées : + de 50% ; certification : PEFC ; impact sur l'eau (Ptot) : 0,003kg/tonne.

eventiz
media group



10-31-1988 / Certifié PEFC / pefc-france.org



UNE DESTINATION, UNE HISTOIRE

LA HAVANE , CIENFUEGOS, CAMAGÜEY, SANTIAGO DE CUBA CUBA

Le voyage commence lorsque vous découvrez une culture différente. Découvrez les routes et les traditions des villes patrimoniales de La Havane, Cienfuegos, Camagüey et Santiago de Cuba. Leurs habitants vous inspireront votre propre histoire.

MELIÁ HOTELS
INTERNATIONAL
CUBA

DECouvrez LES HISTOIRES SUR [MELIACUBA.COM](https://www.meliacuba.com)



LA HAVANE | Meliá Cohiba | Meliá Habana | Tryp Habana Libre | CIENFUEGOS | Meliá San Carlos | Jagua Hotel by Meliá Hotels International | La Unión Hotel by Meliá Hotels International | CAMAGÜEY | Gran Hotel by Meliá Hotels International | Colón Hotel by Meliá Hotels International | SANTIAGO DE CUBA | Meliá Santiago de Cuba

GRAND ANGLE



6 | **CONVERSATION AVEC**
Elsa Gard, Thomas Cook.

10 | **L'INFO GRAPHIQUE**
Save the date

12 | **EXPRESSO**
Des brèves à déguster à la pause-café.

14 | **ÉCONOMIE / FINANCES**

15 | **CHIFFRES**

16 | **ENQUÊTE PALMARÈS AÉRIEN 2018**
Bilan 2017 du trafic des compagnies aériennes gagnantes et perdantes dans le ciel français.

DESTINATIONS



30 | **INTERNATIONAL**
Thaïlande : Phuket p.30
Pourquoi pas l'Ouzbékistan ? p.40

45 | **FORMALITÉS**

46 | **FRANCE**
Martinique p.46
Ailleurs en France p.50

52 | **AU NOM DE LA LOI**
L'actualité juridique et réglementaire.

SOLUTIONS

54
**TROPHÉES DE L'INNOVATION
DU TOURISME**

Retour en images sur la soirée.



58
START-UP

Tradefest : lauréate des Trophées de l'innovation du tourisme 2018, dans la catégorie Distribution.

59
FISCALITÉ

Directive sur la distribution d'assurances : quelles conséquences pour les acteurs du tourisme ?

60
STRATÉGIE

Voyage d'affaires : comment optimiser son reporting ?

63
BOÎTE À OUTILS

5 conseils pour améliorer son networking.

64
REVUE DE PRESSE

News du monde

65
PORTRAIT

Jean-Luc Cousty, Lutetia.

« Il faut que la question du handicap soit appréhendée avant le départ, sur place, et au retour. »

Bio express

1970 : naissance à Calais.

1991 : formation EITT (École internationale des techniciens du tourisme).

1992 : débute en tant qu'agent de voyages pour Aquatour à Lille (société qui sera rachetée par Thomas Cook). Elsa Grad devient ensuite responsable d'agence de voyages et chef de secteur.

Depuis février 2017 : chef de projet Thomas Cook Handicap. Elsa Grad obtient la distinction « Customer Hero 2018 » pour la France et pour Thomas Cook Continental.

© photos Alexandre Nestora

VOYAGE ET HANDICAP

« Avec mon fauteuil roulant, j'ai fait les 400 coups ! »

Le voyage, elle connaît parfaitement. C'est son métier. Le handicap aussi : c'est son quotidien. Agent de voyages depuis 26 ans, Elsa Grard souffre d'une maladie qui lui impose régulièrement d'être en fauteuil roulant. Pas question pour autant d'arrêter ses escapades !

Pour Thomas Cook, elle a développé une brochure dédiée aux voyageurs à mobilité réduite. Désormais en charge du projet « Personnes à mobilité réduite » (PMR) pour Thomas Cook, Elsa Grard s'emploie à faire bouger les choses pour que le handicap soit mieux appréhendé par les professionnels du tourisme.

L'Écho touristique : Vous avez piloté pour Thomas Cook la création d'une brochure pour les voyageurs à mobilité réduite, comment est né ce projet ?

Elsa Grard : L'idée m'est venue simplement puisque je suis moi-même atteinte depuis longtemps d'une maladie qui me cloue par intermittence dans un fauteuil roulant. Je suis aussi agent de voyages depuis 26 ans, et j'ai toujours voyagé. Il n'a jamais été question pour moi d'arrêter, même dans les périodes où je suis lourdement handicapée. Mais je me suis vite aperçue que pas grand-chose n'était fait pour les personnes à mobilité réduite... J'ai donc contacté la direction de mon entreprise en proposant de créer un département handicap pour développer une offre adaptée. J'avais envie de montrer que ce n'est pas parce que l'on est dans un fauteuil que l'on est obligé de rester chez soi.

Pour réaliser cette brochure, vous avez testé de nombreux établissements, dans quatre pays différents. Quel a été l'accueil des professionnels lorsqu'ils ont reçu votre visite ?

Elsa Grard : Surpris. Parfois très attentifs, très à l'écoute de mes recommandations pour améliorer les choses. Parfois presque gênés. Il y a encore des gens pour qui c'est tabou, ou qui craignent qu'on leur envoie des groupes de personnes handicapées et que cela nuise à l'image de leur établissement... Il faut parfois rassurer sur ces interrogations. Tout le monde n'a pas le même regard, la même

sensibilité par rapport au handicap. Cela varie également en fonction des destinations.

Quel message essayez-vous de leur faire passer ?

Elsa Grard : Ce que j'essaie de leur faire comprendre, c'est que nous sommes une chaîne. Il faut que la question du handicap soit appréhendée avant le départ, sur place, et au retour. Si à l'aéroport cela se passe mal parce que vous tombez sur quelqu'un qui n'est pas avenant, cela nuit au voyage dans son ensemble. Quand vous vous trouvez au restaurant d'un club, c'est difficile de se servir au buffet lorsque l'on est en fauteuil roulant. Ça devrait immédiatement faire tilt, le chef de salle devrait venir offrir son aide. Il faut vraiment que toute la chaîne soit sensibilisée pour que le voyage se passe mieux. C'est bien de faire des chambres PMR, de faire un hôtel accessible. Mais soyez accueillants, soyez rassurants envers les personnes qui ont un handicap ! C'est une clientèle qui a besoin d'une attention particulière.

Comment faire évoluer les choses ?

Elsa Grard : En faisant ce travail de pédagogie auprès des hôteliers, en leur expliquant, mais aussi par la formation. Nous avons déjà développé des e-learning, et nous allons probablement mettre en place des formations en partenariat avec l'association des paralysés de France, pour que dans chaque région un intervenant puisse expliquer comment ça marche, quel vocabulaire utiliser, quelle attitude avoir lorsque vous avez un PMR qui rentre dans une agence de voyages... Nous voulons sensibiliser tout le personnel de Thomas Cook, ici, en France.



Il y a sans doute de nombreux obstacles au voyage pour un client en situation de handicap, et notamment des freins psychologiques. Quels sont les mots pour le rassurer ?

Elsa Grard : Effectivement. Ce qui inquiète le plus, c'est l'abord à l'avion. Comment faire pour monter à bord, aller aux toilettes, récupérer son fauteuil, dans quel état... Arrivé sur place, il y a moins d'inquiétudes, une fois qu'il a lu le descriptif de la chambre, le client est généralement rassuré. Le fait qu'il vienne en agence montre déjà qu'il a un espoir. Lorsque je lui dis que je suis moi-même handicapée, et que par conséquent, ses doutes, ses interrogations, je les connais, cela rassure aussi le client. Cela donne la preuve par l'exemple que c'est possible.

Justement, qu'est-ce qui vous a poussée à continuer de voyager ? Face aux difficultés, vous auriez pu jeter l'éponge...

Elsa Grard : Ma famille. Je ne voulais pas les priver de ça. Pour voir les étoiles briller dans les yeux de mes enfants lorsqu'ils passent leurs vacances dans un club et profitent des activités comme tout le monde, je suis prête à dépasser des montagnes. Et puis je suis aussi passionnée de voyages, c'est mon métier.

Quelle est votre destination préférée ?

Elsa Grard : J'adore l'Espagne. Parce que tout est fait, notamment sur Tenerife ou sur Majorque, pour les personnes à mobilité réduite. Dans les magasins, les gens sont accueillants, il y a des rampes partout, c'est plat; les plages sont accessibles avec des caillebotis, parfois

des tire à l'eau; les chambres sont vraiment adaptées... À Tenerife, si vous allez vous promener à Playa de Las Americas, vous pouvez louer des scooters électriques, il y en a plein, et les gens ne vous regardent pas différemment. Ça, c'est génial, parce qu'on se sent vraiment libres d'aller où on veut. Certaines excursions sont même dédiées aux personnes handicapées avec un système de transfert, tout a été étudié pour... Mon objectif dans les années à venir est de nouer des partenariats avec des sociétés qui pourraient proposer cela. Il s'en développe de plus en plus, ainsi que des services qui peuvent être utiles. On voit émerger beaucoup de choses. Des start-up qui proposent de louer des voitures adaptées entre particuliers ou des sociétés qui viennent chercher les bagages à domicile pour les emmener à l'hôtel...

« Tout le monde n'a pas le même regard, la même sensibilité par rapport au handicap. »

Les initiatives dans ce domaine semblent plus nombreuses qu'auparavant...

Elsa Grard : Absolument. Je n'aime pas trop dire cela, mais je pense que ça relève un peu d'un phénomène de mode. Avant, le handicap était très dérangent, tabou. Maintenant, ça devient « friendly ». C'est moins difficile de parler du handicap qu'il y a encore quelques années. Il y a une quinzaine d'années, le regard sur une personne handicapée était tota-



lement différent, on vous regardait avec pitié. Maintenant, quand les gens vous croisent en fauteuil roulant, ils vous sourient. Les médias ont beaucoup contribué à ça, en diffusant les jeux paralympiques par exemple. Il y a une évolution positive, heureusement.

Un rêve ?

Elsa Grard : J'en ai trois ! Je veux absolument aller en Inde, en Jordanie - pour voir Pétra - et à Dubaï. Je ne sais pas pourquoi ça m'attire Dubaï. Peut-être pour le shopping !

Le plus mauvais souvenir de voyage ?

Elsa Grard : Il n'y en a pas vraiment. Je n'aime pas m'étendre là-dessus, mais le handicap, c'est difficile, c'est beaucoup de souffrance. Alors même quand tout n'est pas parfait, je suis heureuse de pouvoir voyager. Il m'est déjà arrivé de devoir dégondrer les portes pour pouvoir entrer dans une salle de bain. Chez certains, ça pourrait susciter la colère. Moi je m'en contente. Lors d'un voyage en Grèce, nous étions en excursion en bateau sur l'île des Lépreux. Il y avait je ne sais combien de marches pour arriver à destination. Eh bien, en demandant un peu d'aide avec le sourire, nous sommes montés ! Ce n'est pas en s'apitoyant sur son sort qu'on va avancer. S'il y a un petit grain de sable, on le met derrière l'épaule et on continue. La vie est belle, il faut vraiment en profiter. J'ai fait les 400 coups avec mon fauteuil. Parce que quand on met un peu de fantaisie, d'humour dans le handicap, ça passe tout de suite mieux. À quoi ça sert de faire la gueule ? Avoir le sourire, ça ouvre bien plus de portes !

Propos recueillis par Émilie Vignon

« Je veux que tout soit parfait ! »

Lancée en mars, la première édition de cette brochure dédiée aux voyageurs à mobilité réduite présente une sélection de dix hôtels, sur quatre destinations phares. Tenerife, Majorque, Crète et Rhodes sont ainsi proposées, au départ des principaux aéroports de France. Dès 2019, trois destinations supplémentaires devraient y être intégrées. L'objectif est également de nouer des partenariats avec des compagnies de croisières, les discussions sont en cours. « Nous pourrions aussi imaginer des circuits, nous avons quelques pistes en Asie », ajoute Elsa Grard. Toutes les adresses ont été testées personnellement par Elsa Grard, depuis l'aéroport jusqu'à l'hôtel, en passant par les transferts. Et rien ne lui échappe ! « J'ai insisté auprès de ma direction pour vérifier chaque destination avec mon fauteuil pour que tout soit parfait. Je veux commencer petit, mais que ce soit impeccable. » (...) « Sur dix hôtels qui m'ont indiqué qu'ils avaient une chambre PMR, je peux être amenée à n'en retenir que trois, parce que les autres ne sont pour moi pas de véritables chambres PMR. Il y a toujours quelque chose qui ne va pas. » Depuis que cette offre a commencé à être déployée en octobre dernier, avant même la parution de la brochure, 680 pax sont déjà partis. « C'est au-delà de nos attentes, se réjouit Elsa Grard. Le bouche-à-oreille marche très fort. »



© Rawpixel

PROS DU TOURISME

Vos rendez-vous incontournables

La rentrée a sonné, il est l'heure de tracer son plan de route pour l'année. L'Écho a listé quelques étapes indispensables pour garder le cap. Emilie Vignon

#HÔTELLERIE

EQUIPHOTEL

1 600 exposants, 5 univers (Restauration, Design, Bien-être, Technologie & Service), un laboratoire d'inspiration pour anticiper les évolutions des cafés hôtels et restaurants.

11-15 novembre 2018

> Paris

HITECH EUROPE

Après Houston et Dubaï, le plus gros événement mondial dédié aux technos de l'hôtellerie met le cap sur l'Espagne.

10-11 avril 2019

> Palma de Majorque (Espagne)

#LUXE & #BIEN-ÊTRE

ILTM

3-6 décembre 2018

> Cannes

THERMALIES

24-27 janvier 2019

> Carrousel du Louvre (Paris)

#AÉRIEN #SALONS BTOB

IFTM TOP RESA

Le rendez-vous des professionnels du tourisme France et international, avec l'Indonésie à l'honneur.

25-28 septembre 2018

> Paris (Porte de Versailles)

WORLD TRAVEL MARKET

5-7 novembre 2018

> Londres (Royaume-Uni)

ITB

6-10 mars 2019

> Berlin (Allemagne)

RENDEZ-VOUS EN FRANCE

19-20 mars 2019

> Marseille

INTERNATIONAL POW WOW

1-5 juin 2019

> Anaheim (Californie - États-Unis)

#ETOURISME

14^e RENCONTRES NATIONALES DU E-TOURISME

Parmi les speakers déjà annoncés : Jean Blaise, Étienne Bressoud (BVA Nudge Unit) ou Joël Gayet.

10-11 octobre 2018

> Palais Beaumont (Pau)

PHOCUSWRIGHT

13-15 novembre 2018

> Los Angeles (États-Unis)

NET MANAGERS'NOW

Un événement Eventiz Media Group.

Janvier 2019

NET MANAGERS

Un événement Eventiz Media Group. Retrouvez le meilleur du Web mondial et de la Technologie appliquée au Tourisme.

Juin 2019

VOYAGE EN MULTIMÉDIA

6-8 février 2019

> Saint-Raphaël



#BUSINESS TRAVEL & #MICE

UNIV'AIRPLUS

13^e édition : la blockchain et ses enjeux.

6 septembre 2018

> Jardins Saint-Dominique (Paris)

SAP CONCUR FUSION EXCHANGE PARIS

4 octobre 2018

> Stade Jean Bouin

ACTE GLOBAL SUMMIT & CORPORATE LODGING FORUM

14-16 octobre 2018

> Paris

IBTM

27-29 novembre 2018

> Barcelone (Espagne)

HEAVENT PARIS

27-29 novembre 2018

> Porte de Versailles (Pavillon 4)

AMEX GBT EVP 2019

Mars 2019 (date non encore confirmée)

IMEX

21-23 mai 2019

> Francfort (Allemagne)

FUTURE OF BUSINESS TRAVEL

Un événement de TOM.travel

Mai 2019 (date à confirmer par

l'organisateur)

#INNOVATION & #TECH

TECHCRUNCH DISRUPT

5-7 septembre 2018

> San Francisco (États-Unis)

Nouveau ! CONSUMER ELECTRONIC SHOW (CES)

Cette année, Eventiz Media Group emmène pour la première fois une délégation constituée de décideurs du Tourisme et du Voyage d'Affaires au CES Las Vegas.

8-11 janvier

> Las Vegas (États-Unis)

Nouveau ! TRAVEL FORWARD

Un événement 100 % dédié aux innovations dans les secteurs du tourisme et de l'hospitalité, qui se déroule pour la première fois cette année, en marge du WTM, à Londres.

5-7 novembre 2018

> Londres (Royaume-Uni)

TOTEC

Un événement Eventiz Media Group

11 décembre 2018

> Pavillon Cambon Capucines (Paris)

FUTURE OF CUSTOMER RELATIONSHIP

Un événement de TOM.travel

Avril 2019 (date à confirmer par l'organisateur)

VIVA TECHNOLOGY

16-18 mai 2019

> Paris

TROPHÉES DE L'INNOVATION DE L'ÉCHO TOURISTIQUE

Un événement Eventiz Media Group

Juillet 2019

> Paris

#CONGRÈS & #CONVENTIONS

CONGRÈS MANOR

19-21 octobre

> Marrakech (Maroc)

CONGRÈS SELECTOUR

5-9 décembre 2018

> Dubaï (Émirats Arabes Unis)

JOURNÉES ENTREPRISES DU VOYAGE

31 janvier-3 février 2019

> Madère (Portugal)

#VIP

DÎNER DES DÉCIDEURS DE L'ÉCHO TOURISTIQUE

Un événement Eventiz Media Group

4 septembre 2018

> Paris (sur invitation exclusivement)

TRAVEL D'OR

Un événement Eventiz Media Group

Mars 2019

#ENTREPRENEURS

BE A BOSS

L'événement référent de l'entrepreneuriat féminin.

20 septembre 2018

> Campus Microsoft (Issy-les-Moulineaux)

BPIFRANCE INNO GÉNÉRATION

Le plus grand rassemblement d'entrepreneurs d'Europe.

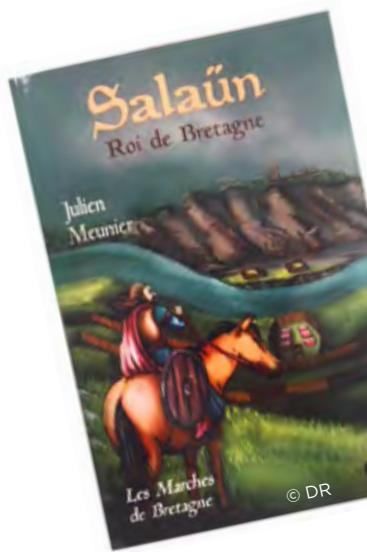
11 octobre 2018

> AccorHotels Arena (Paris)

SALON DES ENTREPRENEURS

6-7 février 2019

> Paris



MICHEL SALAÜN, ROI DE BRETAGNE ?

Pas encore ! Mais le patron du groupe Salaün s'amuse de la parution d'un roman intitulé « Salaün, Roi de Bretagne ». Un roman historique, inspiré du parcours guerrier mais courageux du roi Salomon, qui chassa les Vikings de Bretagne. « Pour ma part, je préfère parcourir pacifiquement le monde, les yeux grands ouverts sur ses beautés », conclut Michel Salaün, reconnaissant tout de même partager « l'esprit de conquête » du roi Salaün. « Salaün, Roi de Bretagne », de Julien Meunier. *Éditions des Montagnes Noires. 14,50 euros.*

LES LOUPS DU CLUB

« Henri, vous avez gagné... » : quand Henri Giscard d'Estaing, le PDG du Club Med, prend l'appel d'Andrea Bonomi, un investisseur italien, il ne se doute pas que la conversation clôt un bras de fer entamé deux ans auparavant. Nous sommes en janvier 2015, et l'Italien jette l'éponge face aux Chinois de Fosun. Cette bataille boursière est racontée et détaillée par le journaliste Jean-Jacques Manceau, qui publie un livre aux allures de thriller politique. Trahisons, rencontres à l'autre bout du monde, coups de théâtre et calculs : le livre, passionnant, plonge le lecteur dans les coulisses du rachat du Club Med, l'une des entreprises les plus emblématiques du tourisme à l'échelle mondiale. Les batailles du Trident, dans les coulisses du Club Med.

Éditions Tallandier. 17,90 euros.



#SOLIDAIRE

DES VACANCES POUR TOUS

200 personnes sont parties en vacances grâce à la mobilisation de l'association « Je pars, tu pars, il part », et de ses partenaires (Pierre & Vacances, Odalys, Airbnb...). L'association fondée par Germain Lelarge, le fondateur de La France du Nord au Sud, offre des vacances à des familles défavorisées qu'elle accompagne tout au long de l'année. Depuis 2014, plus de 600 personnes ont pu en profiter. L'Écho touristique aime !



ÉCŒURANT !

En Floride du Sud, aux États-Unis, des clients d'Uber ont connu un drôle de mésaventure : des frais de nettoyage leur ont été facturés pour avoir vomi dans le véhicule, rapporte le Miami-Herald. En vérité, ni gueule de bois ni nausées ou indigestion à déplorer, mais une arnaque, dite « arnaque au

vomi » pratiquée par des chauffeurs peu scrupuleux... et malins. Difficile en effet, de prouver que quelque chose n'a pas eu lieu. Un conseil donc : toujours vérifier son reçu pour s'assurer qu'il n'y a pas de mauvaise surprise. Uber a en tout cas indiqué prendre le problème au sérieux. Pour éviter que la note de certains clients ne leur reste sur l'estomac.



#COCORICO

LES CHANTIERS DE L'ATLANTIQUE RESSUSCITENT

Les chantiers STX France ont repris leur nom historique de « Chantiers de l'Atlantique » perdu en 2006 lors du rachat de l'entreprise par le groupe norvégien Aker Yards. Promis par Bruno Le Maire, ce changement de nom rappelle le savoir-faire historique des chantiers de Saint-Nazaire, créé en 1955. Sur le point de passer sous le contrôle de l'italien Fincantieri, le site génère pas moins de 8 000 emplois directs ou indirects.

QUAND EASYJET CULTIVE SES PASSAGERS



EasyJet lance en France et en Europe l'opération Flybrary : 17 500 livres seront mis gratuitement à disposition, à bord de ses 300 avions. Les jeunes passagers pourront profiter de leurs vols pour (re)découvrir les classiques de la littérature jeunesse, comme « Le Magicien d'Oz » ou encore « Alice au Pays des Merveilles ».



DISNEYLAND PARIS VANTE SON PATRIMOINE

Montagnes-russes, château de princesse et bateau pirate... À première vue, Disneyland Paris ne constitue pas un site historique. Et pourtant ! Mickey et les autres ont décidé de participer, pour la première fois, aux Journées du patrimoine (15/16 septembre 2018). Un parcours spécifique à la découverte de l'histoire, de l'architecture et de la gastronomie des lieux a été imaginé pour l'occasion. Il sera détaillé dans une application mobile, disponible gratuitement sur iOS et Android, qui invitera également les visiteurs à rencontrer les artisans du parc (chaudronnier, ébéniste, vitrailliste...).

AIR TRANSAT AUTORISE LES (PETITS) ANIMAUX EN CABINE

Air Transat permet désormais aux passagers de voyager avec un animal de compagnie dans la cabine de l'appareil. Ce service, facturé 90\$ par segment de vol entre la France et le Canada, autorise les chats et les chiens de 10 kg max (poids de la cage compris) à monter sur la grande majorité des vols. La cage devra être placée sous le siège du voyageur de devant. Les voisins apprécieront-ils ? En tout cas, il est possible de réserver la place une fois à l'aéroport, mais le nombre d'animaux voyageant en cabine est limité. Tél. : 00 800 87 26 72 83.



© Alan King



Serge Mesguich
Directeur du fonds France Investissement Tourisme à Bpifrance*

Bpifrance : « Nous sommes prêts à réinvestir dans Marietton »

Investissement Tourisme. Certares ne souhaite pas qu'il reste à isopérimètre, c'est certain.

L'Écho touristique : Comment interprétez-vous le LBO (leveraged by-out, nldr), soit le changement d'actionnaires de Marietton Développement ?

Serge Mesguich : Marietton permet à l'Américain Certares de faire son entrée en Europe. Ses dirigeants restent très impliqués et présents au capital, dans des niveaux comparables. Mais Certares devient l'actionnaire de référence. Africinvest et nous, Bpifrance, détenons des participations minoritaires, à quasi égalité. Africinvest est un fonds qui accompagne le groupe lyonnais depuis plusieurs années. Le LBO n'a pas créé un euro d'endettement ; la stratégie est prudente. J'ajoute qu'il ne faut pas faire d'amalgame, comme on a pu le lire : l'opération n'a rien à voir avec Amex, les souscripteurs ne sont pas les mêmes.

Que cela change-t-il pour l'avenir de Marietton ?

S. M. : Le groupe dispose de plus grandes capacités de croissance que précédemment, quand Siparex et Andera Partners étaient à son capital. Marietton a davantage de moyens financiers qu'avant, pour consolider les métiers de la distribution et de la production, avec un fonds expert dans le tourisme, et le soutien de Bpifrance via le fonds France

Pourquoi Bpifrance a-t-il participé à l'opération ?

S. M. : Depuis quelques années, nous observons un mouvement de consolidation dans le secteur des agences de voyages. Marietton, qui a participé à cette concentration, nous semble le mieux armé pour incarner l'agence de voyages de demain, avec une composante digitale. Le groupe a un volet business important avec Havas Voyages et ses clients PME, mais aussi loisirs en tant que producteur et distributeur. Nous, Bpifrance, avons les moyens de réinvestir si Marietton opère de nouvelles acquisitions.

Vous aviez un fonds de 100 M€. Vous avez annoncé des moyens renforcés, à 270 M€ au total. Comment ?

S. M. : Les 100 M€ de notre fonds France Investissement Tourisme, qui a été créé en octobre 2015, ont été consommés. Nous allouons une enveloppe supplémentaire de 170 M€, qui nous emmène jusqu'en 2022. C'est comme un fonds successeur, toujours pour accompagner des PME et autres start-up du tourisme.

Propos recueillis par Linda Lainé

* Filiale de la Caisse des Dépôts et de l'État

CERTARES DÉTIENT 49 % DE MARIETTON

Le fonds américain Certares est devenu l'actionnaire de référence de Marietton, avec 49 % du capital. Pour le Lyonnais Marietton, il s'est associé à Bpifrance et à Africinvest, société d'investissement basée à Tunis et opérant sur le continent africain. Certares, elle, est une société d'investissement créée en 2012 à New York, également au capital d'Amex GBT*, qui avait acquis Havas Voyages (depuis revendu à Marietton). Ses secteurs de prédilection sont les voyages et le tourisme, l'hôtellerie, les services aux entreprises et aux consommateurs. Parmi ses autres investissements figurent la compagnie de croisières flu-

viales de luxe AmaWaterways et surtout Travel Leaders Group, un spécialiste du voyage d'affaires, des loisirs et de la franchise aux marques multiples : Tzell Travel, Protravel International, Travel Leaders Network, Nexion... Autre entreprise dans son giron, autre secteur : Guardian Alarm, spécialiste de la surveillance des alarmes de sécurité.

* En 2014, trois investisseurs, emmenés par Certares et comprenant le fonds souverain du Qatar, le fonds BlackRock, la banque australienne Macquarie Capital, ont injecté 900 M\$ dans Amex GBT.

790 MILLIONS

C'EST LE COÛT, POUR LA SNCF, DE LA GRÈVE des cheminots contre la réforme ferroviaire du gouvernement, soit plus de 21 millions pour chacune des 37 journées de grève. La SNCF a notamment dépassé 160 millions d'euros en mesures commerciales. Le coût du mouvement dépasse le montant du bénéfice net de l'entreprise dégagé en 2017 (679 millions d'euros).

47 000

C'EST LA SOMME DES MINUTES DE RETARD, PAR JOUR, des vols opérés en Europe, selon IATA, lors des six premiers mois de l'année, soit 133 % d'augmentation par rapport à 2017. L'association exhorte les compagnies européennes à prendre des mesures, notamment en répondant aux pénuries de personnels.

MILLIARDS D'EUROS

ONT ÉTÉ APPORTÉS PAR L'INDUSTRIE DE LA CROISIÈRE à l'économie européenne en 2017, d'après les chiffres publiés par l'Association internationale des compagnies de croisières (Cia), soit + 16,9 % versus 2015. La France affiche la plus forte augmentation au niveau mondial à 36 % en dépenses directes, soit une croissance de 920 millions d'euros depuis 2015.

47,86

87

MILLIONS

DE VISITEURS ÉTRANGERS ONT VISITÉ LA FRANCE EN 2017. Un record. Pénalisée l'année dernière suite à la vague d'attentats ayant frappé le pays en 2015, la France a notamment constaté le retour de la clientèle européenne, après quatre années consécutives de repli (+ 5,6 %). Elle représente 79 % des arrivées totales.

40 MILLIONS

DE PERSONNES ONT ÉTÉ TRANSPORTÉES DEPUIS L'OUVERTURE DES LIGNES À GRANDE VITESSE TOURS-BORDEAUX ET LE MANS-RENNES, il y a un an. Le trafic a donc progressé de 20 % (hors effet de la grève des cheminots), selon la SNCF. C'est 8 millions de voyageurs en plus, dont la moitié sont des clients qui ne prenaient pas le train.

19 C'EST LE NOMBRE DE SITES INSCRITS AU PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO

lors de la 42^e réunion du comité du patrimoine mondial. Situés en Allemagne, en Inde, au Kenya et même en France (Haut lieu tectonique Chaîne des Puys, faille de Limagne), ils rejoignent une liste désormais composée de 1 092 sites, dans 167 pays.

800 PERSONNES

AU MOINS SE SONT RETROUVÉES BLOQUÉES À L'AÉROPORT INTERNATIONAL PIERRE-ELIOTT TRUDEAU, À MONTRÉAL, suite à l'annulation de deux vols opérés par la compagnie aérienne low cost Level. Le transporteur espagnol (groupe IAG) avance des « raisons opérationnelles »... et risque de voir sa jeune réputation ternie par cet événement.

430 MILLIONS D'EUROS

ONT ÉTÉ INVESTIS PAR BOOKING HOLDINGS DANS LA PLATE-FORME CHINOISE DE VÉHICULES AVEC CHAUFFEUR DIDI CHUXING. Un investissement qui se ne limite pas à un partenariat financier : les utilisateurs de Didi pourront désormais réserver une chambre d'hôtel sur Booking.com, et ceux de Booking.com un trajet sur Didi.

2018

PALMARÈS AÉRIEN

Dans cette grande enquête exclusive, nous dressons le bilan 2017 du trafic des compagnies aériennes gagnantes et perdantes dans le ciel français.

Retrouvez toutes les performances des transporteurs à travers des tableaux et notre analyse. Nous décryptons aussi comment les voyageurs ont changé leur stratégie d'achat de sièges d'avion, pour mieux maîtriser leurs risques et gagner en réactivité. Dossier réalisé par Fabrice Bugnot

P. 17 *Le pavillon français recule malgré ses bons résultats*

P. 20 *Le palmarès 2018 des compagnies aériennes*

P. 22 *Le bilan des destinations en 2017*

P. 24 *Comment les voyageurs achètent leurs sièges d'avion ?*

P. 28 *Le charter, une histoire européenne*

LE PAVILLON FRANÇAIS RECULE MALGRÉ SES BONS RÉSULTATS

Dans le ciel français, les low cost dominent la tête du classement des compagnies aériennes, avec les nouvelles venues Joon, La Compagnie et French Bee.

En 2017, la forte croissance du trafic aérien français (+ 6,1 %) a été répartie de manière homogène sur tous les faisceaux : Afrique (+ 8,9 %), Asie (+ 6,2 %), Europe (+ 6,6 %), Amérique (+ 5,4 %), France (+ 6,1 %). Et ce grâce au dynamisme des compagnies low cost qui s'accaparent six des dix premières places de notre palmarès, (lire page 20) avec plus de 40 % de croissance.

De nouvelles low cost en tête du classement

Trois d'entre elles intègrent le classement cette année. Small Planet Airlines, compagnie lituanienne qui a initié des vols charters en France en 2013, décolle avec plus de 212 000 passagers en 2017 contre moins de 150 000 les années précédentes. On retrouve également deux nouvelles compagnies françaises. Joon, filiale d'Air France lancée le 1^{er} décembre 2017, devrait dépasser les 2 millions de passagers en 2018. French Bee, elle, a inauguré ses vols en septembre 2016 vers Punta Cana, mais est depuis montée en puissance avec La Réunion et l'île Maurice en 2017, puis Tahiti en 2018. Cela n'a toutefois pas freiné la croissance de sa maison mère (+ 9,5 %), Air Caraïbes, qui dépasse désormais 1,5 million de passagers.

Parmi les low cost en forte croissance, à

plus de 50 %, figurent aussi Volotea, Air Arabia Maroc et Iberia Express. Norwegian (+ 35 %), qui a lancé ses vols entre la France et les États-Unis pendant l'été 2016, a presque doublé ses capacités sur ces destinations, en plus de ses vols depuis Ajaccio, Bastia, Bordeaux, Grenoble, Montpellier ou Nice.

La Compagnie, également dans le top 10, atteint 57 000 passagers (+ 43 %) sur ses vols en classe affaires entre Paris et New York, grâce au doublement de ses capacités au printemps 2017. Mais cela n'a pas suffi à inverser la tendance, dictée principalement par les résultats d'Air France (+ 3,2 %) : la part du pavillon français est passée de 42,9 % en 2016 à 42,1 % en nombre de passagers en 2017 (et 44,4 % en 2015). En termes de passagers/kilomètre, cette part est encore plus faible : 36,7 %. La baisse a été particulièrement forte sur le trafic intérieur en raison des passagers gagnés sur ces lignes par easyJet et Volotea ainsi que du recul d'Europe Airpost et XL Airways.

Air Berlin, Nikki et Alitalia en difficulté

L'analyse, dans le reste du classement, montre des résultats plus contrastés suivant les destinations et la concurrence en place. En Europe, les principales destinations sont en progres-

sion, notamment le Portugal (+ 12,9 % au départ de la France), qui a doublé son trafic depuis 2010 ou la Belgique (+ 13,9 %), essentiellement grâce aux compagnies low cost. EasyJet gagne ainsi plus de 2 millions de passagers, Volotea et Ryanair 700 000 et Transavia 500 000. Mais ce sont les low cost d'Europe de l'Est comme Wow Air et Blue Air (+ 40 %) et Wizz Air (+ 25 %) qui affichent les plus fortes croissances. En face, Air Europa (- 9 %) et Air Nostrom (- 6 %) perdent des parts de marché sur l'Espagne, comme Air Berlin et Nikki (dont la flotte et certaines lignes ont été reprises par Lufthansa et easyJet après leur faillite) ou Alitalia, dont le sort reste incertain. À l'inverse, Lot (+ 32,5 %) sur la Pologne, Brussels Airlines (+ 16,6 %) sur la Belgique, Flybe (+ 11,9 %) sur le marché britannique, ou Tap (+ 10,4 %) au Portugal, tirent leur épingle du jeu. Enfin, l'Islande continue sa progression (+ 15,3 %) avec plus de 550 000 passagers contre 100 000 en 2010.

En Afrique, rebond en Égypte, Tunisie et Maroc

Sur l'Afrique, la Tunisie affiche une forte hausse (+ 15 %) pour la première fois depuis 2012, avec 350 000 passagers de plus captés presque intégralement par Tunisair et Nouvel Air, laquelle dessert désormais sept destinations

françaises. Sur le Maroc (+ 11,2 %), les 600 000 passagers gagnés ont bénéficié à Air Arabia Maroc et aux low cost, mais peu à la compagnie nationale Royal Air Maroc.

La reprise de l'Égypte (+ 26,3 %), qui chute depuis 2010 où elle affichait plus d'un million de passagers, doit peu à EgyptAir. La performance d'Oman (+ 49 %) avec plus de 150 000 passagers est en revanche entièrement due à la compagnie nationale Oman Air, qui a renforcé ses capacités et positionné un 787 Dreamliner sur la route Paris-Mascate. Sur les marchés principaux, seule la Turquie stagne autour de 2,5 millions de passagers, avec une progression pour SunExpress (+ 10 %) et Pegasus Airlines (+ 12,4 %) alors que Turkish Airlines reste stationnaire (+ 0,8 %).

Air France bien positionnée sur l'Asie et les États-Unis

Sur l'Amérique, les 7,6 millions de passagers (+ 7,2 %) vers les États-Unis pèsent lourd et ont dopé les résultats d'Air France-KLM, de Delta (+ 2,9 %) et surtout d'American (+ 8,7 %) alors que United/Continental et OpenSkies stagnent. De même, le trafic avec le Canada (+ 5,2 %) profite principale-

ment au groupe français et à Air Transat (+ 7,3 %).

Sur l'Asie, la Chine reste le premier marché avec 2 millions de passagers (+ 5,7 %), dont la moitié transportés par les compagnies chinoises Air China (+ 7,9 %), China Eastern Airlines (+ 11,8 %) et China Southern (+ 1,9 %). Vient ensuite le Japon avec

un million de passagers (+ 6,2 %) où All Nippon Airways (+ 8,9 %) et Japan Airlines (+ 0,5 %) ne représentent qu'un tiers du trafic. Enfin sur l'Inde (+ 14,8 %), les difficultés d'Air India ont laissé plus de place à Jet Airways (+ 29,5 %), qui a de plus signé un accord de coopération renforcé avec Air France-KLM fin 2017.

MÉTHODOLOGIE

Ce palmarès est construit d'après les données des bulletins statistiques de la Direction générale de l'aviation civile (DGAC) et concerne les passagers transportés au départ ou à l'arrivée d'aéroports français. Le nombre de passagers correspond au trafic du transporteur aérien sous la responsabilité économique duquel s'effectue l'exploitation du vol (l'affrété en cas d'affrètement, le franchisé en cas de franchise). En cas de partage de code, le trafic est affecté au transporteur effectif. Seules les compagnies françaises ayant transporté plus de 50 000 passagers et les compagnies étrangères ayant transporté plus de 150 000 passagers sont citées dans ce palmarès.

Le trafic d'easyJet regroupe celui des deux filiales de la compagnie en Suisse (4 millions de passagers en 2017) et en Grande-Bretagne. Tui Fly compte deux filiales dont Jet Air Fly, devenue Tui Belgium en 2016 (1,35 million de passagers).

Le trafic de Transavia regroupe celui de Transavia France et celui de la filiale néerlandaise (421 000 passagers).

Le trafic de Norwegian prend cette année en compte celui de sa filiale irlandaise, Norwegian Air International (460 000 passagers).

TOP 10
Gain de passagers en 2017

EASYJET	2 135 716
AIR FRANCE	1 455 398
RYANAIR	712 171
VOLOTEA	699 995
TRANSAVIA FRANCE	535 832
VUELING AIRLINES	347 813
EUROWINGS	230 326
WIZZ AIR	208 571
NORWEGIAN	194 386
TUNISAIR	176 872

Flop 10
Perte de passagers en 2017

AIR BERLIN	-161 764
ALITALIA	-141 677
SAS	-127 795
AIR EUROPA	-103 138
BRITISH AIRWAYS	-76 143
XL AIRWAYS FRANCE	-56 256
NIKI	-37 140
AIR NOSTRUM	-36 763
ENTER AIR	-35 940
ASL AIRLINES	-16 000



À l'aise dans nos sièges.

Partez pour les petits prix.
Repartez pour le confort à bord.

80 destinations



à partir de

30€
TTC*



transavia

AIRFRANCE KLM

* Prix TTC, au tarif basic, à partir de, aller simple au départ de Paris-Orly, Nantes et Lyon. Offre valable jusqu'au 30/03/2019. Hors frais de bagages en soute. Retrouvez la liste des destinations et les conditions sur transavia.com

LE PALMARÈS 2018

DES COMPAGNIES AÉRIENNES

Découvrez le classement des 106 transporteurs aériens les plus importants opérant en France en fonction de leur croissance en 2017.

Compagnie	Type*	Trafic passagers en 2017 (en milliers)	Croissance 2016/2017	Croissance 2010/2017	Compagnie	Type*	Trafic passagers en 2017 (en milliers)	Croissance 2016/2017	Croissance 2010/2017
JOON	LC	148	>100%	NC	TUNISAIR	LEG	1 412	14,3%	2,8%
FRENCH BEE	LC	132	>100%	NC	ROSSIYA	LEG	226	14,0%	NC
EVA AIR - TAIWAN	LEG	184	58,6%	NC	PEGASUS AIRLINES	LC	586	12,4%	124,0%
AIR ARABIA MAROC	LC	426	52,0%	113,4%	FLYBE	LEG	1 055	11,9%	73,2%
OMAN AIR	LEG	159	49,8%	NC	CHINA EASTERN AIRLINES	LEG	372	11,8%	96,3%
IBERIA EXPRESS	LC	374	49,3%	NC	THAI AIRWAYS INTL	LEG	316	11,3%	31,8%
VOLOTEA	LC	2 127	49,1%	NC	AEROMEXICO	LEG	173	11,0%	NC
SMALL PLANET AIRLINES	LC	211	45,0%	NC	AIR MALTA	LEG	222	10,8%	39,6%
NOUVELAIR	LEG	542	44,5%	-35,8%	EASYJET	LEG	22 233	10,6%	97,5%
LA COMPAGNIE	LEG	57	43,5%	NC	TRANSAVIA	LC	6 071	10,5%	246,7%
WOW AIR	LC	270	40,4%	NC	TAP AIR PORTUGAL	LEG	1 480	10,4%	48,3%
BLUE AIR	LC	234	38,6%	NC	SUNEXPRESS	LC	167	10,0%	NC
NORWEGIAN	LC	1 525	36,0%	211,0%	ETIHAD AIRWAYS	LEG	430	9,7%	138,8%
AIR BALTIC	LEG	204	34,6%	NC	AIR CARAIBES	LEG	1 561	9,5%	41,5%
LOT POLISH AIRLINES	LEG	234	32,5%	15,6%	UKRAINE INTL AIRLINES	LEG	198	9,0%	NC
JET AIRWAYS INDIA	LEG	203	29,5%	NC	ALL NIPPON AIRWAYS	LEG	131	8,9%	-31,1%
EUROWINGS	LC	1 067	27,5%	522,6%	AMERICAN AIRLINES	LEG	883	8,7%	36,1%
CHALAIR AVIATION	LEG	64	26,5%	NC	AEGEAN AIRLINES	LEG	786	8,5%	118,3%
EWA AIR	LC	67	23,9%	NC	RYANAIR	LC	9 245	8,3%	41,3%
WIZZ AIR	LC	1 089	23,7%	185,3%	EGYPT AIR	LEG	197	8,2%	4,2%
AEROFLOT	LEG	670	19,1%	61,1%	KENYA AIRWAYS	LEG	146	8,1%	NC
AUSTRIAN AIRLINES	LEG	647	19,1%	19,4%	AIR CHINA INTL	LEG	429	7,9%	NC
TWINJET	LEG	64	17,5%	NC	AIR TRANSAT	LEG	683	7,3%	16,2%
BRUSSELS AIRLINES	LEG	1 130	16,6%	91,2%					

LC : low cost - LEG : legacy

PALMARÈS aérien 2018

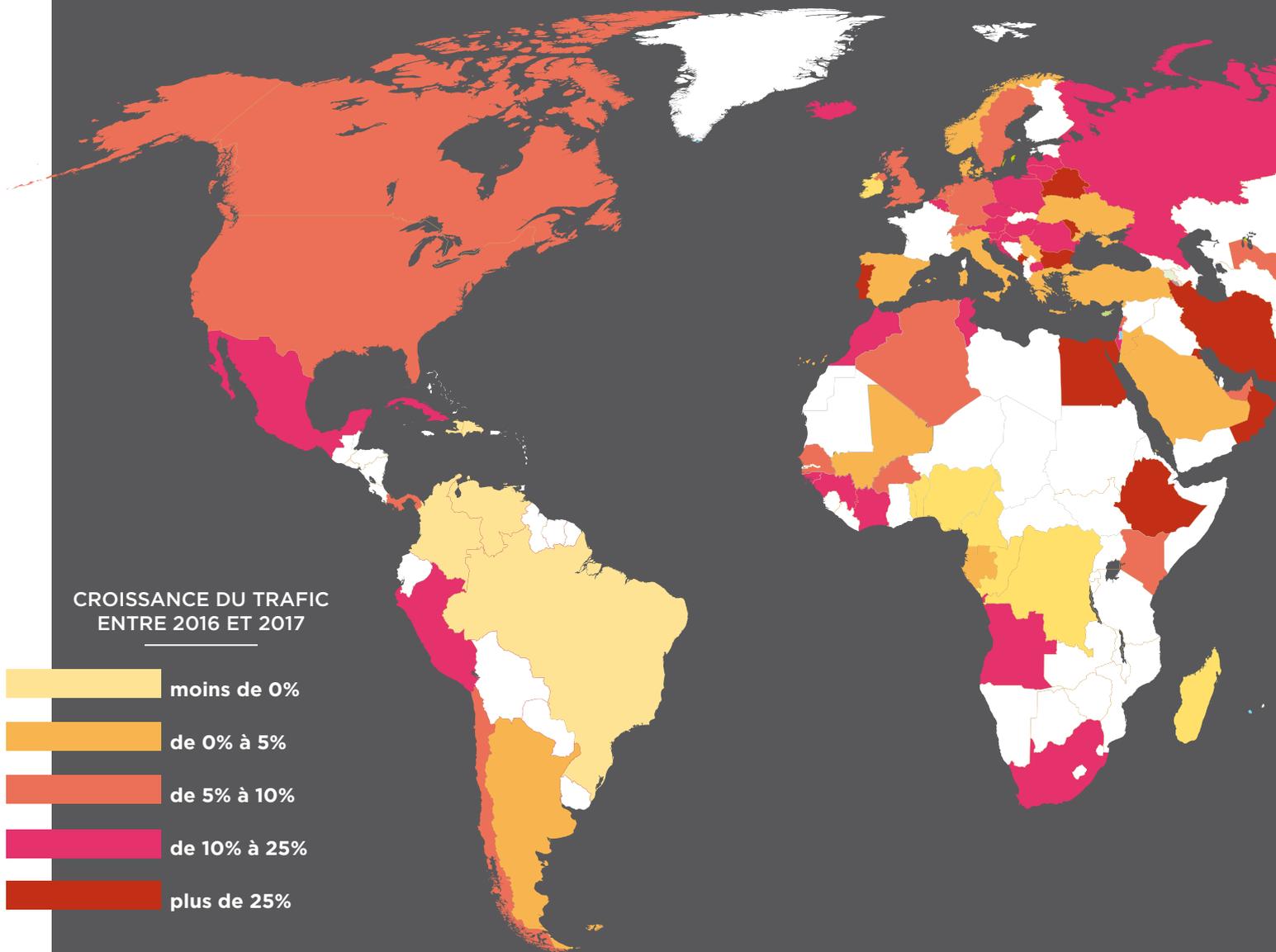
Compagnie	Type*	Trafic passagers en 2017 (en milliers)	Croissance 2016/2017	Croissance 2010/2017
AIR MAURITIUS	LEG	550	7,3%	17,0%
SMARTWINGS / TRAVEL SCE	LC	575	7,3%	120,9%
VUELING AIRLINES	LC	5 192	7,2%	227,1%
KLM	LEG	1 880	7,2%	113,7%
AIR TAHITI	LEG	843	7,0%	15,8%
AIR CORSICA	LEG	1 819	5,6%	7,6%
LUFTHANSA	LEG	3 267	5,5%	-3,5%
ASIANA AIRLINES	LEG	135	5,2%	NC
CSA CZECH AIRLINES	LEG	305	4,8%	-5,1%
EMIRATES	LEG	1 332	4,5%	105,4%
FINNAIR	LEG	477	4,1%	25,5%
ETHIOPIAN AIRLINES	LEG	154	4,0%	NC
JET2.COM	LC	170	4,0%	-30,5%
AIGLE AZUR	LEG	1 973	4,0%	20,9%
AER LINGUS	LEG	885	3,7%	47,3%
AIR AUSTRAL	LEG	1 150	3,7%	4,2%
AIR FRANCE	LEG	46 768	3,2%	13,6%
CAIRE - AIR GUYANE	LEG	377	3,1%	51,3%
TUIFLY	LC	1 723	3,1%	NC
DELTA AIR LINES	LEG	1 750	2,9%	94,9%
LUXAIR	LEG	203	2,7%	NC
KOREAN AIR	LEG	263	2,7%	26,5%
ICELANDAIR	LEG	234	2,0%	NC
CHINA SOUTHERN	LEG	137	1,9%	NC
AIR TAHITI NUI	LEG	447	1,8%	14,1%
AIR ALGERIE	LEG	2 531	1,4%	87,1%
AIRCALIN	LEG	428	1,3%	20,6%
SWISS	LEG	783	1,3%	-35,4%
SAUDI ARABIAN	LC	259	1,2%	NC
SINGAPORE	LEG	238	1,1%	-15,7%

Compagnie	Type*	Trafic passagers en 2017 (en milliers)	Croissance 2016/2017	Croissance 2010/2017
GERMANIA	LEG	220	0,9%	NC
CORSAIR	LEG	1 224	0,9%	-9,4%
TURKISH AIRLINES	LEG	1 390	0,8%	131,6%
ROYAL AIR MAROC	LEG	1 945	0,8%	-20,0%
CATHAY PACIFIC	LEG	261	0,7%	-3,9%
HOP!	LEG	4 425	0,7%	-17,1%
JAPAN AIRLINES	LEG	235	0,5%	13,5%
OPENSKIES	LEG	134	0,3%	47,0%
AIR SERBIA	LEG	159	0,1%	NC
QATAR AIRWAYS	LEG	737	-0,1%	123,6%
MIDDLE EAST AIRLINES	LEG	331	-0,1%	10,5%
AIR CALEDONIE	LEG	431	-0,5%	17,0%
IBERIA	LEG	604	-0,5%	-23,1%
TAM/BRASIL	LEG	243	-0,7%	-36,5%
EL AL	LEG	466	-1,0%	15,6%
AIR CANADA	LEG	634	-1,4%	49,8%
VIETNAM AIRLINES	LEG	266	-1,6%	23,2%
UNITED/ CONTINENTAL	LEG	588	-2,6%	122,6%
BRITISH AIRWAYS	LEG	2 737	-2,7%	42,6%
AIR INDIA	LEG	154	-3,4%	NC
ASL AIRLINES (EUROPE AIRPOST)	LEG	446	-3,5%	-34,3%
AIR NOSTRUM	LEG	574	-6,0%	-7,4%
XL AIRWAYS FRANCE	LC	653	-7,9%	-47,0%
AIR EUROPA	LEG	1 062	-8,9%	8,8%
ALITALIA	LEG	1 104	-11,4%	27,2%
SAS	LEG	779	-14,1%	-1,6%
ENTER AIR	LC	208	-14,7%	NC
NIKI	LC	167	-18,2%	-22,5%
AIR BERLIN	LEG	275	-37,1%	-42,0%

LC : low cost - LEG : legacy

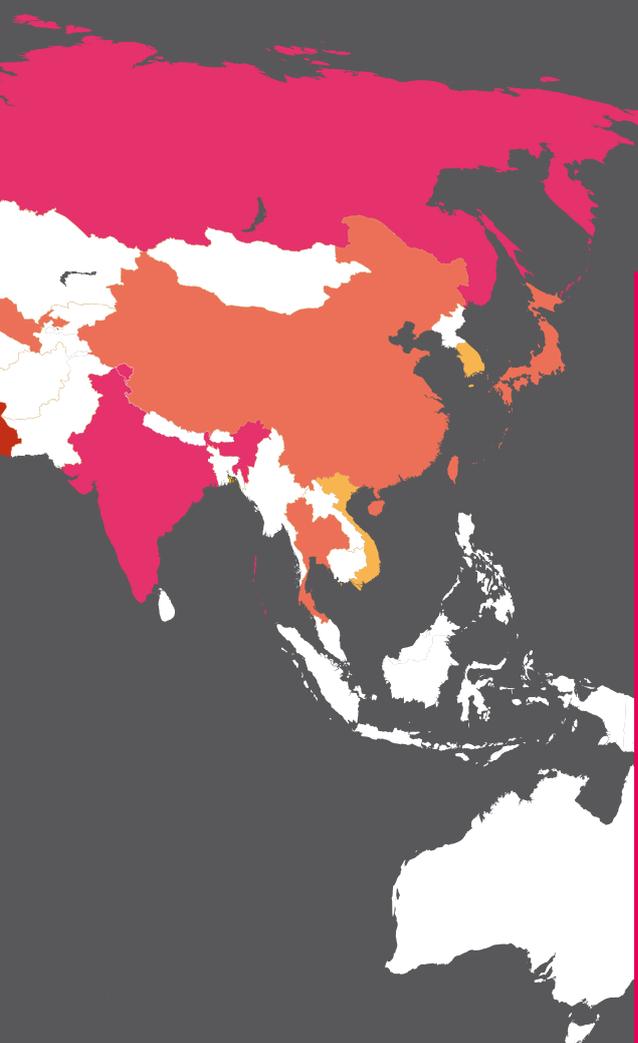
LE BILAN DES DESTINATIONS EN 2017

Si le trafic aérien a progressé de 6,1 % en moyenne l'an dernier, une quarantaine de pays affichent une croissance à deux chiffres. Découvrez les destinations gagnantes et perdantes sur cette infographie.



MÉTHODOLOGIE

Les 94 destinations représentées sur ce planisphère affichent plus de 50 000 passagers et représentent environ 99 % du trafic français vers l'étranger. La couleur des pays dépend de leur croissance entre 2016 et 2017. Ces données ne rendent pas compte des flux origine/destination lorsqu'il y a une correspondance avec changement de numéro de vol au cours du trajet.



Top 10

Flop 10

Nombre de passagers Croissance

Koweït	
59 843	83,6%
Moldavie	
63 936	64,9%
Éthiopie	
153 593	64,1%
Taïwan	
183 824	58,6%
Biélorussie	
61 272	50,4%
Oman	
158 867	49,8%
Monténégro	
73 286	47,3%
Iran	
145 896	35,9%
Égypte	
409 337	26,3%
Cap Vert	
102 798	26,0%

Nombre de passagers Croissance

Cameroun	
220 248	-4,9%
Île Maurice	
504 632	-5,1%
Colombie	
159 767	-6,1%
Nigeria	
214 453	-7,0%
Madagascar	
187 897	-9,0%
Hong Kong	
481 955	-9,4%
Brésil	
854 240	-9,7%
Congo-Brazzaville	
131 180	-18,1%
Antilles néerlandaises	
150 005	-21,3%
Congo-Kinshasa	
53 847	-26,3%



COMMENT LES VOYAGISTES ACHÈTENT LEURS SIÈGES D'AVION ?

Les TO ont pour la plupart réduit leurs achats de vols charters, mais ils continuent à s'engager, notamment auprès des low cost. Ils nous expliquent leurs méthodes de travail et leur façon de réduire les risques.

De moins en moins de vols charters sont affrétés par les voyagistes. Selon la DGAC, en France, on ne comptait plus que 3,9 millions de passagers sur ces vols non réguliers en 2017, soit une baisse de 50 % depuis 2010 ! « Les voyagistes sont de plus en plus frileux. Certains ont leur propre compagnie et proposent des sièges en vente directe. D'autres partagent les risques à plusieurs en s'échangeant des sièges ou font appel à des consolidateurs », explique Hadrien Musitelli, fondateur de Citizen Plane (lire l'encadré page 26).

L'avantage aux low cost et au package dynamique

Leurs engagements restent toutefois importants. Certains se sont reportés sur des allotements, des achats de blocs sièges et le développement du package dynamique. Une évolution, entamée il y a une dizaine d'années, avec le développement des vols low cost et pour réduire les risques financiers, expliquent les courtiers. En moyenne, le taux de remplissage des charters varie entre 85 % et 90 %

mais les vols de début et fin de saison se font parfois à vide et en cas de remplissage trop faible, les annulations coûtent cher.

« Nous avons profité d'un changement informatique interne pour adjoindre du package dynamique via Sabre, explique Marc Desnos, directeur transport et revenue management chez NG Travel. Cela nous permet de proposer sur presque toutes

les destinations des départs réguliers, plusieurs fois par semaine et différentes durées de séjour ; et aussi de limiter les risques. Mais, sur le moyen-courrier,

nous avons des contrats hôteliers avec de forts engagements en Italie, en Grèce, en Espagne... Cela nous oblige à prendre des engagements sur des achats aériens, via des courtiers, avec d'autres TO et des allotements, qui couvrent 80 % de nos besoins contre 100 % il y a trois ans. » « On est passé en trois ans de 100 %

à 80 % de notre production engagée, ajoute Samia Benslimane, directrice des opérations chez Ôvoyages. On va vers un modèle hybride avec un peu de package dynamique. Cela permet de toucher une clientèle qui nous échappe, d'être présent sur davantage d'aéroports. »

La baisse de la demande sur des destinations non couvertes par des accords de ciel ouvert et avec

peu de low cost, comme la Tunisie ou l'Égypte, explique également ce changement chez certains voyagistes. Fram, qui s'engageait sur près de 450 000

Fram, qui s'engageait sur près de 450 000 sièges en 2012, a réduit ses capacités de presque 50 % cette année.

sièges en 2012, a réduit ses capacités de presque 50 % cette année. Sur le long-courrier, enfin, le charter est devenu marginal. « Nous avons des engagements importants sur la Thaïlande, le Mexique ou la République dominicaine, mais les risques financiers étaient importants et l'offre sur les durées de séjour et jours de dé-



Meilleure compagnie aérienne loisirs au monde en 2018



part limitée. Aujourd'hui nous ne prenons plus d'engagements sur les axes long-courriers », précise Marc Desnos.

Du charter pour du volume

Mais impossible de se passer totalement du charter, en particulier en été. « Il y a toujours une demande des voyageurs français ou des consolidateurs pour du charter. Elle s'érode mais reste importante, autour de 15 à 20 avions. Les voyageurs ont besoin de se développer et font de plus en plus de package dynamique. Mais il y a des limites car on peut se retrouver avec des stocks de chambres invendables, quand sur certaines dates les tarifs des vols low cost explosent », rappelle Éric Vincent, directeur commercial d'ASL Airlines France.

Héliades continue de miser sur le modèle charter avec plus 100 000 sièges engagés (+ 5 %) en 2018 sur la Grèce et le forfait dynamique lancé début 2017 reste marginal. De même, Ôvoyages augmente régulièrement ses engagements, 350 000 sièges pour l'été 2018, au départ de 14 villes, notamment vers les Canaries. Il affrète quatre appareils de 189 places auprès d'Enter Air et complète l'offre avec des compagnies comme Aegean, Volotea, Vueling ou Transavia. « On est sur un marché de l'offre. On ne peut pas faire la différence, créer le marché si on reste sur du package dynamique », estime Samia Benslimane.

La compagnie maison « low cost et charter »

FTI Voyages, positionné sur le package dynamique et qui affiche une forte croissance depuis plusieurs années (+ 30 % sur 2018), voit également un intérêt au charter. « On s'engage de plus en plus avec des vols charters là où il n'y a pas d'offres, détaille son directeur général Axel Mazerolles. On a identifié une opportunité en Égypte par exemple et on

CITIZEN PLANE AMÉLIORE LE REMPLISSAGE DES CHARTERS

Citizen Plane a débuté ses opérations il y a peu, mais a déjà séduit presque tous les grands voyageurs français. Cet outil leur permet de commercialiser les sièges non vendus sur leurs engagements et vols charters, notamment en période creuse ou au début et fin de chaîne, lorsque les avions sont vides. Grâce à la norme NDC, le logiciel diffuse les places sur la plupart des OTAs. Sur une interface simple et en quelques secondes, les voyageurs renseignent les segments proposés, le nombre de passagers et les prix, conseillés par un assistant pricing ; et la facturation est automatique avec une commission. Un atout par rapport aux précédentes solutions, comme celle de Go Voyages. 100 000 sièges ont déjà été saisis par les TO, quelques agences et de petites compagnies aériennes. Et Citizen Plane séduit de plus en plus des opérateurs européens. Les quatre fondateurs finalisent une levée de fonds pour engager des développeurs et commerciaux afin de faire face à cette demande.

« Les voyageurs ont besoin de se développer et font de plus en plus de package dynamique. »

Éric Vincent,
directeur commercial d'ASL Airlines France.

travaille avec la compagnie Fly Egypt avec des vols hebdomadaires vers Hurghada, sur 15 000 sièges. Pour limiter les risques, on échange nos sièges avec quelques autres TO. Les vols peuvent être compliqués à remplir sur certaines périodes comme au mois de juin. Sur Bodrum pour cet été, on s'est engagé avec Tailwind airline depuis Paris-CDG avec 10 000 sièges ».

Pour les plus grands groupes, comme TUI, la donne est différente. Le voyageur a augmenté ses capacités cette année, avec près de 850 000 sièges, afin de remplir plus d'une centaine d'hôtels. Mais elle peut compter sur sa compagnie maison, TUI Fly, qui assure près de la moitié des vols moyen-courriers, avec désormais un sixième appareil basé en France. Un avantage certain face à ses concurrents.

Évolution du trafic charter (nombre de passagers)

2010	2017
Espagne	
453 256	639 457
Grèce	
693 289	593 217
Royaume-Uni	
49 205	492 487
Tunisie	
1 779 766	144 896
Kosovo	
-	130 907
Portugal	
437 087	111 871
Croatie	
186 315	86 717
Turquie	
837 673	71 726
Cap Vert	
20 241	65 237
Égypte	
567 679	53 067



PARTICIPEZ À NOS FORMATIONS

GRATUIT



Les mardis de septembre
et à l'occasion de
l'IFTM - Stand S090

➔ Inscription : myturquoise.pro



Billets offerts par



ACCÉDEZ À NOTRE PLATEFORME

GRATUIT

ESPACE PRO

- Personnalisez les couleurs/logos de votre programme
- Ajoutez vos agents de vente
- Retrouvez tous vos dossiers, devis, proforma, factures et carnets de voyage
- Téléchargez nos flyers et commandez nos brochures

DOCUMENTATION

- Informations sur les destinations, hôtels, circuit, croisières et excursions
- Fiches techniques des hôtels (tarifs Mariage, Spa...) et liste des excursions

PROGRAMME WEB

- Vidéos / photos / informations sur les destinations, hôtels, circuit et croisières
- Plan de vol et programme jour par jour pour chaque cotation
- Outil marque blanche 100 % personnalisable (couleurs, logo, identité agent de voyages) accessible par un lien unique et sécurisé (version avec et sans prix)



DEVISEUR

- Moteur de devis en ligne connecté à notre GDS Amadeus
- Documentation (infos, photos, vidéos..) intégrée aux étapes du deviseur
- Cotation / réservation en ligne
- Affichage de la meilleure proposition de vol
- Proposition des meilleurs prix 3 jours avant et 3 jours après
- Transformation de votre devis en dossier puis programme web en marque blanche

* Règlement sur demande. Offre valable du 01/09/18 au 28/09/18 pour deux billets Emirates, valables jusqu'au 30 juin 2019 et à émettre avant le 31/03/2019, sous réserve de disponibilité en classe s vers une destination de l'Océan Indien proposée sur notre site. Taxes aéroport à la charge du gagnant. Tirage au sort à l'issue des formations, le 28/09/18 à l'IFTM sur notre stand S090.

LE CHARTER, UNE HISTOIRE EUROPÉENNE

© Hipproductions

Après la période d'or des vols vacances, le développement du low cost a bouleversé le marché, entraînant la disparition de nombre de compagnies, notamment en France.

Le modèle des compagnies « charter » est-il dépassé ? En France, le trafic des vols non réguliers a reculé de 50 % entre 2010 et 2017. Les compagnies nationales, de plus en plus tournées vers les vols commerciaux, n'ont transporté qu'un million de passagers en vols non réguliers. Mais ce n'est pas le cas dans le reste de l'Europe.

L'essor du tourisme de masse repose sur le développement des vols affrétés par les voyageurs. En juin 1958, le premier charter de Fram décolle de Toulouse à destination des Baléares avec 14 passagers. Les vols se multiplient avec des avions plus grands en particulier au départ du Royaume-Uni vers le sud de l'Europe. En 1967, Jacques Maillot crée Nouvelles Frontières et fait décoller des avions remplis d'étudiants depuis Bruxelles pour contourner les tarifs prohibitifs d'Air France. L'affrètement permet alors de répondre aux besoins non satisfaits par les compagnies régulières, au départ de villes de province, vers des destinations nouvelles, avec plus de volume ou de saisonnalité, et de lancer les premières formules tout compris.

50 % du trafic assuré en charter

Au début des années 70, le charter assure ainsi près de la moitié du trafic aérien dans la zone Europe-Méditerranée et jusqu'à 75 % en Tunisie. En France, le Point Mulhouse, face au monopole d'Air France et UTA, crée en 1978 Point Air, une compagnie charter

long-courrier. Au milieu des années 80, les trois quarts des Britanniques se rendant en Espagne, en Italie, au Portugal et en Grèce volent en charter et des compagnies comme Monarch Airlines dépassent le million de passager. « Les charters connurent un second âge d'or avec la mise en place, par de grandes compagnies d'affrètement au service de puissants voyageurs, de chaînes charters », explique Jean-Christophe Gay, géographe français.

Dans les années 2000, en Allemagne ou au Royaume-Uni, la part des vols charters reste élevée, à 30 %, avec des compagnies comme Britannia, Corsair, Hapag-Lloyd, Neos, Thomas Cook Airlines, Sun Express, Air Berlin...

Les charters deviennent low cost

Parallèlement, depuis 1997 et la fin du monopole des compagnies nationales sur les liaisons intérieures, le phénomène low cost explose avec easyJet, Virgin Express, Air One, Go... Les compagnies traditionnelles lancent aussi leurs filiales à bas coûts : Transavia, Germanwings, Vueling... Les voyageurs commencent à modifier leurs politiques transports, misent sur l'achat de blocs-sièges pour plus de souplesse et réduire les risques. En France, c'est la fin d'Air Charter en 1998, d'Aeris en 2005 ou d'Air Horizons en 2005. Ailleurs, les majors abandonnent leurs filiales, Caledonian Airways (British Airways), Viva Airways (Iberia) ou Air Atlantis (TAP).

Au fur et à mesure du développement des low cost sur des destinations loi-

sirs, les vols charters perdent leurs avantages compétitifs et nombre d'entre-elles, comme Air Berlin, Transavia ou TUI Fly, développent des vols réguliers. Cette tendance et la chute des flux vers l'Afrique du Nord suite au Printemps arabe, en 2010, entraîne de nouvelles difficultés pour les compagnies positionnées sur ces destinations. La France est particulièrement touchée et si XL Airways réussit sa transformation en attirant dès 2013 près d'un tiers de passagers réguliers, Air Méditerranée, plus exposée, est liquidée début 2016.

S'y ajoute le développement de compagnies charters originaires d'Europe de l'Est ou du Nord, près de 30 % moins chères. Travel Service (Smartwings) a par exemple racheté la compagnie nationale tchèque en 2017 et compte passer de 35 appareils à 80 d'ici quelques années. En France, elle transporte déjà plus 483 000 passagers contre 385 000 pour ASL Airlines France, 260 000 pour Transavia ou 210 000 pour Small Planet Airlines et Enter Air. Selon Eurocontrol, 3 % des vols programmés en Europe sont des vols full charter (6 % en 2007) pour environ 50 millions de passagers : 12 % en Ukraine, 7 % en Grèce et moins de 2,5 % en France. La France reste un petit marché en face de l'Allemagne, qui compte une centaine de départs de charters par jour, avec comme principales destinations desservies (66 vols par jour), Palma (34 vols) et Las Palmas ou Hérahkion (27 vols).



دبي



Atlantis The Palm **** à Dubaï

dès **1800€** TTC/pers.*

6 nuits, chambre ocean deluxe,
en demi-pension,
le 06/10/18 de Paris (DXB2FL).



LE RENDEZ-VOUS DES PROFESSIONNELS DU TOURISME
25-28 SEPT. 2018
PARIS - PORTE DE VERSAILLES - PAVILLON 7

RETROUVEZ LE STAND FTI VOYAGES VILLAGE DES TO - STAND K055

*Voir conditions en agence. Exemple de prix TTC à partir de, par adulte, constaté au 21/08/18, valable à la date indiquée. Tarifs définitifs confirmés lors de la réservation (en fonction des disponibilités, des tarifs aériens, de la date et de la ville de départ choisies). Toutes taxes et frais, redevances passagers, surcharges de sécurité obligatoires et hausse carburant inclus. Description, conditions générales de vente et assurances: dans votre agence de voyages habituelle et selon brochures FTI Voyages. FTI Voyages SAS, capital 1.800.000 € - R.C. Mulhouse 58 B 199 - Siret 945 851996 00013 - IM 068 11 0003 - Garantie Financière: APST. Sous réserve de fautes d'impressions.

DESTINATION

DESTINATION
Thaïlande



**Paris/
Phuket**

Pas de vol direct
12h avec escale



**Décalage
horaire**

+ 5h (été)
+ 6h (hiver)



Baht

1 EUR = 38 THB



220 volts

Adaptateur



Repas

300 bahts



THAÏLANDE

PHUKET : SÛRE, ACCUEILLANTE ET ATTRACTIVE

La Thaïlande et la presqu'île de Phuket en particulier sont des destinations stables qui attirent toujours autant les touristes français. En 2017, ils étaient 740 000 (+ 0,13%) à venir dans le pays, sur un total de 35,4 millions de visiteurs internationaux (+ 8,7 %). Ils se situent à la quatrième place du classement des pays européens et au treizième rang de la fréquentation internationale. Selon le Tourism Authority of Thailand, les Français séjournent en moyenne 17,5 jours dans le pays, et Phuket représente 31 % des nuitées, juste derrière Bangkok (46,8 %), devant l'île de Koh Samui (25 %) et Chiang Mai dans le nord (20 %). Plusieurs facteurs expliquent ce succès : la desserte aérienne facile depuis la France, avec une escale, via notamment les compagnies aériennes du Golfe persique ; l'offre hôtelière pléthorique et qualitative (près de 2 000 établissements à Phuket, sur un total de 18 500 dans le pays). Sur place, une organisation rodée, doublée d'un très bon accueil et d'un sentiment de sécurité achèvent de séduire des voyageurs déjà amadoués par les prix, très attractifs. Phuket se décline généralement à la suite d'un circuit culturel, mais peut se vendre seule en séjour balnéaire agrémenté d'activités à la carte ou en combiné avec des îles proches, dans la mer d'Andaman. Malgré quelques dérives dues à une grosse fréquentation touristique, Phuket, à 70 % recouverte de forêts, sait montrer un visage tranquille et authentique.

Dossier réalisé par Catalina Cueto

SIX *EXPÉRIENCES*

① *MARCHER AVEC LES ÉLÉPHANTS*

[The Phuket Elephant Sanctuary]

Ouvert fin 2016, ce centre rachète des éléphants maltraités et blessés, et les laisse en semi-liberté dans une forêt de quinze hectares. Cette « maison de retraite » accueille aujourd'hui huit éléphantesses, âgées de 35 à 70 ans, qui passent leur journée à se baigner en rivière ou dans une piscine, à se balader et à manger. Une belle occasion de les découvrir dans leur habitat naturel. Ici, pas de surexploitation touristique, mais de la pédagogie. Loin de leurs congénères entravés et domestiqués à marche forcée, elles se laissent volontiers approcher de très près, accompagnées de leur soigneur.

© pawel dot io

② *SE PRENDRE POUR JAMES BOND*

[Baie de Phang Nga]

La navigation en pirogue à moteur permet de découvrir à son rythme cette baie incroyablement photogénique. Le paysage unique au monde est formé de 120 îlots en forme de pitons rocheux recouverts de végétation qui se dressent au-dessus de la mer. Certains culminent à 300 mètres à pic. L'un d'entre eux, le rocher Ko Tapoo, surnommé « James Bond Island » a servi de décor au film « L'homme au pistolet d'or ». La mer est chaude, verte et peu profonde, mais attention aux courants après les grosses pluies. En canoë, on peut pousser jusqu'à des grottes marines ou des plages de poche, immaculées.

© Aleksandar Todorovic



© Wade Austin Ellis



© Catalina Cueto

DESTINATION

Thaïlande

③ S'INITIER À LA BOXE THAÏE [Au Tiger Muay Thai]

La boxe thaïe (muay-thai) est un art martial ancestral, très populaire dans le pays, où de nombreux combats sont organisés. En plus des professionnels, les centres d'entraînement, comme le Tiger Muay Thai à Ao Chalong, accueillent des passionnés du monde entier (dont 30 % de femmes), pour des cours ou des stages. Des séances d'initiation sont organisées, dans une ambiance conviviale mais concentrée. Gants de boxe en main, on se sert des coudes, genoux, pieds pour atteindre l'adversaire, à un rythme soutenu. À conseiller à des clients sportifs pour vivre ce sport de l'intérieur... et se défouler !

④ PRENDRE UN COURS DE CUISINE THAÏE [Au Blue Elephant]

Et si vos clients apprenaient des recettes avec un chef ? C'est ce que propose l'école de cuisine Blue Elephant, qui organise des cours dans une magnifique demeure coloniale, à Phuket Town. La séance du matin commence par une balade gourmande au marché pour découvrir l'infinie variété des légumes et des fruits, les différentes pâtes de curry, la poudre de coco... Ensuite, les apprentis cuisiniers se lancent dans la confection de cinq recettes délicieuses, et apprennent l'art délicat de mixer les ingrédients. Cerise sur le gâteau : les élèves dégustent leurs créations à la table du restaurant, fiers de se dire « C'est moi qui l'ai fait ! ».



© Powerbeephoto



© Outrigger laguna phuket beach resort



⑤ DÉCOUVRIR LES MAISONS SINO-PORTUGAISES [À Phuket Town]

Au sud-est de la presqu'île, la capitale est prétexte à se balader dans le centre historique, autour de Thalang Road, pour découvrir les maisons typiques de style colonial, aux façades de couleurs acidulées. Elles datent du XIX^e siècle et marquent la période prospère de l'exploitation de l'étain, sur la route de l'Inde et de la Chine. Aujourd'hui, elles sont transformées en boutiques ou en restaurants. À combiner avec une visite au marché central, ou au marché de nuit, à pied ou en vélo.

⑥ OUTRIGGER LAGUNA PHUKET BEACH RESORT



La chaîne hawaïenne Outrigger a ouvert cet hôtel 5* en 2013, au nord-ouest de la presqu'île, entre une lagune et la plage de Bangtao, longue de 3 km. Les 255 chambres sont desservies par de très longues coursives aérées, bordées de végétation tropicale. Un quart d'entre elles a vue mer. Leur point fort : 43 m² minimum, joliment décorées (bois brun, tommettes vernies), confortables (lit king size et « day bed » dans une alcôve, grande salle de bains avec douche-baignoire). La chaîne est sensible à la préservation de l'environnement : l'un des trois restaurants est locavore, le bar n'utilise pas de pailles en plastique, l'eau est recyclée sur place. Outre la piscine et son toboggan de 55 m de long, les clients peuvent profiter de la plage aménagée (attention aux courants, indiqués par un drapeau rouge). Autres services : club enfants 4-12 ans, petit spa et navette vers le Canal Village Laguna Shopping, à 15 minutes à pied. Golf à proximité. Compter 45 minutes de route pour aller à Phuket Town.

Nous
avons notamment
consulté la plate-forme
multi-fournisseurs
ORCHESTRA
pour réaliser
cette page

LA PRODUCTION

L'Écho a repéré pour vous



© William Rouse

UN FESTIVAL D'HÔTELS

Climats du Monde gère un stock de 300 sièges par semaine au départ de Paris et de la province sur la Thaïlande. Le TO spécialiste de la destination (60 % à la carte), programme une large offre de circuits, dont « Trésors de Thaïlande » (15j/12n), qui se termine par cinq nuits en hôtel 4* à Phuket (en petit déjeuner), avec un prix d'appel de 1 099 euros en basse saison (mai et juin). À Phuket, il affiche une cinquantaine d'hôtels, du 3 au 5 étoiles, avec des excursions possibles à la journée vers les îles, et une belle croisière en catamaran en mer d'Andaman de 3 à 7 nuits. climatsdumonde.fr

LE TOUT COMPRIS

Pour les aficionados du Club Med, le village de Phuket (4 Tridents) est situé tout au sud de la presqu'île, sur Kata Beach, avec une route à traverser pour aller sur la plage. Dans une palmeraie, 340 chambres en bungalows de trois catégories, club enfants de 4 mois à 17 ans. Inclus : cours de boxe thaïe, tennis, tir à l'arc, trapèze volant, spa Payot. Avec supplément : école de golf, plongée en bouteille, cours de cuisine thaïe, excursions. Une majorité de la clientèle est asiatique. À partir de 900 euros (7 nuits), sans transport ni transfert.

pro.clubmed.com

EN MINI VAN POUR HUIT

Visiteurs propose un circuit « Merveilles de Thaïlande » (15j/12n), pour une famille ou une tribu de huit personnes en mini van, avec guide francophone : Bangkok et ses environs, la rivière Kwai, puis Krabi et trois nuits à Phuket, en hôtel 3 ou 4 étoiles. Un pack de trois excursions (non privatives) à 195 euros comprend la navigation dans la baie de Phang Nga au départ du parc national de Khao Sok. À partir de 2 050 euros.

visiteurs.com

AMBIANCE CLUB

Le club Lookea Kothalang Beach est installé au bord de la plage de Bangtao, en accès direct. 60 chambres sur 283 sont dédiées à la clientèle française Lookea. Les chambres sont très spacieuses (pour 2 adultes et 2 enfants) et ont été rénovées récemment, réparties dans des bâtiments de quatre étages. Une petite équipe francophone se charge des animations. Le club enfant accueille des petits à partir de 4 ans. À partir de 1 100 euros (7 nuits), réduction pour les tribus de huit personnes et offre monoparentale. lookpro.fr

CIRCUIT ÉQUILIBRÉ

En circuit privatif avec chauffeur et guide francophone, Asia a concocté un programme équilibré, pas trop chargé, « Thaïlande en liberté » (14j/11n) qui comprend les étapes incontournables : Bangkok, Chang Mai, la rivière Kwai et quatre nuits à Phuket en hôtel 5*. À partir de 2 700 euros. En séjour pur, une dizaine d'hôtels sont proposés.

pro.asia.fr

ET AUSSI...

DES CIRCUITS EN GROUPES OU PRIVATIFS, AVEC EXTENSION SÉJOURS : Asie Infinity, AsieTours, Fram, La Française des Circuits, Kuoni, Salaün Holidays, TUI, Tangka Voyages...

DES CLUBS : Jet tours, Kappa Club, Fram (nouveau Framissima)...

DES CROISIÈRES EN PAQUEBOT AVEC ESCALE À PHUKET : Costa Croisières, MSC Croisières...

LIVE IN THE



nowTM
resorts & spas

*La formule
Unlimited-Luxury®
où tout est inclus :*

SUITES LUXUEUSES
SOIGNEUSEMENT AMÉNAGÉES

RESTAURANTS GASTRONOMIQUES
SANS RÉSERVATIONS

BOISSONS PREMIUM LOCALES &
INTERNATIONALES

PAS DE BRACELET À PORTER

ROOM SERVICE 24H/24

CLUB ENFANTS 3-12 ANS

CLUB ADOS 13-17 ANS

ACTIVITÉS EN JOURNÉE
ET EN SOIRÉE

SPORTS NAUTIQUES
NON-MOTORISÉS

SOIRÉES À THÈME & SPECTACLES



Now Jade Riviera Cancun 5*



Now Sapphire Riviera Cancun 5*



Now Larimar Punta Cana 5*

Les hôtels **Now Resorts & Spas** proposent de sublimes paradis tropicaux où animations & détente sont aux rendez-vous. Idéal en famille avec enfants et adolescents, en couple ou entre amis... nos hôtels allient avec succès, luxe et paysages époustouflants pour les voyageurs en quête de vacances conviviales comblant toutes les générations.

CONTACTEZ VOTRE TOUR OPÉRATEUR POUR PLUS D'INFORMATIONS ET POUR RÉSERVER.
REJOIGNEZ NOTRE PROGRAMME DE FORMATION MASTER AGENT POUR BÉNÉFICIER DE NOS
MEILLEURS TARIFS AGV, PASS JOURNÉE... SUR WWW.AMRAGENTS.CO.UK

L'EXPÉRIENCE *UNLIMITED-LUXURY*® POUR RÉUNIR TOUTES LES GÉNÉRATIONS AU
MEXIQUE : PUERTO VALLARTA • RIVIERA CANUN | **RÉPUBLIQUE DOMINICAINE** : PUNTA CANA

THE **amRESORTS**[®] COLLECTION



7 ARGUMENTS POUR BIEN VENDRE

— 1 —

À Phuket, diverses activités sont facilement réalisables, en anglais, en complément du séjour balnéaire : cours de cuisine, initiation à la boxe thaïe, approche pédagogique d'éléphants, tours en VTT, navigation.

— 2 —

Les déplacements sont relativement longs sur la presqu'île (50 km sur 22) du fait de la limite de vitesse à 50 km/h et du peu de routes principales.

— 3 —

À vérifier : certains hôtels ne sont pas directement sur la plage, mais sur une colline ou avec une route à traverser.

— 4 —

À savoir : Patong, sur la côte ouest, revendique son animation 24h/24. Le soir, une foule internationale se presse dans les gogo bars, cabarets de travestis et autres discothèques gigantesques, où l'ambiance peut tourner à la bagarre, l'alcool aidant, en dépit de la surveillance de la police touristique.

— 6 —

Sur les marchés, le fruit durian est à éviter. Son goût est très fort et son odeur gênante, à tel point qu'il est interdit dans les chambres d'hôtels.



— 5 —

La presqu'île de Phuket se vend toute l'année. Mais de mai à octobre, saison des pluies, les courants peuvent être dangereux dans la mer.

— 7 —

Du 1^{er} juin au 30 septembre, Maya Bay (rendue célèbre par le film « La Plage » avec Leonardo DiCaprio) n'est désormais plus accessible. À une heure en bateau de Phuket, cette île-plage de 300 m de long, lovée au pied de collines, doit retrouver sa végétation et ses coraux d'origine, mis à mal par une sur-fréquentation de touristes.

PRATIQUE

► Y ALLER

Pas de vol direct entre la France et Phuket, mais de nombreux vols avec une escale : Thai Airways, Air France, Emirates (au départ de Paris, Nice et Lyon), Qatar Airways, Etihad Airways, Turkish Airlines, ...

► QUOI DE NEUF ?

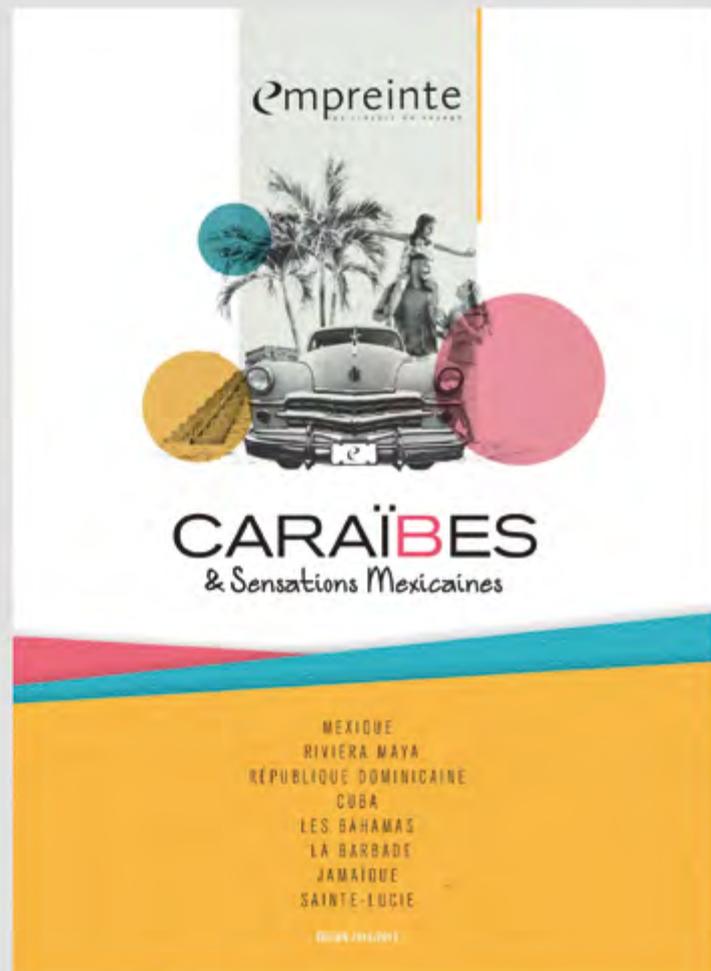
L'hôtel de luxe Rosewood, à Emerald Bay, à côté de Patong : 71 chambres et suites avec piscine privée, dans un jardin. L'hôtel Nai Harn, à l'extrême sud, bâti sur la colline au-dessus de la plage : 16 nouvelles suites vue mer. Un deuxième aéroport devrait voir le jour à Phuket d'ici 2025, pour 10 millions de pax supplémentaires.

► EN QUELQUES CLICS

Les sites thephuketnews.com, en anglais, pour l'actualité à Phuket, et magazinelatitudes.com, en français, pour les bonnes adresses.

Ce dossier a été réalisé avec le concours de Climats du Monde, les compagnies Emirates et Bangkok Airways, et l'Office de tourisme thaïlandais, en juin 2018.





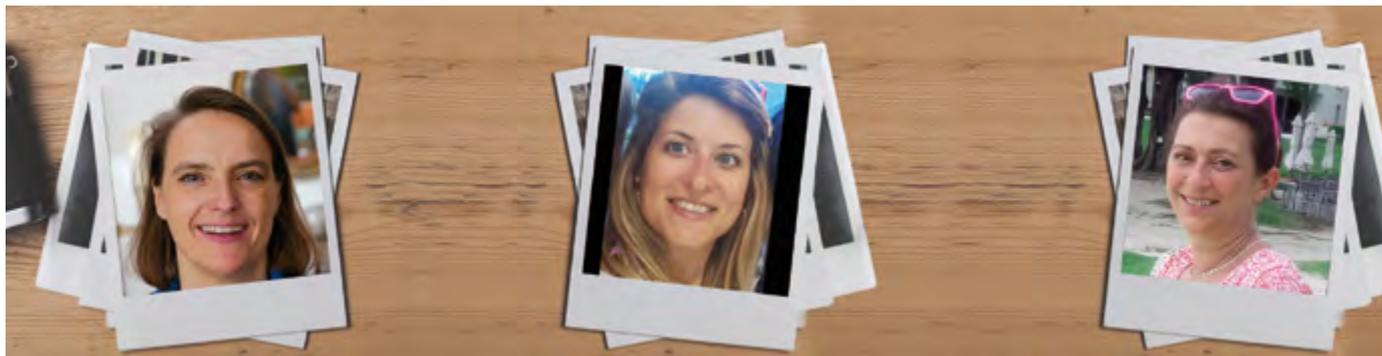
Retrouvez prochainement dans vos agences nos brochures 2018 - 2019

Spécialiste de l'Amérique Latine, Mexique et Caraïbes

Retrouvez-nous à IFTM Top Résa

Stand L049

 **empreinte**

L'AVIS *DES PROS***Marie-Laure Gilch**

Manager du pôle long-courrier
chez Vente-privee.com

« La Thaïlande est notre première destination en volume sur l'Asie. Nous la vendons sous forme de ventes flash, avec des produits de tour-opérateurs comme des GIR combinés avec des séjours balnéaires, mais peu de circuits privatifs. Nous vendons également des séjours à Phuket, en clubs ou en hôtels, toute l'année. Les points forts sont les prix très compétitifs avec la qualité au rendez-vous. Il n'y a pas de mauvais retour de la part des clients, en raison du service exceptionnel.

« *Les points forts sont les prix très compétitifs avec la qualité au rendez-vous.* »

La desserte aérienne, au départ de province et via le Golfe persique, est très étendue. L'inconvénient : l'offre est pléthorique en termes d'hôtels et de circuits, les repères prix sont difficiles à définir, les prestataires vont au plus offrant, notamment vers le marché régional et chinois. En outre, comme c'est une destination de masse, il est difficile d'innover en prix et en produits. »

Charlotte Leclerc

Agent de voyages chez
Carrefour Voyages à Toulon

« Je vends la destination à la carte à une clientèle de jeunes et à des familles, ou bien en circuits à des couples plus âgés. Les produits de prédilection sont des circuits assez courts dans le nord du pays avec une extension balnéaire sur Phuket ou une île, ou bien des voyages privatifs sur douze nuits minimum. Pour tout ce qui est à la carte, je vends beaucoup Climats du Monde.

« *Les avantages sont l'accueil souriant sur place et la facilité de déplacement.* »

Je pense que le pays répond à la fois aux besoins des clients qui veulent être totalement pris en charge et à ceux qui aiment l'aventure. Les avantages sont l'accueil souriant sur place et la facilité de déplacement d'un point à un autre. Tout est fait pour les touristes. Cela dit, j'estime que le service hôtelier en 5 étoiles mériterait d'être amélioré par rapport à des destinations de l'océan Indien. »

Gin Boulmé

Directrice des opérations chez
Climats du Monde

« Classiquement, la demande des clients français s'oriente vers des visites culturelles à Bangkok et dans le nord du pays, plus des séjours balnéaires dans le sud. Cette demande évolue vers des formules de clubs tout inclus en famille mais l'offre est encore minime, hormis le Club Med ou le Kappa Club à Phuket.

« *Une demande entre culture à Bangkok et dans le nord, et séjours balnéaires dans le sud.* »

Le prix d'appel en basse saison est d'environ 1 000 euros pour 17 jours. Les prix sont stables, car il y a pléthore d'offres sur l'hôtellerie, et les nouveaux établissements pratiquent des prix spéciaux à l'occasion de leur ouverture. Les plus de la destination sont justement ces prix attractifs, couplés avec un service impeccable, même en hôtel 3*, et une ambiance de sécurité pour les touristes. D'autre part, beaucoup de resorts écologiques se développent, plus économes en énergie et utilisant moins de plastique. »



**ABONNEZ-VOUS
DÈS AUJOURD'HUI !**

**OFFRE
SPÉCIALE !
49€****

LE MAGAZINE PAPIER

& NUMÉRIQUE (pc et mac)

Chaque mois, le magazine pour prendre du recul, améliorer votre expertise métier et votre vision des enjeux du secteur.

WEB ABONNÉS

En permanence, les contenus réservés aux abonnés : palmarès, baromètres, reportages, études et toutes les archives du magazine.

**LA NEWSLETTER
QUOTIDIENNE ABONNÉS**

Chaque jour par e-mail, les actualités à ne pas manquer!

OUI, je m'abonne 1 an à L'Écho touristique. L'abonnement d'1 an à L'Écho touristique comprend le magazine et sa version numérique feuilletable sur Mac et PC + l'accès au web abonnés.

Agent de voyages : ~~95€TTC*~~ 49€TTC*

Code Promo : AGVIFTM18

(joindre un justificatif professionnel)

Autres professionnels : ~~119€TTC*~~ 69€TTC*

Code Promo : IFTM18

Étudiants : 45€TTC*

(joindre une photocopie de votre carte étudiante)

Je choisis de régler par :

- Chèque bancaire ou postal joint à l'ordre de l'écho touristique
- Je préfère régler à réception de la facture

Société

Mme Mlle M.

Nom

Prénom

Fonction

Adresse

Code postal _____ Ville

Tél. _____ Mobile _____

N° Siret _____ Code NAF _____

E-mail@.....

Indispensable pour recevoir votre code d'accès aux site et magazine en ligne - MAJUSCULES OBLIGATOIRES

** Offre valable du 01/09/2018 au 15/10/2018

* TVA à 2,10 %. Offre valable en France Métropolitaine pour tout nouvel abonnement. Conformément aux lois du 6/1/1978 et LCEN du 22/6/04, vous pouvez accéder aux informations vous concernant, les rectifier et vous opposer à leur transmission éventuelle en écrivant au service abonnement. EVENTIZ Media group - SAS au capital de 16 550 € - 20 Rue de la Banque 75002 PARIS N° de TVA Intracommunautaire : FR 69482238235- RCS Paris B 482 238 235 00022 http://www.eventiz.biz/conditions-generales-echo-EMG.pdf



OUZBÉKISTAN SORTIE DU DÉSERT TOURISTIQUE

© Elena Petrova

Longtemps considéré comme l'un des pays les plus fermés au monde, l'Ouzbékistan s'ouvre enfin. Depuis l'élection, fin 2016, de Chavkat Mirziouïev, le pays sort lentement de l'isolement forcé dans lequel il était plongé.

L'année dernière, près de 2 millions de touristes ont admiré les décors majestueux de l'Ouzbékistan. Sur les quatre premiers mois de l'année 2018, ce sont déjà près de 1,6 million de visiteurs qui ont pu apprécier le pays. Soit 86 % de plus que l'année dernière, durant la même période. C'est dire l'importance qu'a pris le tourisme dans l'économie et dans l'esprit des dirigeants du pays. Exit les années d'Islam Karimov, qui a dirigé le pays d'une main de fer de 1991 à sa mort, en septembre 2016.

Désormais, tout est fait pour faciliter le développement de l'économie touristique. En février, le président a autorisé les citoyens de sept pays, dont le Japon et Israël, à voyager sans visa en Ouzbékistan. Il a aussi adouci les règles d'obtention du visa pour les citoyens de 39 autres pays. La France, elle, bénéficiait déjà de dispositifs de simplification d'obtention des visas. « L'attitude à l'égard du tourisme interne a radicalement changé, explique Shukhrat Vafaev, membre du comité pour le développement touristique. Nous avons accepté le programme national de développement du tourisme « Faites un voyage autour de l'Ouzbékistan » qui est activement mis en œuvre. Nous considérons qu'il contribue non seulement à la croissance du flux de touristes étrangers,

mais aussi au développement du tourisme intérieur. Ce qui est un des facteurs les plus importants du développement social et économique durable de nos régions, en familiarisant les citoyens avec le patrimoine culturel et historique et les ressources naturelles de notre pays. »

Et, de fait, sur la place du Registan, fin mars, les touristes les plus nombreux étaient bien ouzbeks. Alors oui, le pays souffre encore de son manque d'ouverture ces dernières décennies. Hôtellerie, réceptifs, auberges, restauration... de nombreuses choses restent à faire. Mais le pays a l'envie et l'argent (grâce à l'agriculture mais aussi à son uranium et son pétrole). « Je dois dire que nous sommes prêts à tout. Nous recherchons des hôtels 5 étoiles et des auberges dans n'importe quelle région de notre pays, poursuit Shukhrat Vafaev. Nous sommes aussi très intéressés par toutes les technologies qui facilitent l'organisation d'un voyage par les touristes eux-mêmes, c'est-à-dire les voyages sans forfait. » Kuoni, TUI/Nouvelles Frontières, Asia, Climats du Monde, Nationaltours, Voyamar, mais surtout Salaün Holidays ont bien compris que le pays avait un très fort potentiel et y proposent déjà des circuits.

Dossier réalisé par Clément Peltier

POURQUOI VOS CLIENTS VONT AIMER L'OUZBÉKISTAN ?

« La courtoisie, c'est l'art de ne jamais marcher sur l'ombre de son voisin. »

Proverbe ouzbek

POUR SON PATRIMOINE

Sur la Route de la soie

Alors bien sûr, beaucoup connaissent le Registan de Samarkand, monument emblématique. Mais penser que c'est le seul monument d'envergure d'Ouzbékistan serait résumer bien vite le pays. Les villes de Boukhara, Khiva, Shaxrizabs, Termez et Tachkent sont aussi de pures merveilles. Dominé durant toute son histoire par les grands empires environnants des Turcs, Perses, Grecs, Arabes, Mongols ou Russes, l'Ouzbékistan regorge de richesses patrimoniales de différentes époques. On peut y admirer pas moins de 7 300 monuments, dont 4 200 archéologiques et 2 000 architecturaux. Plus de 500 d'entre eux sont inclus dans les itinéraires touristiques. Traversé par la Grande route de la soie, l'Ouzbékistan est un peu la mémoire vivante de cet ancien réseau de routes commerciales qui reliait l'est et l'ouest.

SON ARTISANAT

Bouillon de culture

L'artisanat ouzbek s'est nourri de multiples influences venues de Chine, de l'empire russe ou encore d'Iran, qui l'ont modelé au fil des années. Et forcément, un nombre croissant d'artisans a compris l'intérêt de produire pour séduire la clientèle touristique. On peut se laisser tenter sans trop de dommages par les bijoux, les aquarelles sur papier ouzbek, les céramiques, tentures et autres tapis : il y a encore de bonnes affaires à faire.

SA DIVERSITÉ

Déserts et montagnes

L'Ouzbékistan se déploie sur quelque 450 000 km²... dont seuls 10 % sont exploités par l'homme. Car le pays est essentiellement désertique. Une grande majorité de sa surface est en effet recouverte par le Kizil-Koum, l'un des déserts les plus vastes de l'Asie centrale, qui s'étend aussi au Kazakhstan et au Turkménistan. L'Ouzbékistan compte huit territoires protégés, trois parcs naturels nationaux, six monuments naturels d'État et onze réserves. Et aussi d'importantes montagnes. On n'y pense peut-être pas spontanément, mais il est possible de goûter à la neige en Ouzbékistan, qui dispose de plusieurs domaines skiables. Une destination sans doute inédite pour les amateurs de glisse et de sensations fortes !

SON ARCHITECTURE SOVIÉTIQUE

Retour à l'est

Si l'Ouzbékistan est connu pour ses superbes palais orientaux, il a également été dominé par la Russie soviétique. Après la Seconde Guerre mondiale, les différentes républiques de l'URSS ont été incitées à décliner leur style gothique stalinien, plus ou moins librement. Pour les amateurs d'architecture, toutes les grandes villes du pays regorgent donc de bâtiments dans le style caractéristique stalinien. On pense notamment au théâtre de Tachkent, dessiné par Chtchoussev.



© Paul - AdobeStock

SA GASTRONOMIE

Une fierté nationale

La cuisine ouzbèke est considérée comme la cuisine la plus riche d'Asie centrale. On y mange aussi bien de la viande que des légumes, des fruits, des herbes, des épices ou encore des graines. Comme dans beaucoup de pays orientaux, lors des repas, des farandoles d'entrées, de plats, ou de desserts sont servis dans de jolis services bleus et blancs. Composé de riz pilaf accompagné par de la viande de mouton ou de bœuf et de légumes, le « och » est le plat typique ouzbek. Mais attention à l'huile de coton qui sert à le préparer : pas forcément facile à digérer...

BIEN VENDRE *L'OUZBÉKISTAN*

1

Après avoir mis en place un visa touristique unique de 30 jours, l'Ouzbékistan a déployé un système de délivrance de visa électronique en juillet dernier. D'autres évolutions sont envisagées, comme un visa commun pour visiter les pays de la Route de la soie, ce qui traduit bien les ambitions touristiques du pays.

2

Tachkent, Samarkand et Boukhara, les trois villes principales du pays, sont très bien reliées par un train rapide. Compter 2h10 minutes et 25 \$ pour faire les 344 km qui séparent Tashkent de Samarkand.

3

Les meilleurs périodes pour visiter le pays sont avril, mai, juin ou septembre et octobre.



Y ALLER

Aucun vol pour Samarkand. Vols directs seulement pour Tachkent avec Uzbekistan Airways. Vols avec escale pour Turkish Airlines, Korean Air, airBaltic, Aeroflot, Asiana Airlines, Ural Airlines, Alitalia, Belavia, Azerbaijan Airlines.

© YuliaB



L'Écho a testé...

Registan Plaza Hotel 4* à Samarkand

Un hôtel dans le style soviétique, mais moderne, une entrée impressionnante. Des chambres réparties sur six étages autour d'un patio monumental coiffé d'une verrière, qui donne au tout un air de paquebot ! Voilà pour le cadre. À dix minutes à pied du mausolée de Tamerlan, quinze à peine du Registan, la situation de l'hôtel est son point fort. Le personnel est attentif mais peine en anglais. Les chambres, plutôt spacieuses, sont propres (hormis la moquette). Le wifi fonctionne correctement dans le hall, ce qui est un luxe. Pourtant cet hôtel ne séduit pas vraiment. C'est sans doute son total manque de charme ou son côté impersonnel qui dérange. À conseiller pour les voyageurs d'affaires, les groupes MICE, ou un très court séjour sur Samarkand.

© Registan Plaza Hotel



INTERNATIONAL & FRENCH TRAVEL MARKET

× LOISIRS

× AFFAIRES

× ÉVÉNEMENTIEL

× GROUPES

iftm

TOP RESA

LE RENDEZ-VOUS DES PROFESSIONNELS DU TOURISME
FRANCE & INTERNATIONAL

25-28 SEPT. 2018
PARIS - PORTE DE VERSAILLES - PAVILLON 7

40
ANNIVERSAIRE

PAYS À L'HONNEUR

wonderful
indonesia



PROFESSIONNELS DU TOURISME
COMMANDEZ VOTRE BADGE SUR WWW.IFTM.FR - CODE AFR30

Reed Expositions



@iftmparis

iftm.fr

QUOI DE NEUF EN OUZBÉKISTAN ?

© Andrii Lutsyk

Fiscalité

Le nouveau gouvernement est prêt à tout pour stimuler les investissements étrangers. Même à accorder des gros avantages fiscaux. Parmi les dizaines de mesures, on peut citer l'exemption pendant cinq ans du paiement des droits de douane pour les équipements importés d'Ouzbékistan servant à la construction d'hôtels. Mais aussi l'exonération de la TVA pour tous les services touristiques et d'excursions. Ou encore l'exemption d'impôt sur le revenu pour tous ceux qui voudraient ouvrir des hôtels affichant au moins quatre étoiles.

La Route de la soie

Présenté par le leader chinois Xi Jinping en 2013, le projet de la Route de la soie moderne est un chantier colossal. Imaginez un projet qui touche 4,4 milliards de personnes dans 65 pays et une valeur de 20 milliards de dollars, selon les prévisions. Deux routes, l'une terrestre l'autre navale, qui relieraient Pékin à Rotterdam en passant par l'Ouzbékistan bien sûr mais aussi l'Iran, la Turquie ou encore Moscou. Et c'est déjà concret ! Un train chargé de marchandises parti de Yiwu est arrivé directement à la gare de Barking, à Londres, après 19 jours de voyage le 1^{er} janvier 2017.

Une nouvelle ligne ferroviaire

L'Ouzbékistan souhaite investir 500 millions de dollars dans la construction d'une ligne ferroviaire de 657 km reliant Mazar-e-Sharif à Herat, qui reliera l'Ouzbékistan à l'Iran via l'Afghanistan.

Visa collectif

Les visas collectifs sont désormais possibles pour les groupes de cinq personnes, contre dix jusqu'à présent. Attention, si la première personne listée sur le visa collectif annule son voyage, le visa devient invalide.

Taxe de séjour

Désormais, une taxe de séjour est perçue auprès des citoyens étrangers par le biais de l'hébergement, pour chaque jour de leur résidence. Ces frais sont facturés et perçus par les réceptifs. Les enfants de moins de 16 ans ne sont pas concernés.

Photographie

En Ouzbékistan, il était interdit de prendre en photo ou de filmer le métro de la capitale Tachkent ou certains bâtiments gouvernementaux. Désormais, selon un décret présidentiel, les touristes pourront filmer ou photographier « sans aucune sorte de restriction ».

Zone franche

Le gouvernement de l'Ouzbékistan a approuvé le concept de développement d'une zone touristique libre au lac de Charvak, dans la région de Tachkent. La région a tout ce qu'il faut pour le développement du tourisme de montagne ou d'activités extrêmes. Plusieurs zones récréatives seront créées dans cette zone franche autour du lac, dont chacune devrait accueillir des complexes hôteliers modernes.

BYE BYE TVA

LES ÉMIRATS ARABES UNIS (EAU) ont pris la décision de mettre en place un système de remboursement de la TVA pour les touristes, à partir du quatrième trimestre 2018. Les touristes non-résidents pourront alors se faire rembourser la TVA sur les achats effectués auprès des commerçants partenaires par le biais de points de remboursement dédiés. À travers cette mesure, les EAU ambitionnent de se rendre plus attractifs auprès des touristes et ainsi de renforcer leur positionnement sur le marché. Une réduction de la taxe de séjour est également annoncée.



© Jonny Kennaugh

OMAN UN NOUVEAU E-VISA COURT SÉJOUR

Le site Action-Visas rapporte également qu'Oman a mis en place un nouveau visa pour les touristes. C'est un e-visa valable jusqu'à 10 jours, qui coûte 12 euros. Attention, toutefois, parallèlement, la validité du e-visa classique a diminué, passant de six à un mois. Inutile donc de faire la démarche trop en avance, le visa serait caduc.

ETIAS

MODE D'EMPLOI

Baptisé « European Travel Information and Authorization System » - Etias -, ce nouveau dispositif s'inspire du formulaire Esta des États-Unis. Devant entrer en vigueur en 2021, il doit notamment servir à mieux protéger les frontières extérieures de la menace terroriste, afin de repérer avant leur départ vers l'Europe les individus jugés à risque. Etias permettra ainsi de suivre les visiteurs des pays qui n'ont pas besoin de visa pour entrer dans la zone Schengen. Les voyageurs concernés devront faire une demande exclusivement en ligne. Sept euros de frais seront appliqués pour le traitement de la demande, qui devront être payés en ligne. Les mineurs seront exemptés de ces frais.

DE NICE

LA RECONNAISSANCE FACIALE DÉBARQUE

L'aéroport de Nice a commencé à utiliser la reconnaissance faciale pour son contrôle aux frontières. Après Aéroports de Paris, c'est la deuxième plate-forme aéroportuaire française à recourir à ce matériel. La reconnaissance automatique du visage compare le visage du voyageur avec la photo stockée dans la puce de son passeport biométrique. Ces nouvelles bornes remplacent le contrôle par un policier, mais seulement pour les ressortissants de l'Union européenne prenant ou quittant un vol international (hors de la zone Schengen).

AÉROPORT

RUSSIE

SANS VISA POUR LES FANS DE FOOT

Les titulaires d'une carte Fan ID pourront entrer en Russie sans visa jusqu'à la fin de l'année 2018, et ce, plusieurs fois. La décision, rapportée par le site Action-Visas, a été prise par Vladimir Poutine à l'issue de la Coupe du monde de football, le 15 juillet dernier.



MARTINIQUE

RHUM, DIGITAL ET NOUVEAUX MARCHÉS

L'île antillaise a passé en 2017 le cap du million de touristes. Pour poursuivre son ascension, elle mise sur une nouvelle stratégie de diversification de son offre, mais aussi de ses visiteurs.



« Petit à petit, nous réussissons notre pari de diversification des marchés », se réjouit Gaëtan Paderna, directeur marketing communication du Comité Martiniquais du Tourisme (CMT). Diversifier les marchés, mais aussi son offre : voilà les sujets qui occupent l'île antillaise. Soleil, plage et cocotiers : l'île ne veut plus y être limitée. Pour se différencier, elle mise sur un autre de ses atouts : le rhum. « Nous sommes en train de structurer cette filière, indique Gaëtan Paderna. La Martinique est la seule destination qui possède un rhum AOC, c'est un élément différenciant sur lequel nous devons miser. Notre but, c'est de faire en sorte que le spiritourisme devienne un vrai élément touristique. » D'ici quelque temps, la Martinique pourrait donc inaugurer une Maison du Rhum, dans l'esprit de la Cité du Vin bordelaise. Parallèlement, la Martinique veut structurer sa filière nautisme. « Le segment plaisance est important pour nous, commente Gaëtan Paderna.

Nous sommes en train de mener une étude pour voir comment nous pouvons l'améliorer. » Même démarche du côté du tourisme d'affaires. « C'est un marché que nous avons « saupoudré » depuis toujours. Nous voulons désormais monter en puissance », assure-t-il.

Pour tirer cette activité vers le haut, la Martinique s'est dotée il y a trois ans d'un Convention Bureau. Dans le même temps, la Martinique poursuit son travail de fond pour lisser la saisonnalité et élargir ses marchés. Sur ce point, la stratégie repose sur l'ouverture de nouvelles dessertes aériennes, notamment avec Condor, au départ de l'Allemagne et surtout Norwegian, au départ des États-Unis.

Une année record

Visiblement, cela commence à porter ses fruits. En 2017, la Martinique a reçu 1 041 139 visiteurs (+16,4 % vs 2016), dont 535 647 touristes de séjour

(+3,1 %) le reste se partageant entre la croisière (437 762), les touristes de plaisance et les excursionnistes. De telles performances n'avaient pas été atteintes depuis 1998. Les touristes en provenance de l'Hexagone ont représenté 66,3 % du nombre total de touristes l'an passé, contre 78,7 % il y a encore quatre ans. Les Nord-Américains sont, eux, de plus en plus nombreux : 6,8 % de visiteurs, contre 2,4 % en 2014. Si cette nouvelle clientèle est particulièrement courtisée, c'est qu'elle se montre plus dépensière que la moyenne. Et que doper les recettes est une priorité. En 2017, la destination a engrangé 424 M€ de recettes touristiques, un chiffre en hausse de 28,9 %. Pour soutenir l'ensemble de ces axes stratégiques, la Martinique planche aussi sur la refonte de son écosystème digital. « Nous voulons repartir d'une page blanche », indique-t-on au CMT. Une page blanche sur laquelle le CMT promet d'inscrire en grand le mot innovation. Reste désormais à passer à l'action.

Émilie Vignon

LES CHIFFRES CLÉS DU TOURISME EN MARTINIQUE

CLIENTÈLE DE SÉJOUR PORTRAIT-ROBOT



46%
DES TOURISTES ONT RÉSIDÉ
DANS DES STRUCTURES NON-HÔTELIÈRES
(villas, appartements, résidences de tourisme, gîtes)

27,5%
DES TOURISTES DE SÉJOUR ONT CHOISI
L'HÔTELLERIE OU LES VILLAGES VACANCES
COMME MODE D'HÉBERGEMENT

LE BOOM DES CROISIÈRES



ESCALES DE CROISIÈRE

SOIT
54
DE PLUS QU'EN
2016



liées notamment aux reports sur la destination suite au passage des ouragans dans les Caraïbes

EN 2017

106 467 PASSAGERS

ont débuté et terminé leur croisière en Martinique

LE TOP DES ACTIVITÉS EN MARTINIQUE

(TripAdvisor)



ÇA BOUGE *EN MARTINIQUE !*

AÉROPORT DE FORT-DE-FRANCE NOUVEAUX VOLS

En septembre, Level a ouvert une liaison vers Fort-de-France au départ de Paris Orly avec 3 vols par semaine. Norwegian proposera 4 vols par semaine au départ de New York JFK pour la haute saison 2018/2019 à partir du 28 octobre. Condor reconduit le vol direct entre Francfort et Fort-de-France tout au long de la haute saison. De son côté, Air Canada avait également mis en place une quatrième rotation hebdomadaire entre Montréal et Fort-de-France du 25 janvier au 4 septembre 2018.

ÉVÉNEMENTS IL VA Y AVOIR DU SPORT !

Pour lisser la saisonnalité, la Martinique mise sur l'événementiel. Le CMT organise du 17 au 24 novembre un événement dont le rayonnement se veut international, le Martinique Flying Regatta. Fin novembre aura également lieu la 4^e édition du raid nature et solidaire multisport 100% féminin.

HÔTELLERIE NOUVEL ÉCLAT

Après une rénovation complète, le célèbre hôtel Diamant Les Bains s'apprête à faire son grand retour. Initialement ouvert en 1945, l'établissement s'est offert une cure de jouvence et propose désormais une résidence quatre étoiles de 33 studios avec vue sur mer, auxquels s'ajoutent cinq suites offrant un accès direct à la plage. La réouverture est annoncée pour le second semestre.

AÉROPORT ON Pousse LES MURS

L'aéroport Aimé Césaire prépare son extension. Le projet, dévoilé en début d'année, prévoit notamment la création d'une salle d'embarquement dédiée aux vols régionaux et devrait permettre de mieux gérer le flux de voyageurs. À l'issue des travaux, il aura quasiment doublé sa surface. L'objectif, à travers cette opération, est d'être en mesure d'accueillir, à l'horizon 2020, 2 millions de passagers, et 2,5 millions d'ici 2030. En 2017, il a reçu 1 857 090 passagers, 931 533 passagers à l'arrivée, et 925 557 au départ. Entre janvier et mai 2018, le trafic s'affichait en hausse de 1,8% par rapport à la même période l'année précédente.

GUIDE LA MARTINIQUE ACCESSIBLE

Un guide a été édité à l'attention des voyageurs en situation de handicap souhaitant visiter l'île. Signé par Noël Cicalini, réceptif, organisateur de voyages adaptés et président de l'association Martinique Access'île, ce guide existe en version française et anglaise. Il peut être demandé en passant par le site de l'association ou auprès du CMT. <http://handicaptourisme.net/index>

MICE COUP DE FRAIS

La destination veut monter en puissance sur le MICE. En novembre, le palais des congrès de Madiana, à Schoelcher, aura achevé sa mue. D'après un site d'information locale, 4,5 millions d'euros vont être investis, dont 1,5 million pour l'installation de la climatisation.

LABEL LA QUALITÉ D'ABORD !

Douze nouvelles entreprises ont reçu le label Qualité Tourisme en juin dernier, après avoir répondu, avec succès, aux quelque 300 critères définis par le cahier des charges, critères portant notamment sur l'accueil, la formation du personnel ou la sécurité. Parmi ces entreprises nouvellement labellisées figurent notamment les Jardins de Balata, une des attractions les plus prisées de l'île.

POUR ALLER PLUS LOIN

www.martinique.org

C'est le bon moment

DE REJOINDRE TUI



Cyril Cousin

Directeur Distribution
Réseau TUI

prendre la marque TUI pour bénéficier de sa notoriété et, bien sûr, de son potentiel de clients, soit plus de un million par an. Nous visons des implantations sur tout le territoire français, et voulons nous renforcer tout spécialement dans les régions Rhône-Alpes et Île-de-France ainsi que dans le sud-ouest de l'Hexagone.

Pourquoi choisir TUI ?

Cyril Cousin : En adoptant l'enseigne TUI, une agence de voyages augmente de façon conséquente sa visibilité car elle est de ce fait présente sur notre site web qui a 3 millions de visites par mois. Nous lui faisons par ailleurs bénéficier de nombreuses opérations commerciales et promotionnelles dédiées à nos marques, et participons également à l'animation de son fichier clients. D'autre part, elle a évidemment le soutien d'un de nos quatre responsables de zone. Il s'agit d'un contrat de franchise classique, avec un objectif de volume d'affaires réalisé avec les marques TUI ce qui, pour l'agence de voyages, n'exclut pas de travailler avec les autres. Nous étudions chaque situation au cas par cas pour créer un véritable partenariat gagnant-gagnant.

En France, TUI est désormais une marque reconnue par les consommateurs... Une opportunité pour les agences de voyages indépendantes qui veulent prendre l'enseigne ?

Cyril Cousin : C'est en effet le bon moment de rejoindre TUI. Nous avons beaucoup investi et continuons à le faire pour accroître la notoriété de la marque TUI, et cela a porté ses fruits. Le groupe est donc maintenant en ordre de marche pour accueillir et accompagner les agences de voyages indépendantes qui souhaitent prendre la marque TUI en contrat de franchise.

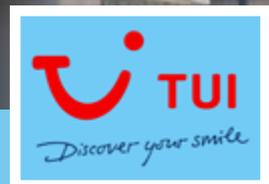
TUI, C'EST
AUJOURD'HUI
16 % DE
NOTORIÉTÉ
SPONTANÉE !

Quels sont vos objectifs ?

Cyril Cousin : Aujourd'hui, TUI France compte 67 agences intégrées, 137 agences mandataires et 24 enseignes indépendantes sous contrat de franchise. Notre objectif à trois ans est de gagner dix agences mandataires et dix enseignes en franchise chaque année pour atteindre le nombre de 300 points de vente.

Quels profils d'agences de voyages recherchez-vous ?

Cyril Cousin : Nous recherchons en priorité des entrepreneurs indépendants qui ont déjà une agence de voyages et qui veulent



CONTACT



Abou Fall

Responsable du développement des enseignes
06 08 90 76 90 • afall@tuifrance.com

AILLEURS EN FRANCE

LA FRANCE CHAMPIONNE DU MONDE

C'est désormais officiel. L'an dernier, 87 millions d'arrivées de touristes étrangers ont été comptabilisées, contre 82,7 millions en 2016. La France reste ainsi en tête des destinations mondiales en termes d'arrivées. Seul bémol : la durée moyenne du séjour est en légère diminution (6,7 jours en 2017, versus 6,8 en 2016).

LE VILLAGE PRÉFÉRÉ DES FRANÇAIS EST NORDIQUE !

Mi-juin, c'est le village de Cassel, dans les Flandres (Nord) qui a remporté le titre honorifique de « Village préféré des Français 2018 ». C'est la première fois qu'un village du Nord-Pas-de-Calais est sacré dans l'émission de France 2. Parmi les charmes de la ville, il est possible d'admirer le moulin du XVI^e siècle, les façades de style flamand ou encore le jardin du Mont des Récollets. Les 2 400 habitants du village ont été les plus mobilisés sur les réseaux sociaux pendant l'émission.

UNE APPLICATION POUR LES PROFESSIONNELS DU TOURISME

L'application Spella est un outil de datastatistique qui

promet d'améliorer la qualité de l'offre touristique grâce au suivi de l'e-réputation. Comment ? Spella collecte et analyse tous les avis des consommateurs qui concernent les professionnels du tourisme de la Drôme (hôtels, restaurants, loisirs). Ces derniers peuvent ensuite répondre aux critiques et autres commentaires mais aussi prendre en compte plus aisément les différentes remarques pour améliorer leur offre. Les avis des consommateurs, qui ont un impact considérable sur l'acte d'achat, particulièrement dans le tourisme, sont récupérés sur Google,

TripAdvisor, Facebook et Yelp. Et ce, dans plus de 90 langues.

GÎTES DE FRANCE ET CLÉVACANCES VEULENT CONSTRUIRE UN CHAMPION FRANÇAIS

Face à Airbnb, Gîtes de France et Clévacances annoncent « l'entrée en négociation exclusive en vue d'un rapprochement stratégique ». Les deux acteurs, qui totalisent près de 90 000 logements chez l'habitant en France, entendent bien unir leurs forces pour affirmer leur savoir-faire. Statut juridique, objectifs, gouvernance... Tout reste à définir, ou presque. Une

équipe pilote de 6 personnes est chargée de conduire le projet.

TOUS LES HÔTELS ET RESTAURANTS DE LOGIS DANS UN SMARTPHONE

Disponible sur les plateformes Android et Apple, Logis a lancé une application mobile « Logis Hôtels ». Son but ? Renforcer le lien et simplifier l'expérience client dans les 2 200 hôtels-restaurants en Europe. Géolocalisation, carte de fidélité dématérialisée, gestion des réservations, fiches des hôtels et restaurants favoris : l'application propose de nombreuses fonctionnalités.



LUTETIA : LE GRAND RETOUR

Sa réouverture a été maintes fois repoussée, mais cette fois, le Lutetia est de retour. L'émblématique hôtel de la rive gauche a rouvert ses portes mi-juillet, au terme d'une rénovation colossale de quatre ans. Quatre ans, c'est long, mais finalement peu à en juger par l'ampleur du chantier. L'obsession de Jean-Michel Wilmotte : faire entrer la lumière dans cet hôtel autrefois sombre. Et ce jusque dans les salles de bain. Pour que toutes soient désormais équipées d'une fenêtre, le nombre des chambres est passé de 233 à 184. De nouveaux sous-sols ont été creusés pour abriter un spa de 700 m², élément indispensable pour prétendre aux cinq étoiles, et au titre officiel de palace. Le prix des chambres, lui, a quasiment triplé et démarre à 850 euros la nuitée.

MELIÃ

HOTELS & RESORTS

Soul Matters



Vivez une expérience inédite

JUSQU'À

30%

DE RÉDUCTION

MELIÃ PRO

THE CONFIDENCE OF PARTNERSHIP

MELIÃ PRO CORPORATE

**DÉS TARIFS EXCLUSIFS POUR LES
VOYAGES D'AFFAIRES ET DE LOISIRS**

MELIÃ PRO AGENTS

**RÉSERVEZ DIRECTEMENT
DES TARIFS NETS**

MELIÃ PRO MEETINGS & EVENTS

**LE PREMIER PAS VERS
L'ÉVÉNEMENT PARFAIT**

MELIÃ PRO WHOLESALERS

**RÉSERVEZ VOTRE HÔTEL
CONVENTIONNÉ EN LIGNE**

NOTRE OUTIL DESTINÉ AUX PROFESSIONNELS POUR UNE GESTION FLEXIBLE
ET AVANTAGEUSE DE TOUTES VOS RÉSERVATIONS ET CELLES DE VOS CLIENTS

0800 919 130 · meliapro.com

AU NOM *DE LA LOI*

L'actualité juridique et réglementaire.

APRÈS, L'ASSEMBLÉE NATIONALE, LE SÉNAT AUTORISE LES PRÉENSEIGNES DÉROGATOIRES

Le Sénat vient d'autoriser les préenseignes dérogatoires pour les restaurants situés en zone rurale. Depuis juillet 2015, les établissements situés en zone rurale étaient durement pénalisés par le retrait des préenseignes avec une perte de chiffre d'affaires estimée de l'ordre de - 25 % en moyenne. Cette victoire bénéficiera aux professionnels situés en zone rurale grâce à une meilleure signalisation et participera ainsi la revitalisation des zones rurales.

ANTICIPEZ LES DATES DES VACANCES !

Le 25 juillet dernier, le calendrier scolaire de l'année 2019-2020 est paru au Journal officiel. La rentrée scolaire aura lieu le lundi 2 septembre, les vacances de la Toussaint seront du samedi 19 octobre au lundi 4 novembre et celles de Noël du samedi 21 décembre au lundi 6 janvier. Durant l'hiver, les vacances se dérouleront du samedi 22 février 2020 au lundi 9 mars 2020 en zone A, du samedi 15 février au lundi 2 mars en zone B, du samedi 8 février au lundi 24 février en zone C. Les dates des vacances de printemps sont du samedi 18 avril au lundi 4 mai pour la zone A, du samedi 11 avril au lundi 27 avril pour la zone B et du samedi 4 avril au lundi 20 avril pour la zone C. Les congés d'été de 2020 débiteront le samedi 4 juillet. Il est possible que certaines académies décident de modifier les dates des vacances de printemps.

AUGMENTATION DE LA COMMISSION SUR LES CHÈQUES-VACANCES

La Confédération des acteurs du tourisme (CAT) a dénoncé la publication au Journal officiel d'un décret visant à porter le taux de commission de l'Agence nationale des chèques-vacances (ANCV) sur les prestataires de tourisme et de loisirs, lors du remboursement des chèques-vacances, de 1 % à 2,5 % à partir du 1^{er} janvier 2019. Une augmentation de 150 % « prise sans concertation avec les professionnels du tourisme, va concerner 200 000 prestataires de tourisme et de loisirs ayant passé une convention avec l'ANCV », estime la confédération. Sans apporter aucun apport additionnel de clientèle,

cette décision risque de réduire très fortement le nombre de prestataires acceptant le chèque-vacances, de rendre plus difficile son acceptation par les entreprises et de pénaliser in fine les bénéficiaires des chèques vacances.

FRANCE.COM RESTE À LA FRANCE

Le 26 juin, un arrêt important du Tribunal de l'Union européenne (TUE) a décidé que le site « france.com » ne pouvait pas être enregistré comme marque de l'Union européenne. Un Franco-américain installé aux États-Unis demande, depuis 2014, d'enregistrer comme marque de l'Union européenne « france.com » accompagné d'un logo représentant une tour Eiffel. La France s'est directement opposée, avançant sa marque « France » et accompagnée, elle aussi, d'une tour Eiffel. Le TUE considère « que les signes en conflit sont similaires sur le plan conceptuel, étant donné qu'ils véhiculent le même concept (à savoir la France, la tour Eiffel et les couleurs du drapeau français), la présence de l'élément verbal « .com » dans le signe de la société France.com n'ayant aucune incidence sur l'identité conceptuelle des signes ».

Page réalisée par Clément Peltier

A STAR ALLIANCE MEMBER 

LA GRÈCE C'EST TOUTE L'ANNÉE AVEC AEGEAN!

MEILLEURE COMPAGNIE RÉGIONALE EUROPE.

...PARIS, LYON, NANTES, MARSEILLE,
TOULOUSE, BORDEAUX, NICE, LILLE,
METZ, BÂLE-MULHOUSE,
DEAUVILLE et BREST ainsi que GENÈVE,
BRUXELLES et LUXEMBOURG.

Jusqu'à 4 VOLS QUOTIDIENS PARIS - ATHÈNES*

*NOUVEAUX > A3 619 / 618 :

Aller

> PAR-ATH 07h45/12h00 < Lundi, Mardi, Jeudi, Samedi.

Retour

> ATH-PAR 19h20/21h50 < Lundi, Mercredi, Vendredi, Dimanche.



Meilleure Compagnie Aérienne
Régionale d'Europe en 2017



aegeanair.com



TROPHÉES DE L'INNOVATION ILS FONT BOUGER LE TOURISME !

Revivez en images les moments forts de la 7^e édition des Trophées de l'innovation du tourisme, organisée par L'Écho touristique.



Anne-Marie Michaux (Direction générale des Entreprises) et Linda Lainé (L'Écho touristique).



Christophe de La Fage (Village by Crédit Agricole) s'est associé à la DGE et a remis un chèque de 2000 euros à chacune des deux start-up lauréates, Staycation et KooKooning.



Les représentants de la DGE, partenaire officiel des Trophées de l'innovation du tourisme.



Frédéric Vanhoutte (Eventiz Media Group), Matthias Funke (Lufthansa) et Nazan Erol (Turkish Airlines).



Patrick Pourbaix, qui dirige MSC Croisières en France, a remis un Trophée de l'innovation à Finnair.



L'équipe de City in my Bag, récompensée dans la catégorie France.



LES TROPHÉES de l'innovation

ARRÊT SME
sur images



Tous les lauréats des Trophées de l'innovation en compagnie des partenaires officiels de l'événement et de la rédaction de L'Écho touristique.



L'idée de Nicolas Gluzman (My Green Trip) a remporté le Trophée Coup de cœur du jury.



Jean-Claude Balanos (AccorHotels) et Fabrice Del Taglia (Nomade Aventure), récompensé dans la catégorie Tourisme durable.



Jamel Chandoul (Amadeus) ainsi que Céline Giroux et Nicolas Pelletier (Pledg), lauréats du Trophée Nouvelles Technologies

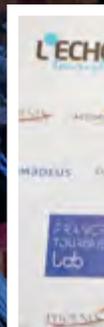


Édouard George (Phoenix Voyages) a remis un trophée à Paul Revellat (Tradefest).





ARRÊT sur images



Florian De Paola (L'Écho touristique), Marie Gougeon (AMResorts), Nicolas Ivaldi (Empreinte) et Frédéric Pilloud (MisterFly).



200 invités et autant de sourires !



Patrick Pourbaix (MSC Croisières) et Guy Raffour (Raffour Interactif).



Philippe Brieu (Air Mauritius), Nazan Erol (Turkish Airlines) et Khaled Amara (Air Algérie).



Audrey Quoico (Phoenix Voyages) et ses invités.



Clément Peltier, Émilie Vignon, Linda Lainé et Florian De Paola, la rédaction de L'Écho touristique.



Un Trophée de l'innovation, ça donne des ailes !



Guillaume Laporte, l'un des fondateurs de Destygo, a convaincu le public après un pitch de 2 minutes.



Serge Trigano, co-fondateur de Mama Shelter, désigné personnalité 2018.



Frédéric Vanhoutte accompagne Kevin Hutchings (Staycation), qui a remporté le prix de la start-up Jeune Pousse, remis par Anne-Marie Michaux (DGE).



Les Trophées de l'innovation du tourisme, c'est aussi l'occasion de se rencontrer !



Nadia Van Cleven (Carrefour Voyages) en compagnie de Linda Lainé et d'Emilie Vignon (L'Echo touristique).



Paul Revellat, co-fondateur de Tradefest, a remporté le Trophée de l'innovation dans la catégorie Distribution.



Christian Sabbagh (Orchestra), Véronique Berthier (LUX*), Thomas Saison (La Plagne) et Marie Allantaz (Escaet).

TRADEFEST VEUT DEVENIR UNE PLACE DE MARCHÉ DE L'ÉVÉNEMENTIEL

TRADEFEST EN 4 CHIFFRES

2017
création

22 000
événements

3
fondateurs

50 000 €
de fonds

Tradefest, c'est le lauréat des Trophées de l'innovation du tourisme 2018, dans la catégorie Distribution.



3 QUESTIONS À PAUL REVELLAT

DG de Tradefest

Quel est votre modèle économique ?

Nous permettons aux professionnels de rechercher et de comparer des événements. Nous avons démarré un site en POC en octobre 2017. Nous lançons un nouveau site en septembre, pour permettre aux start-up et aux PME d'acheter des stands à des prix préférentiels : tarifs start-up, première minute, dernière minute... Nous espérons vendre 500 stands en quatre mois. En tant qu'apporteur d'affaires, notre modèle économique repose sur une commission de 10 %.

Connaissez-vous vraiment bien le marché de l'événementiel ?

Oui, en tant qu'exposants. Chez AB Tasty, où ils se sont rencontrés, Arthur (Rabier) et Joe (Cochrane) ont expérimenté le marché de l'événementiel en tant qu'exposant. C'est à cette occasion qu'ils ont réalisé à quel point il était difficile de trouver un événement correspondant à leurs attentes.

Vous démarrez avec 20 000 € de fonds propres et 30 000 € de bourse Bpifrance. Et après ?

Nous espérons effectuer une levée de fonds d'environ 500 000 € début 2019.

Quel est le métier de Tradefest ? Il s'agit d'une plate-forme de foires, salons et conférences professionnels. Les internautes peuvent comparer plus de 22 000 événements référencés, incluant l'IFTM Top Resa et l'ITB bien sûr.

place de marché. Trois fondateurs portent le projet : Paul Revellat (25 ans), Arthur Rabier (24 ans), Joe Cochrane (33 ans). Une jeune équipe, donc, qui a l'avantage d'être accompagnée par le Welcome City Lab.

Linda Lainé

UN WIDGET MAISON

La start-up propose aussi aux gestionnaires d'événements un widget maison (Trustfeed), pour qu'ils puissent intégrer des avis sur leur propre site, et donc améliorer leur réputation. Ça, c'est le premier étage de la fusée. Le deuxième consiste à commercialiser des stands à des prix attractifs. L'objectif est double : permettre aux entreprises à faible budget d'exposer dans des salons pertinents, et aux organisateurs d'optimiser leur taux de remplissage. Tradefest aspire ainsi à devenir une



UN TROPHÉE DE L'INNOVATION POUR DESTYGO

Destygo a reçu le Trophée de l'innovation dans la catégorie « Start-up - vote du public ». C'était lors de la soirée de remise des prix le 4 juillet, à l'issue des pitches des trois finalistes. Pour en savoir plus, consultez le magazine de septembre 2017 et le portrait de cette très dynamique entreprise, qui a créé des chatbots pour l'aéroport de Lyon, Oui.snfcf, la RATP, MisterFly...



DIRECTIVE SUR LA DISTRIBUTION D'ASSURANCES : QUELLES CONSÉQUENCES POUR LES ACTEURS DU TOURISME ?

Vous vendez régulièrement ou de manière ponctuelle des assurances ? Alors sachez que les règles du jeu changent dès cet automne.

La vente ou la distribution de contrats d'assurance constitue une activité réglementée, qui va connaître dans les prochains mois des évolutions importantes, en raison de l'entrée en vigueur à compter du 1^{er} octobre 2018 des textes transposant⁽¹⁾ la directive européenne sur la distribution d'assurances (DDA).

Cette nouvelle directive du 20 janvier 2016, qui vient modifier une précédente directive de 2002 sur l'intermédiation en assurance, a un périmètre d'application très large puisqu'elle a vocation à s'appliquer à l'ensemble des distributeurs de produits d'assurance, y compris ceux qui distribuent des contrats d'assurance de manière accessoire à leur activité principale. Les agences de voyages ou les tour-opérateurs qui proposent à leurs clients des produits d'assurance sont donc directement concernés.

La nouvelle réglementation consacre d'ailleurs expressément la notion « d'intermédiaire à titre accessoire »⁽²⁾, qu'elle définit comme toute personne⁽³⁾ qui exerce une activité de distribution de contrats d'assurance moyennant rémunération et remplit les conditions suivantes :

- la distribution d'assurance ne constitue pas son activité principale
- cette distribution porte exclusivement sur des produits d'assurance qui constituent un complément à un bien ou à un service
- les produits d'assurance ne couvrent pas les risques liés à l'assurance vie ou la responsabilité civile sauf si cette couverture est complémentaire au bien ou service fourni dans le cadre de l'activité professionnelle principale de l'intermédiaire

Or, à l'instar des autres intermédiaires en assurance, les intermédiaires en assurance à titre accessoire doivent en principe s'immatriculer sur un registre spécial (le registre ORIAS)

et satisfaire à l'ensemble des conditions en résultant : honorabilité, capacité professionnelle, assurance et garantie financière.

Les agences de voyage et TO qui proposent à leurs clients des contrats d'assurance annulation ou couvrant des risques liés à un voyage (assistance, perte, vol, endommagement de bagages...) pourront toutefois être exemptés de cette obligation d'immatriculation à condition que le montant de la prime afférente au produit d'assurance proposé ne dépasse pas un certain montant (600€ de prime annuelle ou 200€ de prime lorsque le service est d'une durée égale ou inférieure à trois mois).

Enfin, la nouvelle réglementation interdit désormais les ventes ou les offres de service subordonnées à la souscription d'un contrat d'assurance. En d'autres termes, les acteurs du secteur du tourisme ne pourront en aucun cas imposer à leur client de souscrire un produit d'assurance accessoirement aux services qu'ils lui proposent. Une information claire devra d'ailleurs être délivrée au consommateur sur ce point ainsi que sur la nature de chacun des services proposés.

L'entrée en vigueur prochaine des textes transposant la DDA doit amener les acteurs du tourisme à s'interroger sur leur pratique en matière de distribution de contrats d'assurance afin d'être en mesure de se mettre en conformité avec la nouvelle réglementation d'ici le 1^{er} octobre prochain !



Mylène Bureau, avocate

FIDAL
SOCIÉTÉ D'AVOCATS

⁽¹⁾ Ordonnance du 16 mai 2018 et décret du 1^{er} juin 2018 relatifs à la distribution d'assurances.

⁽²⁾ Article L. 511-1 III du Code des assurances dans sa version en vigueur au 1^{er} octobre 2018.

⁽³⁾ À l'exception des établissements de crédit et des entreprises d'investissement.

VOYAGE D’AFFAIRES COMMENT OPTIMISER SON REPORTING ?



Comment analyser les dépenses, étudier le comportement des voyageurs et la performance des contrats ? Grâce à la data et surtout sa maîtrise. Zoom sur les sources, les outils et les critères d’analyse de cette précieuse donnée.

Dossier réalisé par Julie Panadero, formatrice à l’Escaet

Que ce soit avant, pendant ou après son déplacement, le voyageur d'affaires génère des données quantitatives ou qualitatives à travers son ordre de mission, ses réservations de prestations et les factures associées, les paiements ou notes de frais qu'il réalise, ou encore ses connexions wifi à l'aéroport ou à l'hôtel. L'objectif de l'acheteur ou travel manager va donc être d'identifier ces sources de données, de consolider les différents formats de restitution de données et de réaliser une analyse afin de mettre en place des actions en interne (communication, modification politique voyages) ou en externe (négociation fournisseurs, mise à jour paramétrage SBT). Plus facile à dire qu'à faire vous nous direz ?

QUEL REPORTING, ET POUR QUELS OBJECTIFS ?

Pour qu'un reporting soit performant, il doit répondre aux objectifs d'une cible définie dans l'entreprise : acheteur, travel manager, contrôleur de gestion, direction générale. Il va donc être indispensable de sélectionner les sources, contenus et formats de données selon les besoins de la cible. En effet, un acheteur souhaite que son reporting l'aide dans l'analyse de la performance de sa stratégie d'achat tandis qu'un contrôleur de gestion a besoin d'un reporting pour le suivi et la réconciliation des dépenses.

Deux objectifs bien distincts donc, à partir de deux principales sources : d'une part, les données internes ou produites par l'entreprise comme les données RH du voyageur (matricule, centre de coûts) et les procédures de fonctionnement comme la politique voyages ou les politiques de sécurité ; d'autre part, les données externes, c'est-à-dire les données communiquées par les fournisseurs comme la

TMC, les moyens de paiement ou autres fournisseurs de prestations de services (hébergeurs, transporteurs...). Ces sources de données sont nombreuses au vu de la multiplication des acteurs dans le secteur et donc plus difficiles à consolider car chaque acteur va avoir son propre format de reporting.

L'enjeu pour l'entreprise va donc être de choisir les bonnes sources de données et de les mettre en corrélation. Tout ceci dans l'objectif de répondre aux besoins des différentes cibles et afin d'avoir une photographie complète de la dépense et des comportements des voyageurs vis-à-vis des procédures mises en place en interne.

DE L'ANALYTIQUE AU PRÉDICTIF

Le reporting a pour principal objectif, à ce jour, de « comprendre ce qu'il s'est passé » et permet ainsi d'apporter des corrections pour modifier les comportements des voyageurs dans le futur.

TOP 5 DES INDICATEURS À SUIVRE

- Satisfaction du voyageur
- Service Level Agreement (agence et/ou outils)
 - Taux d'adoption/
Taux de compliance (outils ou procédures)
 - Taux d'utilisation des contrats cadre
- Niveau risque pays

LES FONDAMENTAUX DE LA FORMATION PRO

- **CPF - Compte Personnel de Formation** : compte personnel permettant de bénéficier d'heures pour des formations courtes et certifiantes. Accès via moncompteformation.gouv.fr.
- **CIF - Congé Individuel de Formation** : congé qui permet au salarié de s'absenter de son poste afin de suivre une formation longue. Demande auprès de votre Fongecif.
- **Plan de formation** : plan de formation annuel de l'entreprise, à utiliser avant fin décembre de chaque année. Se rapprocher de la direction ou des RH.
- **Financements régionaux et Pôle Emploi** : les régions et Pôle Emploi disposent de bourses de formation continue.

Grâce au développement des outils de business intelligence et d'intelligence artificielle, le reporting doit pouvoir prendre une autre dimension et passer de cette étape analytique au prédictif.

Finalement, le reporting pourra permettre à l'entreprise de « définir le volume de dépenses voyages de demain » grâce à l'intégration de multiples données internes et externes et à l'interface de différents outils comme le CRM et le self booking tool (SBT) par exemple.

« SPEAK WITH » DATA

Au-delà des aspects purement de contrôle, le reporting va permettre de valoriser les actions mises en place par l'équipe Travel, la stratégie achat et plus globalement les efforts fournis par les voyageurs pour être en conformité avec les procédures mises en place. Prenons le cas d'un

KPI indispensable : le taux d'adoption à l'outil de réservation. Imaginons que votre taux d'adoption soit actuellement à 75 % sur les réservations aériennes. Maintenant, comparez ce taux d'adoption avec le même taux il y a six mois et en parallèle identifiez les actions menées en interne (communication, formation...).

Le reporting va donc être une arme infaillible auprès de la direction financière ou générale pour montrer le succès des actions menées ou alerter sur les sujets qui nécessitent de rapides prises de décisions. Cet exercice ne pourra être réalisé qu'avec succès si les reportings sont retranscrits, transposés sur des supports plus innovants. Alors remplaçons nos supports traditionnels par des infographies (Piktochart), vidéos (Powtoon), outils de présentations alternatifs (Prezi, Bunkr, Emaze).



© Nasa

POIL À GRATTER

TROP D'OUTILS ET DE DONNÉES ?

Outil RH, SBT, ERP, outil comptable, back office agence, reporting fournisseurs, relevés de moyens de paiement, enquêtes de satisfaction, chaque outil ou solution permet à l'acheteur ou travel manager d'obtenir des données brutes ou qualifiées. Mais à trop vouloir obtenir une visibilité sur les dépenses, ne se retrouve-t-il pas finalement un peu perdu parmi toutes ses sources de données ? Comment consolider et croiser l'ensemble de ces sources de données ? La réponse viendrait peut-être au sein même de l'entreprise si elle possède les ressources tant humaines que technologiques ou auprès d'un partenaire tiers pour identifier, récolter, consolider, protéger et valoriser les données.



“
JULIE TROUSSICOT
DG d'AirPlus France

« En consolidant les données voyages dans un système centralisé, l'entreprise capitalise sur les volumes pour bénéficier auprès de ses fournisseurs, de meilleurs délais et conditions tarifaires. Autre avantage, la visibilité via un reporting permanent sur les dépenses engagées par les collaborateurs assure un meilleur respect de la politique voyages. Enfin, l'homogénéisation des données permet d'organiser et de faciliter le flux de gestion des dépenses des voyageurs d'affaires, en générant des gains de temps et d'économies pour les services comptables, financiers et achats. »

5 CONSEILS POUR AMÉLIORER SON NETWORKING

Réseauter, ce n'est pas forcément inné. Alors que de nombreux événements B2B se profilent à l'horizon, et que l'IFTM est déjà là, L'Écho vous livre les conseils de la coach Emmanuelle Mallet-Chaminand pour networker intelligemment.*

© Rawpixel

1. Soigner sa présentation

Dire qui l'on est, et ce que l'on fait : pas si simple, en réalité. Un seul mot d'ordre, donc : anticiper. « Il ne faut pas perdre de vue, sur un salon notamment, que l'on va être confronté à des gens dont le temps et la capacité d'attention sont forcément limités. Il faut être capable de se présenter de façon très claire, concise, sans jargon », avertit Emmanuelle Mallet-Chaminand. « Pour cela, on peut recourir à une trame très simple. Par exemple : « Je suis Emmanuelle, je suis en charge/je réalise/je fournis... On se limite à trois points, en choisissant ceux que l'on veut mettre en avant en fonction de son interlocuteur. On peut ensuite dégager trois de ses spécificités ». Ce qui suppose un questionnement préalable sur soi, ses compétences. « Si votre interlocuteur vous relance, c'est important d'avoir toujours une expérience professionnelle à raconter, d'être prêt à livrer une anecdote », ajoute la coach. Dernière astuce : ne pas hésiter à répéter devant sa glace. Sans perdre de vue que « le plus important dans votre présentation, ce n'est pas vous, c'est la personne à qui vous vous adressez. Si la personne vous parle d'elle, alors c'est gagné. »

2. Débriefing

« Je fais toujours un compte-rendu de ces événements de networking, témoigne Emmanuelle Mallet-Chaminand. Quel était l'objectif de départ, qu'est-ce qu'on a récolté, est-ce qu'on était à côté de la plaque, ou est-ce que j'ai récolté des choses imprévues mais intéressantes ? ». Faire le point, à froid, permet de préparer les prochaines échéances.

3. Maintenir le lien

Il est essentiel de toujours faire un retour, de préférence par mail, moins risqué que le téléphone. « Idéalement, on

en profite pour donner quelque chose : une photo, un article... Le message doit absolument être personnalisé », insiste Emmanuelle Mallet-Chaminand. Mieux vaut laisser passer une nuit pour laisser décanter ses impressions sur ces rencontres, observe-t-elle. Le meilleur timing : le lendemain, pas plus tard, en fin de journée.

4. Savoir donner

« Réseauter, c'est savoir donner, et savoir recevoir, ajoute Emmanuelle Mallet-Chaminand. Si on se demande ce que l'on peut donner à chaque contact, là, ça devient intéressant. » « Ce qu'il faut, c'est savoir se montrer authentique. C'est bien d'envoyer un mail le lendemain, mais tout aussi important de maintenir le lien en saisissant les occasions d'apporter quelque chose à son interlocuteur. C'est cet état d'esprit qui portera ses fruits. Et pas les 5 000 contacts sur LinkedIn, qui ne servent à rien. »

5. Être (bien) connecté

Quid des réseaux et autres applications, justement ? « LinkedIn est intéressant car tout le monde tape le nom de tout le monde dans Google, il est donc important d'avoir un profil bien fait, c'est votre vitrine. Swapcard me semble aussi utile, car tous les gens qui ont prévu d'aller à un événement peuvent s'inscrire dessus. Cela permet de caler des rendez-vous à l'avance. Shapr est aussi une bonne application, car le fait d'avoir à remplir les cases « Qui je suis » et « Ce que je cherche », oblige à se poser, là encore, les bonnes questions pour réseauter de façon pertinente. »

Émilie Vignon

*Lire notre agenda, page 10-11.

Emmanuelle Mallet-Chaminand : malletchaminand-coach.fr



NEWS DU MONDE

ILS TESTENT LES PLAGES POUR LES NOTER

26/07/2018 traveldailynews.com

Testeur de plage. Voilà un métier qui fait rêver. Travel Daily news nous explique que des experts dédiés de la première plate-forme beach-inspector.com visitent toutes les plages et leurs environs et les évaluent en utilisant divers critères d'évaluation. De la qualité de l'eau à la configuration de la plage, en passant par les infrastructures, la convivialité pour les enfants ou encore le profil des plagistes ! Au total, plus de 120 critères différents sont utilisés pour noter les plages. Cette procédure standardisée a déjà été utilisée pour comparer environ 1 600 plages dans le monde entier. Les classements couvrent une grande variété de style de plages : le Classic Holiday Award pour la meilleure expérience de vacances à la plage, le Party Award pour les amateurs de plage, le Water Sports Award pour les meilleures plages pour le surf, le kitesurf et la planche à voile, et le plus convoité de tous : le Wow Beach Award pour ces plages à couper le souffle.

AMERICAN AIRLINES SUPPRIME LA SURTAXE VALISE

26/07/2018 Travelweekly.com

American Airlines va supprimer la surtaxe appliquée aux bagages en cabine sur les vols domestiques. Les passagers des vols américains ne pouvaient qu'emporter un article personnel pouvant tenir sous le siège. À l'inverse de Delta ou United. Doug Parker, le PDG d'American, a déclaré que les moteurs de recherche de vols - « notamment Google » - ont développé des moyens de déterminer le coût total d'un billet en classe économie pour les voyageurs qui ont l'intention de voyager avec une valise en cabine. Les sièges d'American perdaient donc la bataille de la comparaison sur les moteurs de recherche de vol. Don Casey, le vice-président senior de la gestion des revenus, a déclaré que ce réajustement apporterait annuellement 100 millions de dollars supplémentaires de revenus, en générant plus de ventes de billets.

LOMBOK AURA SON TERMINAL DE CROISIÈRE

11/07/2018 travelmole.com

Lombok, la petite île située à l'est de Bali, sera bientôt dotée d'un terminal de croisière. Les travaux devraient être terminés d'ici 2019, pour un coût d'environ 90 millions de dollars US. Il pourra accueillir un paquebot de 4 000 personnes ou deux petits navires. Il permettra aux croisiéristes de découvrir les îles Gili, renommées pour le snorkeling. Il servira de porte d'entrée pour les touristes étrangers qui visitent la province et offrira une alternative au port de Benoa à Bali. Il complètera surtout l'énorme zone touristique d'un milliard de dollars actuellement en construction à Mandalika, dans le sud de l'île.

QUAND LES HÔTELS S'INSPIRENT DE NETFLIX

26/07/2018 Skift

Si depuis plus de 20 ans, les gains d'Amazon et de Netflix ont été constants c'est parce que toutes les deux exploitent la puissance du modèle d'affaires « plate-forme ». Mais comment les hôtels peuvent s'en inspirer ? Selon une étude de la Harvard Business Review, une meilleure personnalisation peut multiplier par 5 à 8 fois le retour sur investissement (ROI) des dépenses marketing et peut augmenter les ventes de 10 %. Aujourd'hui, l'industrie de l'hôtellerie se rapproche de plus en plus du modèle d'affaires de la plate-forme et se concentre sur un processus d'achat plus fluide et personnalisé. Cela peut concerner la gestion immobilière, la gestion centralisée, la gestion des canaux, la gestion des revenus, le CRM... « Les hôtels ont besoin d'une multitude de systèmes pour gérer leurs affaires, commente Marco Benvenuti, responsable de la stratégie pour Duetto. C'est l'une des raisons pour lesquelles l'industrie a du mal à suivre le rythme des OTAs. C'est excitant de voir l'industrie commencer à adopter de vraies plates-formes capables de réunir toutes ces technologies et d'ouvrir la porte à une véritable innovation. »

Page réalisée par Clément Peltier

« UNE VIE DE PALACE »

Jean-Luc Cousty, directeur général du Lutetia

Diriger une légende de l'hôtellerie, c'est un métier pas comme les autres. En reprendre les rênes après quatre ans de travaux colossaux, ça n'arrive qu'une fois dans une vie. Mais il reste serein, Jean-Luc Cousty.



depuis 2008 le directeur général, jusqu'à la fermeture en 2014. Pendant quatre ans, tout a été désossé, repensé, reconstruit, peaufiné. Un big bang. Mais Jean-Luc Cousty est plus que jamais confiant dans cette maison dont il connaît par cœur le fonctionnement. C'est là l'apanage des légendes : elles sont immuables. Rien ne change, même si tout a changé. Et même si pendant ce temps, l'hôtellerie et ses codes n'ont cessé de se transformer. « Il y a une chose qu'il faut impérativement garder, c'est la tradition du service à la française, estime Jean-Luc Cousty. Mais je veux cultiver aussi un esprit de famille. Il faut qu'on soit en interaction

D'autant qu'une autre révolution s'est jouée entre deux coups de pelleuse. « Nous étions auparavant membre du groupe Concorde. Maintenant, nous sommes autonomes. Nous avons dû mettre en place en interne, en s'appuyant sur la collection The Set Hotels, des services communication, marketing, revenue... Il nous a fallu aller chercher les compétences qui correspondent et fédérer une nouvelle équipe. C'est une façon de travailler totalement différente. »

IL VOULAIT DEVENIR PÂTISSIER

Pendant la fermeture du Lutetia, Jean-Luc Cousty a dirigé une autre adresse prestigieuse : l'Hôtel du Palais, à Biarritz, renouant avec le Sud-Ouest dont il vient. C'est en Dordogne que tout a commencé. Tombé dans la marmite en donnant un coup de main dans le restaurant d'une grand-tante, il voulait devenir pâtissier. « J'ai mal tourné, s'amuse-t-il. J'ai appris la cuisine en école hôtelière mais je ne suis jamais devenu cuisinier. » Avec la musique, la cuisine reste une de ses grandes passions. « Je peux y passer des journées entières, confie-t-il. Aller au marché, plonger dans les livres de recettes... » On l'imagine bien aux fourneaux de sa maison de campagne, en Bourgogne, où il s'échappe régulièrement de la vie parisienne.

Émile Vignon

D'un calme olympien. Malgré les dizaines de journalistes qui papillonnent à travers le Lutetia et les interviews qui s'enchaînent. Nous sommes alors à trois jours de la réouverture, et Jean-Luc Cousty se montre serein, heureux de voir le Lutetia reprendre du service. Son histoire avec l'hôtel s'écrit en plusieurs chapitres. Entré en tant que directeur administratif en 1990, il quitte l'établissement pour y revenir un peu plus tard, comme directeur d'exploitation, en charge de la restauration. Il en était

avec le client, que l'on soit bienveillant, et qu'on prenne le temps pour lui. Aujourd'hui, le client attend une relation humaine qui soit chaleureuse, c'est primordial. »

DOUBLER LE CA, DEVENIR UN PALACE

Ses objectifs sont ambitieux : doubler le chiffre d'affaires d'ici 5 ou 6 ans, et décrocher le label Palace. « Une ouverture, c'est toute une mécanique à mettre en œuvre. Nous sommes vraiment dans un devoir d'efficacité. »



APPELS D'OFFRES

Avis de concession

I. II. IV. VI. AVIS DE CONCESSION

SECTION I : POUVOIR ADJUDICATEUR/ENTITÉ ADJUDICATRICE

I.1) NOM ET ADRESSES

Ville de Fréjus, Place Formigé CS70108, 83608, Fréjus Cedex, F, Courriel : marchespublics@ville-frejus.fr, Code NUTS : FRL05
Adresse principale : <http://www.ville-frejus.fr>
Adresse du profil acheteur : <https://www.marches-securises.fr>

I.3) COMMUNICATION

Les documents du marché sont disponibles gratuitement en accès direct non restreint et complet, à l'adresse : <https://www.marches-securises.fr>

Adresse à laquelle des informations complémentaires peuvent être obtenues : le ou les point(s) de contact susmentionné(s)

Les candidatures ou, le cas échéant, les offres doivent être envoyées : par voie électronique via : <https://www.marches-securises.fr> au(x) point(s) de contact susmentionné(s)

La communication électronique requiert l'utilisation d'outils et de dispositifs qui ne sont pas généralement disponibles. Un accès direct non restreint et complet à ces outils et dispositifs est possible gratuitement à l'adresse : <https://www.marches-securises.fr>

I.4) TYPE DE POUVOIR ADJUDICATEUR

Autorité régionale ou locale

I.5) ACTIVITÉ PRINCIPALE

Services généraux des administrations publiques

SECTION II : OBJET

II.1) ÉTENDUE DU MARCHÉ

II.1.1) Intitulé : Exploitation d'un petit train routier touristique

Numéro de référence : 18CS05

Code CPV principal : 37527100

II.1.3) Type de marché/ Services

II.1.4) Description succincte : Exploitation d'un petit train routier touristique

II.1.5) Valeur totale estimée :

Valeur hors TVA : 500 000 euros

II.1.6) Information sur les lots :

Ce marché est divisé en lots : non

Mots descripteurs : Délégation de service public, Transport

II.2) DESCRIPTION

II.2.2) Code CPV additionnel: 60112000

II.2.3) Lieu d'exécution

Code NUTS : FRL05

Lieu principal d'exécution : Ville de Fréjus

II.2.4) Description des prestations : Afin de permettre aux touristes d'avoir un aperçu des différents sites touristiques de Fréjus, la Ville

souhaite mettre en place un service de transport de personnes, sous la forme d'un petit train routier touristique en faisant appel à un exploitant privé. Ce train sera proposé du 1^{er} juin au 15 octobre, pendant l'ensemble des zones de vacances scolaires, les week-end du 1^{er} avril au 30 mai ainsi que la semaine qui précède les vacances scolaires de Noël. Le candidat retenu exploitera le service à ses frais et risques. Il supportera tous les frais inhérents à ses activités. Il se rémunérera sur les recettes d'exploitation perçues auprès des usagers du service.

II.2.5) Critères d'attribution

La concession est attribuée sur la base des critères décrits ci-dessous

1. Proposition technique (type de train, circuit proposé, horaires et toute autre information que le candidat jugera utile de présenter à l'appui de sa proposition)

2. Montant de la redevance annuelle proposée

3. Politique tarifaire pratiquée à l'attention des usagers

II.2.6) Valeur estimée

Valeur hors TVA : 500 000 euros

II.2.7) Durée de la concession

Durée en mois : 60

II.2.13) Information sur les fonds de l'Union européenne

Le contrat s'inscrit dans un projet/programme financé par des fonds de l'Union européenne : non

II.2.14) Informations complémentaires :

Mots descripteurs : Délégation de service public, Transport

SECTION III : RENSEIGNEMENTS D'ORDRE JURIDIQUE, ÉCONOMIQUE, FINANCIER ET TECHNIQUE

III.1) CONDITIONS DE PARTICIPATION

III.1.1) Habilitation à exercer l'activité professionnelle, y compris exigences relatives à l'inscription au registre du commerce ou de la profession

Liste et description succincte des conditions, indication des informations et documents requis :

-Une lettre de candidature datée et signée, accompagnée du pouvoir de la personne habilitée à engager le candidat et, le cas échéant, l'habilitation du mandataire du groupement par ses cotraitants ; en cas de groupement de candidats, la lettre de candidature indiquera la composition et la forme du groupement, les noms du mandataire et du/des cotraitants ;

-Une présentation du candidat ou, pour les entreprises, un dossier comportant les éléments juridiques relatifs à la structure de l'entreprise : forme juridique, date de création, adresse du siège social, extrait original du registre du commerce et des sociétés si la société est immatriculée (datant de moins de trois mois), copie des statuts pour les sociétés créées ou projet de statuts pour les sociétés en cours de constitution, les noms des associés, tout élément laissant apparaître son organisation, ses moyens humains et matériels, ses activités principales et accessoires ;

-La déclaration sur l'honneur pour justifier que le candidat n'entre dans aucun des cas mentionnés à l'article 19 du décret n° 2016-86 du 1^{er} février 2016 ;

-Les attestations d'assurances responsabilité civile et professionnelle en cours de validité ;

-Toute habilitation nécessaire à l'exploitation d'un petit train touristique

III.1.2) Capacité économique et financière Critères de sélection tels que mentionnés dans les documents de la consultation

III.1.3) Capacité technique et professionnelle Critères de sélection tels que mentionnés dans les documents de la consultation

III.2) Conditions liées à la concession

III.2.4) Concession éligible au MPS

La transmission et la vérification des documents de candidatures peut être effectuée par le dispositif Marché public simplifié sur présentation du numéro de SIRET : OUI

La transmission et la vérification des documents de candidatures peut être effectuée par le dispositif Marché public simplifié sur présentation du numéro de SIRET : OUI

SECTION IV : PROCÉDURE

IV.1) DESCRIPTION

IV.1.8) Information concernant l'accord sur les marchés publics (AMP)

Le marché est couvert par l'accord sur les marchés publics : oui

IV.2) RENSEIGNEMENTS D'ORDRE ADMINISTRATIF

IV.2.2) Date limite de remise des candidatures ou de réception des offres : 1er octobre 2018

IV.2.4) Langue(s) pouvant être utilisée(s) dans l'offre ou la demande de participation : français

français

SECTION VI : RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

VI.1) RENOUVELLEMENT

Il ne s'agit pas d'un marché renouvelable

VI.4) PROCÉDURES DE RECOURS

VI.4.1) Instance chargée des procédures de recours :

Tribunal administratif de Toulon, 5 rue Racine - BP 40510, 83041, Toulon Cedex 9, F,

Téléphone : (+33) 4 94 42 79 30, Courriel : greffe.ta-toulon@juradm.fr, Adresse internet : <http://www.toulon.tribunal-administratif.fr>

VI.4.3) Introduction de recours :

Précisions concernant les délais d'introduction de recours : Les voies de recours ouvertes aux candidats sont les suivantes : Référé pré-contractuel prévu aux articles L.551-1 à L.551-12 du Code de justice administrative (CJA), et pouvant être exercé avant la signature du contrat.

Référé contractuel prévu aux articles L.551-13 à L.551-23 du CJA, et pouvant être exercé dans les délais prévus à l'article R. 551-7 du CJA.

Recours pour excès de pouvoir contre une décision administrative prévu aux articles R. 421-1 à R. 421-7 du CJA, et pouvant être exercé dans les 2 mois suivant la notification ou publication de la décision de l'organisme (le recours ne peut plus, toutefois, être exercé après la signature du contrat).

Recours de pleine juridiction ouvert aux tiers justifiant d'un intérêt lésé, et pouvant être exercé dans les deux mois suivant la date à laquelle la conclusion du contrat est rendue publique.

VI.4.4) Service auprès duquel des renseignements peuvent être obtenus sur l'introduction de recours :

Tribunal administratif de Toulon, 5 rue Racine - BP 40510, 83041, Toulon Cedex 9, F,

Téléphone : (+33) 4 94 42 79 30, Courriel : greffe.ta-toulon@juradm.fr, Adresse internet : <http://www.toulon.tribunal-administratif.fr>

VI.5) DATE D'ENVOI DU PRÉSENT AVIS : 12 juillet 2018

12 juillet 2018



RECTIFICATIF - Avis de concession

Annnonce N° 18-117321

Publié au BOAMP et au JOUE

SECTION I : POUVOIR ADJUDICATEUR/ENTITÉ ADJUDICATRICE

I.1) NOM ET ADRESSES

CA EVREUX PORTES DE NORMANDIE, 9 rue Voltaire CS 40423, Point(s) de contact : Service commande publique, 27004, Evreux Cedex, F, Téléphone : (+33) 2 32 31 92 91, Courriel : marches@epn-agglo.fr, Code NUTS : FRD2
Adresse(s) internet : <http://www.evreuxportesdenormandie.fr/>
Adresse du profil acheteur : <https://marchespublics.eure.fr>

SECTION II : OBJET

II.1) ÉTENDUE DU MARCHÉ

II.1.1) Intitulé : Concession de service public pour la conception, la réalisation, le financement, l'exploitation, l'entretien et la maintenance, d'un parc de loisirs par l'intermédiaire d'une société d'économie mixte
Numéro de référence : 2018SEMOP

II.1.2) Code CPV principal :

Descripteur principal : 45212120

Descripteur supplémentaire :

II.1.3) Type de marché

Services

II.1.4) Description succincte : Sélection du ou des actionnaire(s) opérateur(s) économique(s) associé(s) à Evreux Portes de Normandie pour la constitution d'une SEMOP et l'attribution à celle-ci d'un contrat de concession de service public pour la conception, la réalisation, le financement, l'exploitation, l'entretien et la maintenance d'un parc de loisirs
Mots descripteurs : Délégation de service public

Section VI : Renseignements complémentaires VI.6) RÉFÉRENCE DE L'AVIS ORIGINAL

Numéro de l'avis au JO série S : 2018/S 120-274763 du 26/06/2018

Numéro de l'avis à l'Echo touristique : 3178 - Juillet / Août 2018

Section VII : Modifications

VII.1) Informations à rectifier ou à ajouter

VII.1.1) Motif de la modification

Modification des informations originales fournies par le pouvoir adjudicateur

VII.1.2) Texte à rectifier dans l'avis original

Numéro de section : IV.2.2)

Au lieu de

Date : 7 septembre 2018 Heure locale : 16:00

Lire

Date : 24 septembre 2018 Heure locale : 16:00

VII.2) Autres informations complémentaires :

Le document de préfiguration est toujours téléchargeable sur le profil acheteur à l'adresse <https://marchespublics.eure.fr> (entité publique : B'n - communauté d'agglomération Evreux Portes de Normandie)

CHOISISSEZ LA MEILLEURE EXPOSITION POUR VOS APPELS D'OFFRES !

Pour vos insertions :
tél. 01 55 35 38 95

cmouvet@lechotouristique.com



APPEL À PROJETS

IMPLANTATION D'ACTIVITÉS

ÉCONOMIQUES ET TOURISTIQUES

SUR LE PORT DE VIRIGNIN (01300)

1. ORGANISME LANÇANT L'APPEL À PROJETS.

Communauté de communes Bugey Sud - 01300 BELLEY
04 79 81 41 05 - accueil@ccbugeysud.com

2. OBJET.

Appel à projets en vue de la mise à disposition partielle de terrains sur le site portuaire de Virignin dans l'objectif d'implanter des activités économiques et touristiques.

3. PROCÉDURE APPLICABLE.

La présente consultation ne relève pas de la réglementation sur les marchés publics. Il s'agit d'une autorisation d'occupation temporaire du domaine public (AOTDC) passée en application des dispositions du code général de la propriété des personnes

publiques, modifié par l'ordonnance n°2017-562 du 19 avril 2017 relative à la propriété des personnes publiques.

4. MODALITÉS DE RETRAIT DES DOCUMENTS COMPOSANT L'APPEL À PROJET.

Le dossier est téléchargeable gratuitement à l'adresse électronique suivante : <http://ccbugeysud.e-marchespublics.com>.

*Pour tout téléchargement du dossier, les candidats sont invités à s'identifier lors du téléchargement du dossier et à vérifier la validité de l'adresse mail qu'ils ont indiquée, afin de pouvoir être alertés par toute modification ou complément apportés au cahier des charges ou toutes réponses aux questions posées par des candidats dans le cadre de la consultation.

5. COMPOSITION DU DOSSIER D'OFFRE À REMETTRE PAR LE CANDIDAT.

Les pièces que les candidats devront fournir dans le dossier d'offre sont précisées à l'article 11 du cahier des charges.

6. CONDITIONS DE REMISE.

Sous pli cacheté avec la mention suivante « Appel à projet port de Virignin - Ne pas ouvrir », adressé par pli recommandé avec AR ou remis contre récépissé à : Communauté de communes Bugey Sud - 55 Grande rue - BP 3 - 01300 BELLEY
Date et heure limites de remise : Vendredi 28 septembre 2018 à 12h.00

7. CRITÈRES DE SÉLECTION.

- Cohérence du projet au regard des orientations et objectifs définis dans le présent cahier des charges :

- Création de valeur ajoutée : développement d'une offre d'hébergement, développement d'une offre de loisirs et de services complémentaires sur Bugey Sud, projets innovants ...

- Intégration environnementale et paysagère du projet et le parti pris d'aménagement et architectural.

- Crédibilité du projet au plan technique et au plan financier.

- Délais de réalisation envisagés avec fourniture par le candidat d'un rétro-planning.

- Compatibilité du projet avec les autres usages du site.

8. DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS.

Par mail à l'adresse suivante : e.giraud@ccbugeysud.com.

Les porteurs de projets intéressés peuvent venir visiter le site librement.

9. INSTANCE CHARGÉE DES PROCÉDURES DE RECOURS.

Tribunal administratif de Lyon
184 rue Duguesclin - 69433 LYON cedex 03
Tél : 04.78.14.10.10 - Fax : 04.78.14.10.65 - greffe.ta-lyon@juradm.fr
10. Date de parution.
22/08/2018



**TURKISH
AIRLINES**

**DÉCOUVREZ
PHUKET, LES MALDIVES,
L'ÎLE MAURICE ET
ZANZIBAR
AVEC TURKISH AIRLINES**

TURKISHAIRLINES.COM

A STAR ALLIANCE MEMBER 