

DAVID LEBÉE  
COMMENT DAYUSE PEUT  
UBÉRISER BOOKING

EXCLUSIF

# 30 START-UP À SUIVRE

LE RÉVEIL DE  
L'AFRIQUE





Nouveau millésime,  
des voyages à savourer\*



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

[voyamar.pro](http://voyamar.pro)



*Faites vivre l'Instant Ponant  
à vos clients*

10h45

45° 25' 43.524" Nord

12° 20' 7.648" Est





## Avec PONANT, Voyager devient un Art

Depuis 30 ans, PONANT, seule compagnie de croisières sous pavillon français, conçoit pour ses passagers de véritables voyages d'exception autour de thématiques riches et variées.

**Olivier de Kersauson, Luc Ferry, Frédéric Mitterrand, Patrick Poivre d'Arvor, Eric Emmanuel Schmitt, Xavier Darcos, Franz-Olivier Giesbert, Alain Duault, Yves Coppens...** À bord de ces croisières culturelles, des invités d'honneur de renom partagent leur expertise et leur passion aux cours d'échanges ou de conférences.

Équipage français, confort 5 étoiles, gastronomie, service raffiné : avec PONANT, **le plaisir du yachting de croisière s'allie à celui de la découverte culturelle.**

Découvrez toutes les destinations de croisières culturelles PONANT sur [ponant.com/Espace-professionnels](http://ponant.com/Espace-professionnels)

Renseignements et réservations au **04 91 16 16 28**

 **PONANT**  
YACHTING DE CROISIÈRE



# 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

8 | **CONVERSATION AVEC**  
David Lebé : comment Dayuse  
peut ubériser Booking



**L'INFO GRAPHIQUE** | 12  
Save the date

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

**ÉCONOMIE /  
FINANCES** | 18

20 | **CHIFFRES**

**ENQUÊTE AFRIQUE** | 22  
Le réveil de l'Afrique



34 | **ENQUÊTE START-UP**  
30 start-up à suivre...

## DESTINATIONS

### INTERNATIONAL

52 | **LITUANIE**

**LAS VEGAS** | 60

64 | **FORMALITÉS**

### FRANCE

**MONTAGNE** | 66

71 | **AILLEURS EN FRANCE**

**AU NOM DE LA LOI** | 72  
L'actualité juridique  
et réglementaire.

## SOLUTIONS

### FOCUS ÉCO

74 | **VOYAGES  
D'AFFAIRES**

**PRODUCTION HIVER** | 78

86 | **PARCS AMÉRICAINS**

**CROISIÈRES** | 88



92  
**INNOVATION**

Le tourisme virtuel sera bel et bien  
une réalité

94  
**FISCALITÉ/DROIT**

Quand le CE disparaît...

96  
**STRATÉGIE**

Créer son entreprise  
du voyage : 4 étapes clés

100  
**REVUE DE PRESSE**

News du monde

102  
**START-UP**

My Green Trip

104  
**ARRÊT SUR IMAGE**

Dîner des décideurs de l'Écho touristique

106  
**PORTRAIT**

Valéry Muggeo, l'autre président de  
Selectour

« Après  
l'Europe,  
les États-Unis  
et l'Asie  
sont nos  
priorités. »

### *Bio express*

2004 : BTS hôtellerie-restauration  
(École Ferrandi à Paris)

2008-2010 : direction de l'hôtel  
Amour à Paris

2011 : co-crédation de Dayuse

© photos Alexandre Nestora

# Comment Dayuse peut ubériser Booking

*C'est à l'hôtel Amour de Paris qu'est née l'idée. Les hôtels sont busy la nuit et vides le jour, autant les occuper ! Dayuse s'est ainsi positionné pour vendre des 5 à 7, et pas seulement auprès des couples. Nous avons interviewé son PDG-cofondateur David Lebée, qui veut révolutionner la consommation hôtelière et devenir un fournisseur technologique nouvelle génération auprès des hébergeurs.*

**L'Écho touristique : La genèse de Dayuse, c'était lorsque vous étiez à la direction de l'hôtel Amour à Paris. Racontez-nous...**

**David Lebée :** Des clients venaient, gênés, non pour réserver une nuit mais quelques heures en journée. Je ne pouvais pas absorber la demande, nous avions seulement 24 chambres. En effectuant des recherches sur Internet, j'ai constaté qu'aucune plate-forme de réservation n'avait industrialisé le service. C'est ainsi qu'est né Dayuse, avec un capital de 4 000 €.

**Depuis, des concurrents ont émergé, et les hôteliers se mettent à vendre des chambres de jour. N'êtes-vous pas en danger ?**

**David Lebée :** Toutes les entreprises assez disruptives dans leur industrie génèrent de la concurrence. Airbnb et Uber ont été très copiées. Ce n'est pas un mal en soi, puisque la multiplication des acteurs permet d'éduquer le marché, et de ne pas supporter seul la charge de communication. Maintenant, c'est vrai, il faut garder le leadership. Fin 2015, nous avons levé 15 M€, avec deux grands fonds d'investissement européens. Idinvest\*, qui est actionnaire de Criteo, Meetic, Leetchi, Frichti, a mis 10 M€ chez nous. Nos concurrents européens n'ont jamais bouclé de levée de fonds de plus de 3 M€, et n'ont pas tout à fait le même business model que le nôtre. Nous avons des concurrents ailleurs, comme en Inde et aux États-Unis.

**Vous demandez une commission de 15 à 20 %. D'ailleurs, les hôteliers proposent à leur tour le « dayuse » notamment pour faire des économies...**

**David Lebée :** Des chaînes s'y sont effectivement mises. Hilton est sur le segment

du dayuse proposé sur son site depuis trois ans. Et AccorHotels depuis deux ans, sans pour autant générer de revenus significatifs. Notre relation avec le groupe s'est d'ailleurs consolidée au cours des derniers mois. Les clients qui cherchent un dayuse ne vont pas forcément sur le site de l'hôtelier, notamment parce qu'ils veulent du choix.

**Daysuse a réalisé un volume d'affaires de 10 M€ en 2015, 20 M€ en 2016, 40 M€ en 2017. Et toujours 500 M€ en 2020 ?**

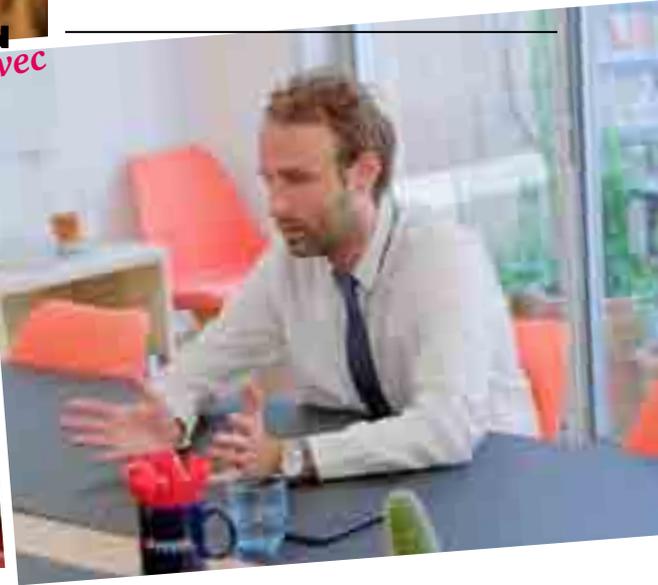
**David Lebée :** C'est un ordre de grandeur. Il reste pas mal de travail pour atteindre plus de dix fois les ventes de la dernière année - ce qui est assez colossal. Le plan sera réalisable entre 2020 et 2025. Nous sommes aujourd'hui alignés avec l'objectif des 500 M€ en 2020. Nous sommes sur un rythme de 3 000 réservations par jour, dans le monde, soit trois ou quatre Concorde Lafayette chaque jour. Nous n'allons pas nous en satisfaire. L'objectif est de monter à 25 000 ou 30 000 par jour.

**Début 2017, vous nous avez déclaré « Depuis 2016, on dépense plus qu'on gagne ; le retour à l'équilibre est prévu mi-2018. » Qu'en est-il ?**

**David Lebée :** On s'en approche. Nous pourrions devenir rentables sous trois mois. Mais nous ralentissons notre croissance, ce que nous ne souhaitons pas. Nous préférons générer de la perte pour grandir vite. Une société qui ambitionne de faire un multiple de 10 dépense plus qu'elle gagne. Depuis un an, nous ne sommes plus un e-commerçant classique ou une OTA traditionnelle. Nous sommes en passe de devenir une société technologique. Dayuse prépare pour les hôteliers des outils permettant la gestion des inventaires de jour : chambres en dayuse, spas, salles de fitness... Aujourd'hui, leur PMS, conçu pour « une chambre = une nuit », ne leur permet pas d'intégrer

## CONVERSATION

avec



le dayuse dans leur inventaire. Nous développons des solutions pour gérer, demain, les assets de journée, comme une piscine pendant 2h, jusqu'à la facturation. Dans cette perspective, d'ailleurs, nous avons reçu cette année de la Commission européenne une subvention de plus de 1 M€, sur un sujet R&D. Bruxelles estime que nous pouvons devenir un leader mondial de la technologie hôtelière dans une perspective, face aux PMS classiques. Dayuse veut ainsi développer une dimension technologique très forte, afin de proposer des outils à compter de début 2019.

### **Vous aurez deux métiers, ou vous pivotez pour devenir un fournisseur technologique, et abandonner peu à peu votre positionnement B2C ?**

**David Lebée :** Deux métiers. Nous resterons le leader de la distribution hôtelière en journée. Mais, en parallèle, nous deviendrons un fournisseur technologique, en intégrant aussi un changement dans la consommation hôtelière de nuitées. Nous avons une vraie valeur ajoutée là-dessus, quitte à mettre des grains de sable dans les rouages de Booking.

### **L'industrie hôtelière est-elle prête à de tels changements ?**

**David Lebée :** L'industrie est plutôt réfractaire au changement. Mais, avec Airbnb, ses avantages prix et expérientiel, elle s'est remise en question, et l'impact a été plutôt positif. Nous voulons que le client paie le juste prix, par rapport aux services qu'il consomme, ce qui est très disruptif. Les millennials le demandent. L'idée, c'est que l'hôtelier commercialise ses assets inoccupés, comme ses chambres dans la journée, et donc de générer des revenus. C'est notre leitmotiv depuis le début.

### **Quel est votre mix-clientèle ?**

**David Lebée :** Nous avons 40 % de « loisirs », incluant les couples et les familles pour des soldes par exemple. 30 % sont des voyageurs, des gares ou des aéroports, dont le

train ou le vol a été annulé, ou ayant un long temps de correspondance. Nous sommes d'ailleurs en négociation avec Air France, Eurostar et MisterFly. Enfin, 30 % des clients sont corporate. C'est un sujet d'actualité puisque nous avons mis en place un partenariat avec CDS Groupe. CDS est un premier pied dans le business travel, pour toucher de grands groupes dont les collaborateurs voyagent à l'international. Nous espérons un jour signer avec Amex, Charles Petruccelli (ex-American Express Travel, ndlr) étant au board.

« Nous espérons un jour signer avec Amex. »

### **Vous avez plus de 4 000 hôtels, contre 3 000 il y a un an. Le parc évolue doucement, non ?**

**David Lebée :** Le rythme n'est pas très rapide parce que les chaînes voudraient la connectivité directe avec leur propre PMS, sur laquelle nous travaillons.

### **Avez-vous beaucoup d'indépendants parmi vos clients ?**

**David Lebée :** Les indépendants représentent 60 % des établissements, contre 40 % pour les chaînes. Nous avons des contrats-cadres avec six des plus grandes chaînes mondiales. Nous avons signé avec AccorHotels, Hilton, Marriott, Louvre. Notre positionnement est toujours 4 et 5\*. Tout notre concept repose sur des allotements, dans 4 000 hôtels partenaires, à raison de cinq chambres par établissement en moyenne. Nous disposons d'environ 25 000 chambres par jour sur la plate-forme, qui nous appartient. À l'inverse des OTAs classiques, nous n'avons pas de date de rétrocession.

### **En moyenne, les clients choisissent le créneau 12h-17h, et déboursent 89 €. N'est-ce pas ?**

**David Lebée :** Oui, et nous sommes en moyenne à moi-



« L'hôtel n'est plus un seul lieu d'hébergement et de tourisme, mais devient un lieu de vie. »

tié prix de la nuitée. Avant le dayuse, les clients payaient le prix d'une nuitée pour quelques heures. Nous avons ouvert le dayuse tardif, jusqu'à 23h, au deux-tiers du prix. Toujours dans l'optique d'aider les hôteliers à remplir des chambres vides.

**Cet été, L'Express a titré « Sexe à l'hôtel en pleine journée, le nouveau chic du 5-à-7 ». L'ambiguïté de votre positionnement vous sert-elle toujours autant ?**

**David Lebée :** Cela ne me dérange pas vraiment. C'est ainsi que nous avons émergé avec un budget de 4 000 €. Je ne sais pas si c'est le côté latin de notre pays ou l'histoire du buzz médiatique qui joue. Mais cette idée est tenace en France. Les Anglo-Saxons considèrent surtout que notre service est pratique, notamment en cas de problème de transport.

**Où en est l'international ? Les États-Unis et l'Asie sont plus longs et coûteux que prévu ?**

**David Lebée :** Nous sommes dans plus de 20 pays. Nous sommes présents à Los Angeles, San Francisco, Chicago, Miami, New York. Toutes les villes n'ont pas la même maturité, nous commençons avec une croissance de 300 %. Notre grande priorité après l'Europe, où nous sommes leaders, c'est l'Amérique d'abord, et l'Asie ensuite. Mais la Chine attendra 2019.

**Vous avez un bureau à Hong Kong...**

**David Lebée :** Oui, mais Hong Kong, où nous avons un site en mandarin et en anglais avec la marque Dayuse, ce n'est pas la Chine. Pour la Chine, nous devons avoir une structure avec un associé chinois, et une marque chinoise.

**Fin 2015, vous avez levé 15 M€. Prévoyez-vous une autre levée ? Et si oui, pourquoi pas avec un hôtelier ?**

**David Lebée :** On discute, on réfléchit, ce n'est pas inenvisageable. Tout dépendra notamment de la technolo-

gie, qui coûte cher. Depuis notre première levée, nous sommes en contact avec d'autres fonds. Le prix remis par Phocuwright nous a offert une belle visibilité aux États-Unis, et nous a ouvert des portes de Marriott et d'Hilton. Nous avons été en discussion avec des chaînes hôtelières internationales il y a un an. Mais j'ai décidé avec mes associés de ne pas aller dans cette direction. L'avenir, c'est seul, ou racheté par Booking, Expedia ou autre.

**Booking ou Expedia représentent votre plus grande menace ?**

**David Lebée :** Nous avons discuté avec eux. Notre business reste assez artisanal, il ne les intéresse pas vraiment.

**Comment évoluent les comportements des clients ?**

**David Lebée :** La consommation hôtelière a changé. Nous avons la possibilité de réserver de manière instantanée. Le digital a rendu la consommation presque immédiate du besoin, et permis une consommation ludique des hôtels. C'est le « daycation » : nous pouvons profiter des hôtels de notre propre ville. Cela permet aussi de resituer l'hôtel au milieu de son quartier, c'est plutôt bon pour l'industrie. Les gens ont trop longtemps méconnu les hôtels voisins de leur domicile. L'hôtel n'est plus un seul lieu d'hébergement et de tourisme, mais devient un lieu de vie, ce qui me plaît. Je travaille dans l'hôtellerie depuis 20 ans. Quand j'ai commencé comme apprenti à 16 ans, nous apprécions d'aller prendre un verre en fin de service au Lutetia avec les serveurs et les « cuistos ».

**Avez-vous des discussions avec les GDS ?**

**David Lebée :** Oui, absolument. L'idée, c'est qu'un jour Dayuse puisse être commercialisé par des tiers comme par nous-mêmes.

Propos recueillis par Linda Lainé

\* Partech Ventures est l'autres fonds. Les fondateurs possèdent la majorité du capital de Dayuse. Les business angels 20 %.

# Les étrangers de retour sur les fleuves français

Depuis toujours, les fleuves structurent la vie des hommes. La société du loisir dans laquelle nous vivons n'échappe pas à la règle. Pour preuve, les statistiques encourageantes du tourisme fluvial en France, qui a attiré 11,2 millions de passagers (+ 1,3 %) en 2017. Avec 8 501 km de voies navigables, sur les 45 000 que compte l'Europe, la France a une vraie carte à jouer. Pourtant, l'Hexagone affiche du retard sur certains voisins qui exploitent mieux leurs fleuves. En effet, les rives du

Danube ou du Rhin doivent inspirer les professionnels pour améliorer les ports d'escales et surfer sur les tendances (interconnexions avec un réseau cyclable, excursions...). Et attirer une clientèle étrangère qui apprécie le tourisme fluvial. Après avoir délaissé les grandes villes françaises suite à la vague d'attentats en 2015, les étrangers reviennent et représentent plus de la moitié du nombre total de passagers de l'activité fluviale en France (54 %). Florian De Paola



## PROMENADES

**10,5 millions** de passagers transportés  
(+ 14 % vs 2016), dont 7,4 en Île-de-France (+ 21 % vs 2016)

**1,6 million de nuitées** vendues en 2017 (- 9,6 % vs 2016)...

mais plus de passagers transportés (426 640, soit + 8,9% vs 2016) : les durées des croisières raccourcissent

**22 190** sièges  
**153** bateaux

## CROISIÈRES

### TOP 5

1. Américains
2. Australiens
3. Canadiens
4. Allemands
5. Autrichiens

### OBJECTIF 2020

**500 000** passagers

Un seul grand  
opérateur français :  
**CroisiEurope**,  
et sa cinquantaine de bateaux



### MARCHÉ

**500 millions d'euros**  
de chiffre d'affaires en 2017 en France (DGE)

**600 participants** de  
**21 nationalités différentes**  
aux 4<sup>e</sup> Rencontres du tourisme fluvial,  
organisées en février à Bordeaux

**Le Rhin**  
est le fleuve le plus  
fréquenté d'Europe

**La Seine,**  
principalement autour de Paris, le canal du  
Midi, et le canal de la Marne au Rhin sont les  
voies d'eau les plus demandées

### VOIES NAVIGABLES

### RÉSEAUX

**500 000**  
sites d'escale pour  
accueillir les bateaux

**7 %**  
sur un itinéraire  
« véloroute »



### TOP 5

1. Allemands
2. Néerlandais
3. Belges
4. Britanniques
5. Suisses

### LOCATION DE BATEAUX



**118 870** passagers ont loué leurs  
propres bateaux en 2017

**90 €** jour/ personne



# FREDDIE MERCURY IS BACK



Le saviez-vous ? Freddie Mercury a travaillé en tant que bagagiste à l'aéroport de Heathrow à Londres. Pour célébrer l'anniversaire de la légende du rock, le 5 septembre dernier, l'aéroport et British Airways avaient prévu un hommage. Les bagagistes de l'aéroport ont exécuté une chorégraphie inspirée des prestations de Freddie Mercury. Par ailleurs, ce même jour, tous les passagers répondant au nom de Freddie, Frederick ou Farrokh (véritable nom du chanteur de Queen) décollant depuis le Terminal 5 ont été invités à profiter du salon de British Airways.



# LA CHINE À L'ASSAUT DE COLMAR

La ville d'Alsace pourrait bientôt voir des milliers de touristes chinois déambuler dans ses ruelles. Comment ? Grâce à une émission de télévision chinoise développée par Hunan TV, deuxième plus grande chaîne nationale chinoise, qui met en scène cinq célébrités s'affrontant lors d'épreuves culinaires. L'émission est si populaire que de nombreux médias chinois ont fait le déplacement pour couvrir l'événement à Colmar. Imaginez ! la saison 1 avait rassemblé plus de 188 millions de téléspectateurs et compté plus de 2,8 milliards de vues sur Internet...



## QUAND LA RÉALITÉ AUGMENTÉE MONTE À BORD

La réalité virtuelle est présente partout même dans la formation professionnelle ! Il y a peu, Virgin Atlantic a adopté une application de réalité augmentée qui permettra à ses futurs PNC de se familiariser avec le Dreamliner. Les membres de l'équipage verront la cabine projetée devant eux et pourront « marcher » dedans. L'application simulera même la vue en taille réelle de l'habitacle, donnant à l'équipage une idée de son nouvel environnement de travail pour une prise de conscience spatiale précise. Et pour les turbulences ?

## EN FORMATION



### LE PUY DU FOU... HAS BEEN

En cette rentrée scolaire, le Puy du Fou nous offre un étrange voyage dans le temps... Les collégiens de l'Académie du Puy du Fou, pour leur première rentrée, ont été séparés : les filles d'un côté, les garçons de l'autre. À l'Académie, on explique que filles et garçons ne réfléchissent pas de la même façon, et qu'ils ne partagent pas les mêmes objectifs dans la vie. À L'Écho touristique, on aime à croire qu'un garçon veuille être danseur et qu'une fillette ambitionne de diriger une entreprise ou même la République. Et, surtout, on préfère quand le Puy du Fou se distingue avec son dernier spectacle ou un prix !

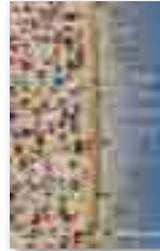


## ON AIME

### LE MESSAGE DE MICHEL-ÉDOUARD LECLERC SUR LINKEDIN

« Nous nous développons : 6 ouvertures d'agences de voyages E.Leclerc cette année, 10 prévues pour 2019 venant s'ajouter au 187 existantes. Un grand « BRAVO » aux 738 salariés et aux adhérents qui collectivement ont réalisé des prouesses saluées par nos partenaires, les tour-opérateurs revendus par le réseau (...) unanimes pour le qualifier de très efficace ! Je veux ! »

## À LIRE



### LE VOYAGE EXISTE-T-IL ENCORE ?

L'être humain n'a jamais autant voyagé qu'en 2017. 1,322 milliard d'arrivées de touristes internationales ont été enregistrées par l'OMT. Pourtant, le voyage existe-t-il encore ? Est-ce que le tourisme de masse n'a pas standardisé le déplacement lié au loisir ? Est-il possible de sortir des sentiers battus, ou tout est prédéfini, partout ? C'est le genre de questions auxquelles tentent de répondre deux chercheurs du CNRS, Thomas Daum et Eudes Girard, dans un livre d'enquête qui invite à réfléchir sur l'organisation de l'industrie du tourisme. « Du voyage rêvé au tourisme de masse », CNRS Éditions. 22 euros.

## COMPAGNIE CHERCHE FEMME PILOTE



Moins de 5 % de femmes pilotes prennent régulièrement les commandes d'un avion. Afin d'inciter davantage de filles à devenir pilotes de ligne, easyJet a lancé une campagne avec un film de recrutement imaginé autour du film « Attrape-moi si tu peux », avec Leonardo DiCaprio. Sauf que c'est Hannah Revie, 9 ans, la fille d'une capitaine d'easyJet, qui joue DiCaprio et est entourée d'un groupe de garçons jouant le rôle de personnel de cabine. EasyJet s'est fixé l'objectif d'atteindre 20 % de nouveaux pilotes femmes d'ici à 2020.



## STAR CLIPPERS

*Aventures Uniques à la Voile*

**CROISIÈRES DE 7, 10 ET 11 NUITS EN INDONÉSIE AU DÉPART DE BALI, DE MAI À OCTOBRE 2018.**

Prix à partir de 1 945€ par personne hors aérien.  
Ce prix comprend la pension complète, les charges portuaires et les sports nautiques.

**Destinations hiver :** les Caraïbes au départ de St Martin ou la Barbade et l'Asie au départ de Phuket et Singapour.

**Destinations printemps-été :** la Méditerranée avec des départs de Cannes, Rome, Venise, Athènes et l'Indonésie au départ de Bali.



Croisières référencées chez Asia, Climats du Monde, Kuoni, Un Océan de Croisières.  
Services réservation Star Clippers Monaco  
au 00 377 97 97 84 00 – info.monaco@starclippers.com  
Brochures disponibles chez Logimail. [www.starclippers.com](http://www.starclippers.com)



# IL EST TEMPS DE VIVRE LE VOYAGE AUTREMENT

Découvrir un pays,  
c'est découvrir  
ceux qui y vivent  
et comment.  
C'est partager,  
échanger, prendre  
le temps d'observer.





**Pas de dress code**

**Pas de buffets**

**Pas de tours organisés**

**Pas de plastique jetable**

**Pas de superflu**

**Préparez-vous  
à découvrir  
une autre  
Île Maurice...**

**We are**



[saltresorts.com](http://saltresorts.com)

@saltresorts

#WeAreSALT

#SALTShakers



Philippe Chérèque  
Président d'American Express GBT

# Amex GBT met la main sur HRG, et après ?

**L'Écho touristique : Quelles sont les chantiers suite à l'officialisation de la fusion entre American Express Global Business Travel (GBT) et Hogg Robinson Group (HRG) ?**

**Philippe Chérèque :** L'intégration des équipes de HRG va commencer, soit 4 000 personnes dans le monde avec un seul responsable par marché. Ce sera ici Julien Kaufmann, DG France d'American Express GBT. Nous ferons aussi converger tous les contrats, avec les clients et les fournisseurs. Dans les négociations avec ces derniers, nous pesons désormais un volume d'affaires de 40 milliards de dollars.

**Quel est l'avantage d'avoir repris HRG ?**

**P. C. :** Il existe une complémentarité géographique. GBT et HRG avaient des clients communs, l'un traitant par exemple le business aux États-Unis et l'autre en Europe. Après les USA, GBT devient N°1 au Canada, en Grande-Bretagne et dans plusieurs autres pays. HRG renforce aussi notre part de marché dans des pays où Amex était un peu plus faible.

**GBT va-t-il disparaître avec cette fusion ?**

**P. C. :** Aucune décision n'a été prise sur l'avenir de la marque qui affichera en attendant la signature « an American Express Company ». L'urgent est de se coordonner pour les appels d'offres en cours. Une seule des deux TMC y répondra en regardant les équipes, les services et les outils qui répondront le mieux aux attentes de la société.

**Quelles sont les conséquences en France ?**

**P. C. :** Nous y consolidons notre position de N°1. HRG était plutôt petit ici - 10 % de ce que GBT réalise - mais traitait la partie hexagonale de grands comptes internationaux. La centaine de salariés de HRG sera intégrée avec des synergies prévisibles dans les RH, les finances... Il n'y a pas de projet à ce stade de réunir nos trois sites, GBT étant à Rueil, HRG à Puteaux et KDS à Issy-les-Moulineaux. La priorité est que cette fusion accompagne la croissance actuelle de GBT qui engrangeait de nouveaux clients.

**Est-ce que HRG possède une spécificité qui profitera à GBT ?**

**P. C. :** Avec 300 personnes en R&D en Grande-Bretagne, HRG investit beaucoup en technologie ce qui nous apportera des produits technologiques plus innovants et productifs. Ainsi, l'outil offline de leur plate-forme deviendra sans doute celui de notre société commune. GBT est aussi très en pointe sur la norme NDC et la connectivité aux compagnies aériennes.

**GBT possède-t-elle d'autres projets d'acquisitions ?**

**P. C. :** Si GBT est présent en propre sur une quarantaine de marchés, il peut y avoir un intérêt économique à racheter les parts d'un partenaire local sur nos autres marchés. Nous regardons ensuite des acquisitions dans la technologie à l'image de KDS. Il faut rester en veille pour ne pas louper la start-up qui bousculera demain le marché.

Propos recueillis par Stéphane Jaladis

## À RETENIR DANS L'ACTU ÉCO

**SIPAREX ENTRE AU CAPITAL DE NG TRAVEL**  
La holding qui coiffe Boomerang Voyages/Kappa Club, Promoséjours et Directours accueille l'ancien actionnaire du groupe Marietton Siparex. NG Travel a enregistré un chiffre d'affaires de 202M€ en 2017 (+ 35 %).

**HOSTMAKER LÈVE 5M\$**  
La start-up anglaise Hostmaker, installée à Paris, a obtenu un financement de 5M\$ auprès de Silicon Valley Bank,

notamment pour faire des acquisitions. Ce spécialiste de la conciergerie locative a déjà levé 25 millions de dollars de fonds depuis sa création en 2014.

**LE GROS ACHAT DE L'ÉTÉ D'AMADEUS**  
Qui est TravelClick ? C'est la dernière acquisition d'Amadeus, pour la coquette somme de 1,52 milliard de dollars. Il s'agit d'un fournisseur de services hôteliers (1 100 employés), basé à New York.

# Sandals

## 16 établissements de prestige

TOUT COMPRIS SUR LES PLUS BELLES  
PLAGES DES CARAÏBES



VOS CLIENTS N'ARRIVENT PAS À CHOISIR ?  
PROPOSEZ-LEUR UN SÉJOUR COMBINÉ D'ÎLES DANS NOS ÉTABLISSEMENTS TOUT COMPRIS.

POUR PLUS D'INFORMATIONS  
SUR LES MEILLEURS HÔTELS  
TOUT COMPRIS DU MONDE

Visitez le site [www.sandals.fr](http://www.sandals.fr)  
OU RENSEIGNEZ-VOUS AUPRÈS  
DE VOTRE TOUR OPÉRATEUR



Meilleure Offre All-Inclusive  
de Luxe des Caraïbes  
22 Années Consécutives

380 000

**CLIENTS DE BRITISH AIRWAYS ONT POTENTIELLEMENT VU LEURS DONNÉES PERSONNELLES ET FINANCIÈRES DÉROBÉES**

suite à une attaque informatique menée du 21 août au 5 septembre. « Nous allons les indemniser pour tout dommage financier qu'ils ont pu subir », a annoncé le directeur général de British Airways, Alex Cruz.

1 MILLION

**DE VISITEURS ONT DÉCOUVERT LA CITÉ DU VIN À BORDEAUX** depuis son ouverture, en juin 2016. Le site a accueilli 30 % de visiteurs étrangers, venus de 176 pays différents. 90 % des visiteurs se disaient satisfaits ou très satisfaits de leur visite, selon l'étude réalisée par Kedje Business School pour la Cité du Vin.

11,4 %

**C'EST LA BAISSÉ DU NOMBRE DE VISITEURS FRANÇAIS EN ESPAGNE AU MOIS DE JUILLET.** Crise politique, attentat, surtourisme... Le pays de Dali subit le contrecoup de différents événements, mais aussi le retour de certaines destinations (Tunisie). Au global, la clientèle étrangère a reculé de 4,9 % sur la même période (2,2 millions).

7 MILLIONS

**DE FRANÇAIS ONT UTILISÉ LES SERVICES D'AIRBNB CET ÉTÉ,** sur les 60 millions d'arrivées constatées par la plate-forme de locations saisonnières. La destination préférée des Français ? La France, tout simplement, Paris en tête. Paris, où la réglementation et les contrôles s'intensifient, est sa destination la plus demandée, toutes nationalités confondues.

75 SALARIÉS

**DEVRAIENT ÊTRE LICENCIÉS PAR HOP! AIR FRANCE,** selon les syndicats de la compagnie aérienne, informés lors d'un comité d'entreprise, à Rungis. L'entreprise voudrait réorganiser ses services administratifs, fermer son site de Rungis et relocaliser une partie du personnel à Nantes et à Clermont-Ferrand.

56 %

**DES FRANÇAIS SE DISENT « DÉSEMPARÉS » SANS LEUR SMARTPHONE** pour prendre des photos pendant leurs vacances, selon une étude réalisée par eDreams/Odigeo. Les millennials sont particulièrement concernés puisque 45 % des 20-29 ans seraient incapables de s'orienter sans leur précieux allié, contre 18 % pour les plus de 60 ans.

1 000 VOLS

**AU MOINS ONT ÉTÉ ANNULÉS AU JAPON** suite au passage du typhon Jebi, le plus puissant ayant frappé le pays lors de ces 25 dernières années. La tempête a notamment isolé l'aéroport du Kansai, situé sur une île artificielle, suite à un accident sur le seul pont la reliant à la terre ferme. 3 000 personnes ont finalement été évacuées vers l'aéroport de Kobe.

200 ANS

**D'HISTOIRE PARTIS EN FUMÉE :** c'est le triste bilan de l'incendie du musée national de Rio de Janeiro, selon Michel Temer, le président du Brésil. Le plus grand musée d'Amérique latine abritait quelque 20 millions d'œuvres, que les internautes essaient désormais de ressusciter avec les photos souvenirs de leurs visites au musée.



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](http://transavia.com)

# LE RÉVEIL DE L'AFRIQUE

*D'ici dix ans, le continent ne sera pas loin d'avoir doublé le nombre de voyageurs internationaux, qui devraient atteindre les 110 millions. Discrètement, mais sûrement, l'Afrique se prépare.*

Enquête réalisée par Émilie Vignon

**A**frica superstar ? Le continent se plaît en tout cas à être là où on ne l'attend pas forcément. Ce n'est sans doute pas un hasard si l'Afrique tenait en mai la vedette au salon VivaTech, grand-messe parisienne de l'innovation. Pas un hasard non plus si le groupe AccorHotels a lancé MyChicAfrica, média « Lifestyle et Travel », vantant, pêle-mêle, les spots de surf de Dakar, la gastronomie raffinée d'Abidjan ou le talent des designers africains. Autant de signaux témoignant d'une certaine effervescence et d'un intérêt croissant pour le continent.

Et ça clignote fort dans le tourisme aussi. Les annonces se multiplient, bien souvent de la part des groupes hôteliers qui élargissent leur terrain de jeu, évoquant qui un projet au Mozambique, qui au Rwanda, au Nigéria, en Angola ou au Ghana, autant de destinations qui brillaient auparavant par leur discrétion. AccorHotels a ainsi annoncé en juillet la création d'un fonds dédié à l'hôtellerie subsaharienne, d'une capacité d'investissement d'un milliard de dollars (lire page 26). Clairement, la concurrence s'aiguise : d'après l'African Tourism Monitor 2018, 417 projets hôteliers sont actuellement portés par des chaînes hôtelières en Afrique, contre 365 en 2016, année où on enregistrait déjà une progression de près de 30 % par rapport à 2015...

## UNE CLASSE MOYENNE QUI MONTE

Pourquoi de tels appétits ? Les chiffres parlent d'eux-mêmes. À l'horizon 2050, l'Afrique devrait compter 2,5 milliards d'habitants (dont 600 millions francophones), contre 1,2 milliard en 2016. À l'heure actuelle, un Africain sur trois fait partie de la classe moyenne, laquelle devrait doubler d'ici trente ans.

Or, c'est justement cette catégorie de la population qui tire la croissance du tourisme local et régional, note la société Jumia. Le potentiel de ce marché est donc énorme. Un potentiel également pressenti au niveau de l'aérien : si le continent ne représente actuellement que 3 % du trafic aérien mondial, Iata estime que la croissance atteindra quasiment les 5 % au cours des cinq prochaines années, portée notamment par l'augmentation des vols de compagnies aériennes internationales vers le continent.

## LE TOURISME, UN LEVIER ÉCONOMIQUE

L'OMT rapporte les mêmes tendances. Sur la seule année 2017, les arrivées de touristes internationaux, s'élevant à 63 millions, ont augmenté de 9 %, un rythme supérieur à la moyenne mondiale. Certes, ces performances ont été largement tirées par la reprise du tourisme dans les pays d'Afrique du Nord, avec des arrivées en hausse de 15 % par rapport à l'année précédente, mais l'Afrique subsaharienne progresse aussi (+ 6 %). Fait notable, après avoir pour la première fois franchi la barre des dix millions de touristes en 2016, l'Afrique du Sud (10,2 millions d'arrivées en 2017) se rapproche désormais des niveaux atteints par le Maroc et ses 11,3 millions d'arrivées.

Bref, les lignes bougent. « Il y a un vrai changement politique », estime Charlene Ntsiba, présidente de l'association African Business Lawyers Club, dont la conférence annuelle avait cette année pour thème « The African Tourism : A Brightening Future ». « Les présidents des différents pays africains multiplient les déclarations d'intention,





**P. 25** *L'Afrique en chiffres*

**P. 26** *Ils parient sur l'Afrique*

**P. 30** *Entreprendre en Afrique : les 5 conseils de Jonathan Berman*

**P. 31** *Quoi de neuf en Afrique ?*

© Martin Bekerman

**ON PERÇOIT AUSSI UNE VOLONTÉ INTELLECTUELLE DE S'EMPARER DU TOURISME POUR EN FAIRE UN OUTIL DE RAYONNEMENT INTERNATIONAL.**



© Ian Macharia

reprend l'avocate d'affaires. Ils veulent développer le tourisme pour diversifier leur économie. On perçoit aussi une volonté intellectuelle de s'emparer du tourisme pour en faire un outil de rayonnement international. »

De nombreux pays s'efforcent en effet de structurer leur tourisme. Beaucoup se dotent actuellement d'un code du tourisme, ou le refondent, lorsqu'ils en avaient déjà un. De nouveaux budgets sont débloqués. Certaines destinations partent à la conquête de nouveaux marchés, comme le Botswana, qui vient de se doter d'une représentation en France. D'autres renforcent leurs efforts de promotion de façon plutôt originale, comme le Rwanda, qui a signé en mai 2018 un contrat de sponsoring et de promotion du tourisme avec le club de football anglais Arsenal.

### **UNE JEUNESSE CONNECTÉE**

Bien sûr, beaucoup reste encore à construire, et de nombreux obstacles subsistent. Problèmes d'image, instabilité politique, crises sécuritaires, problèmes sanitaires fragilisent ces destinations. Les formalités, complexes, en découragent plus d'un, tout comme les difficultés à investir ou à nouer des liens commerciaux, plus ou moins marquées selon les pays. Le manque de formation et d'infrastructures, le coût du transport aérien, le déficit de connexions sont eux aussi de sérieux obstacles.

Au cœur des enjeux de développement touristiques et économiques, l'aérien reste une question épineuse à plus d'un titre. Corsair, qui a dû cesser l'exploitation de la ligne Paris-Dakar pour la rendre à la nouvelle compagnie aérienne nationale sénégalaise, vient d'en faire l'expérience. Sur ce point aussi les choses évoluent, mais il faudra encore du temps. En janvier dernier, 23 pays ont lancé le marché unique du transport aérien africain, (le Single African Air Transport Market ou SAATM). Des prémisses, seulement. Mais un signe encourageant. Et pour beaucoup, l'optimisme semble de mise. « Tout ça va changer parce que la jeunesse africaine pousse les choses. Elle est érudite, elle est maline, elle est connectée et ce continent va tout emporter parce qu'il a tout, et cela me réjouit beaucoup », s'enthousiasme ainsi Kevin Girard, le dirigeant de Point-Voyages. Le tourisme africain, qui semble avoir de beaux jours devant lui, mérite en tout cas qu'on ouvre l'œil sur le continent...

# L'AFRIQUE EN CHIFFRES

**+ 4,5 %**

C'est le **2<sup>e</sup> taux de croissance**  
après l'Asie du Sud-Est

Le **tourisme** représente  
**7,8 % du PIB africain**  
**PIB**



## CONTRIBUTION DU TOURISME AU PIB

**36,3 %**  
TOURISTES  
INTERNATIONAUX

**63,7 %**  
TOURISTES  
LOCAUX



## EMPLOI

**1 PERSONNE SUR 20**  
travaille directement dans le secteur

## FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

**+ 9 %**  
(MOYENNE MONDIALE  
EN 2017 : 6,8 %)



**63 MILLIONS**  
ARRIVÉES DE TOURISTES  
EN **2017**

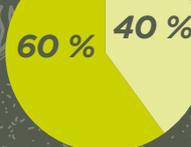
**110 MILLIONS**  
ARRIVÉES PRÉVUES  
EN **2027**

**+ 8 %**  
**RECETTES EN 2017**  
(37 MILLIARDS DE DOLLARS)



## PROVENANCE DES VOYAGEURS

AFRIQUE



INTERNATIONAL

## PRIX MOYEN D'UNE NUITÉE

**4 €**  
(KOKONA  
Nigéria)

**417 €**  
(SERENGETI  
Tanzanie)



## TOP 10 DES DESTINATIONS EN 2017

Source : OMT (selon les chiffres disponibles en juin 2018)

### 1 MAROC

11 314 000 (+ 9,5 %)

### 2 AFRIQUE DU SUD

10 285 000 (+ 2,4 %)

### 3 TUNISIE

7 052 000 (+ 23,2 %)

### 4 ALGÉRIE

2 451 000 (+ 20,2 %)

### 5 ZIMBABWE

2 168 000 (+ 11,6 %)

### 6 KENYA

1 364 000 (+ 7,6 %)

### 7 ÎLE MAURICE

1 342 000 (+ 5,2 %)

### 8 TANZANIE

1 233 000 (+ 11,7 %)

### 9 SWAZILAND

921 000 (- 2,7 %)

### 10 CAP VERT

668 000 (+ 11,6 %)



*Chacun ses objectifs, chacun sa méthode : une chose est sûre en tout cas, les liens avec le continent africain se resserrent.*

Comme à son habitude, AccorHotels n'y est pas allé avec le dos de la petite cuillère. En juillet, le groupe hôtelier a annoncé la création d'un fonds d'investissements dédié à l'hôtellerie africaine, d'une capacité d'un milliard d'euros. Un projet mené en partenariat avec le fonds d'investissement qatari Katara Hospitality. Des moyens colossaux, qui serviront à la construction de nouveaux hôtels et à l'acquisition d'établissements existants en Afrique subsaharienne, qui changeront d'enseigne. Au total, 40 hôtels (environ 9 000 chambres) devraient ainsi être créés grâce à ce fonds. Un moyen pour le groupe hôtelier de mettre le turbo, alors que Marriott International est devenu le leader sur le continent africain (en nombre d'hôtels et de chambres, ndr) suite à son rapprochement avec Starwood\*.

Plus tôt dans l'année, le groupe hôtelier avait déjà annoncé le rachat de 50 % du sud-africain Mantis, conglomerat opérant dans le domaine de l'hôtellerie et du voyage. « C'est un développement tout à fait logique lorsque l'on connaît la taille du marché et les opportunités qui existent en Afrique, analyse Olivier Granet, directeur général Afrique et Moyen-Orient pour AccorHotels. Notre priorité est d'accompagner la classe moyenne africaine émergente dans son développement en nous concentrant sur des villes clefs auxquels nous allons apporter une hôtellerie économique

**SOLEA LANCE  
SUR LE  
CONTINENT  
AFRICAIN  
LA MARQUE  
EQUATO, AVEC  
UNE BROCHURE  
DE 80 PAGES.**

et milieu de gamme pour lui permettre de voyager. Notre objectif est désormais d'adresser l'ensemble du continent. »

Pour le groupe, se développer en Afrique est aussi un moyen de se challenger, en se confrontant à des usages et des attentes différents. « Pour nous, l'image de l'Afrique est bien celle d'un continent entreprenant avec une population jeune, qui a des attentes très fortes en termes de technologie, comme sur le paiement mobile par exemple. Cela nous oblige à aller plus vite sur ces enjeux-là. » « On sent aussi beaucoup d'attentes en termes de marques internationales, de sécurité, de standards pour voyageurs internationaux ou africains », poursuit Olivier Granet.

#### **LES VOYAGISTES À L'ABORDAGE**

Les TO redoublent aussi d'intérêt pour l'Afrique. Dès 2017, Solea avait annoncé sa volonté de parier sur le continent pour renouer avec la rentabilité. Preuve de l'intérêt croissant pour ce continent, le voyageur a récemment lancé une marque dédiée, Equato by Solea, accompagnée d'une brochure de 80 pages. Outre les destinations qui ont déjà fait leurs preuves, comme la Tanzanie, Zanzibar, l'Afrique du Sud, le TO programme aussi désormais le Sénégal, essentiellement sur du balnéaire ; sa production au

\* Source : Africa Tourism Monitor 2018

*\*Tunisie, source d'inspiration*

# *INSPIRING Tunisia\**

*Tunisie, le pays aux multiples voyages*



*Sahara, dunes de Douz---Kite surf à Djerba*

[discovertunisia.com](http://discovertunisia.com)



Kenya a également été enrichie. Pour Solea, qui appartient au même groupe que l'hôtelier Sun Resorts, basé à l'île Maurice, ces développements sont naturels.

« L'avantage de toutes ces nouvelles destinations, c'est qu'elles sont combinables avec l'île Maurice, les Seychelles ou les Maldives », précisait Fanny Borny, la directrice de production, à l'été 2017. Voyamar vient lui aussi de lancer une brochure 100 % dédiée au continent « Voyamar Collection Afrique ». Sans leur consacrer une brochure complète, d'autres TO se renforcent en Afrique ou s'aventurent sur des destinations jusqu'ici peu proposées. Austral Lagons a ainsi fait part de sa volonté de renforcer son activité en Afrique australe. De son côté, Salaün a décidé de miser sur la Côte d'Ivoire, avec un circuit passant par Yamoussoukro, le parc Camoë et Abidjan. Le tout récent assouplissement des recommandations du Quai d'Orsay pourrait bien changer la donne aussi pour l'Algérie, programmée notamment par Voyageurs du Monde (depuis l'an dernier), Salaün et le Point-Voyages (en nouveauté 2018), et qui vient d'attirer un tout nouveau réceptif, Terre Algérie, appartenant au groupe Vazydoo. La Balaguère, de son côté, intègre le Rwanda à son offre, quand la Maison de l'Afrique met le cap sur le Mozambique.

Et le géant Airbnb ? Présent, évidemment ! Il est particulièrement actif au Maroc et en Afrique du Sud. La plate-forme de location entre particuliers a même décidé d'investir d'ici 2020 un million de dollars pour soutenir la communauté des porteurs de projets touristiques en Afrique en initiant la Africa Academy. Si le nombre de logements est encore restreint, sa progression est rapide. Et, comme ailleurs, le tourisme africain devra composer avec celui qui se plaît à chahuter le tourisme...

## QUESTIONS À KÉVIN GIRARD DIRIGEANT DU POINT-VOYAGES

*L'Écho touristique : Le Quai d'Orsay a assoupli l'an dernier ses recommandations concernant la Mauritanie. Pourquoi ce revirement ?*

Kévin Girard : C'est une question de ténacité avant tout. Cette fermeture a été justifiée en son temps, elle le devenait moins au bout de dix ans. À un moment, les choses évoluent et les conséquences du classement de la destination en rouge étaient plus destructrices que le risque lui-même, notamment au niveau social. Mais le problème, c'est que tout le monde se renvoyait la balle. Une rencontre providentielle avec le général Marc Foucaud nous a permis de sortir du statu quo. Nous avons ensuite réalisé un audit sécuritaire qui a achevé de rassurer les autorités. De notre côté, nous étions très confiants.

*Les voyageurs ont-ils facilement repris le chemin de la Mauritanie ?*

La fermeture saharienne pendant dix ans a laissé un grand vide pour les voyageurs. C'est une région hivernale extrêmement dépaysante à moins de cinq heures de vol, à un tarif très abordable. Sur la première saison, nous avons réalisé 1 200 pax. C'est loin des 70 000 que nous réalisions lorsque nous étions au plus haut, en 2005. Mais on se réjouit d'avoir su les convaincre et que tout se soit bien passé. La moitié des personnes que nous avons fait partir étaient de nouveaux clients. Et, ça, c'est une grande victoire. Nous abordons maintenant le deuxième épisode - ce n'est pas forcément le plus facile ! - en rallongeant la saison d'octobre à mi-avril. Nous avons multiplié par deux le remplissage.

# Un réseau, par des entrepreneurs pour des entrepreneurs



Retrouvez-nous sur IFTM

Village des Réseaux  
Pavillon 7.2 • Stand C092



## UNE MARQUE FORTE

Une marque génératrice  
de trafic dans votre agence.  
Plus de 2 français sur  
3 connaissent Selectour.



## AMBITIEUX ENSEMBLE

Un réseau dynamique  
qui se développe en  
considérant les attentes  
de tous : Loisirs et Affaires,  
Mono ou multi points  
de vente, Généraliste  
ou Spécialiste...



## UN RÉSEAU RÉMUNÉRATEUR

Conditions de rémunération  
avantageuses et  
redistribution généreuse  
de sur-commissions.



## DES OUTILS À LA POINTE

Outils de réservation, SBT,  
site web, application  
mobile... des outils adaptés  
et faciles à prendre en main.



## DES SERVICES INNOVANTS

Centrale de Règlements,  
Stratégie Cross Canal,  
Pilotage et animation,  
H24/7, Concept agence,  
CRM, Support online,  
Salle des Marchés...  
Et bien plus.

**REJOIGNEZ-NOUS**

Renseignements sur [reseau@selectour.fr](mailto:reseau@selectour.fr)

# ENTREPRENDRE EN AFRIQUE

## LES 5 CONSEILS DE JONATHAN BERMAN

*Compliqué, le business en Afrique ? « Plus si vrai », disent les uns, « Décourageant ! », pensent les autres. Tout dépend bien sûr du projet et du pays.*

© Ron Dauphin

“ Lorsque nous entendons parler de l’Afrique, c’est plus souvent pour mentionner les guerres qui la déchirent que son développement », regrette Jonathan Berman. Consultant pour les entreprises Fortune 500, ce spécialiste des marchés émergents connaît bien l’Afrique pour avoir longtemps vécu sur le continent. Dans un ouvrage traduit en France\*, il livre les clefs pour réussir en Afrique en partageant l’expérience d’entrepreneurs inspirants. Voici cinq conseils à retenir :

### **LES ENTREPRENEURS QUI PARIENT SUR L’AFRIQUE ACCEPTENT L’INCERTITUDE**

« Faire des affaires en Afrique est incertain, prévient dans son livre l’auteur. Pour réellement tirer son épingle du jeu dans l’incertitude qui règne en Afrique ou dans tous les marchés frontières, il faut la prendre à bras-le-corps. »

### **ILS METTENT LES MAINS DANS LE CAMBOUIS**

« Il faut mettre les mains dans le cambouis pour comprendre le marché, justement parce qu’il est si différent du nôtre, et parce que nos hypothèses n’y seront pas validées. »

### **ILS CRÉENT CE DONT ILS ONT BESOIN**

Il peut être nécessaire pour certaines entreprises de construire leur propre infrastructure, ce qui suppose d’importants investissements et une rentabilité moindre. Mais cela peut aussi représenter des opportunités.

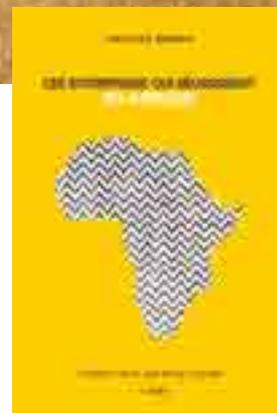
### **ILS SONT TENACES**

« Personne ne réussit en Afrique en suivant une ligne droite. » En d’autres termes : « Ne pas lâcher le morceau. »

### **ILS ADAPTENT LEUR PROJET À LA CULTURE LOCALE**

Déceler une opportunité, envoyer tous ses expatriés en Afrique en recréant ce qu’il y a chez eux, en gérant le tout depuis son siège européen : c’est la clef.. de l’échec assuré. Il est primordial de bien connaître la région où l’on veut s’implanter, souligne dans son livre Jonathan Berman.

\* « Ces entreprises qui réussissent en Afrique », Jonathan Berman, Éditions Diatino.



## L’AGENDA BtoB

**2-4 octobre 2018**

Africa Hotel Investment Forum, Radisson Blu Hotel, Upper Hill Nairobi, Kenya

**24 janvier 2019**

10<sup>e</sup> édition de Tourism Investment and Business Forum for Africa (Investour), dans le cadre du Fitur, Madrid

**25-27 février 2019**

Meetings Africa (Mice), Johannesburg, Afrique du Sud

**10-12 avril 2019**

World Trade Market Africa, Cape Town, Afrique du Sud

**7-9 mai 2019**

Africa’s Travel Indaba, Durban, Afrique du Sud

# QUOI DE NEUF EN AFRIQUE ?



© Aïdas Cizlunas

## #QUAI D'ORSAY

### LES LIGNES BOUGENT EN ALGÉRIE

Fin août, le Quai d'Orsay a assoupli ses recommandations concernant l'Algérie. Alors que la carte du pays n'affichait jusqu'ici que les couleurs rouge et orange, soit « Formellement déconseillé » et « Déconseillé sauf raison impérative », une large zone vient de passer en jaune, incitant ainsi à une simple « Vigilance renforcée ». « Le Quai d'Orsay vient de modifier sa carte Algérie « Conseils aux voyageurs » et ne déconseille plus pour la première fois depuis 20 ans les principales villes du nord y compris la sublime de Ghardaïa », réagissait alors Jean-François Rial, le patron de Voyageurs du Monde. « Nous programmions déjà Alger, Oran et Tlemcen, nous allons nous étendre et proposer plus de choses dans cette sublime Algérie. »

## #FORMALITÉS

### UN E-VISA POUR LE LIBERIA

Pour doper son tourisme, le Liberia allège les formalités, fait savoir Action-Visas. Le pays entend donc se doter d'un e-visa dans l'entrée en vigueur est prévue pour 2019. Il rejoint ainsi la liste des pays africains s'étant dotés de ce type de service tels que le Bénin, l'Éthiopie... Sur le continent, ils sont 14 au total, et Madagascar devrait venir allonger la liste d'ici la fin 2018.

## #KENYA

### MÖVENPICK SE LANCE AU KENYA

Le groupe a inauguré son premier établissement dans le pays en avril dernier. Ciblent essentiellement les voyageurs d'affaires, le Mövenpick Hotel & Residences Nairobi compte 276 chambres, suites et résidences spacieuses, mais aussi de nombreux espaces pour les

événements d'entreprise. La marque, désormais propriété du groupe AccorHotels, ne compte pas s'arrêter là. « Nos débuts à Nairobi servent également de tremplin pour étendre notre empreinte à travers l'Afrique de l'Est », a fait savoir le groupe.

## #UNESCO

### PETITS NOUVEAUX

Le continent comptait jusqu'à présent 131 sites classés au patrimoine mondial par l'Unesco, répartis dans 37 pays, ce qui représentait 12 % des 1 013 sites classés dans le monde. Il y a en a désormais un de plus : le site archéologique de Thimlich Ohinga, au Kenya. Parallèlement les montagnes de Barberton Makhonjwa (Afrique du Sud) ont été classées site naturel.

## #ART

### CAP VERS L'ART CONTEMPORAIN

Le plus grand musée au monde consacré à l'art contemporain Africain (MoCAA) souffle sa première bougie. Installé dans un ancien silo à grains, le Zeitz MoCAA, distribué sur 9 étages, abrite des centaines d'œuvres d'artistes africains, sur quelque 6 000 m<sup>2</sup>. Depuis son ouverture, en septembre 2017, il a accueilli 350 000 visiteurs, ce qui l'inscrit d'emblée comme le musée d'art le plus visité du continent.

Le Zeitz MoCAA a  
accueilli 35 000 visiteurs  
depuis son ouverture.



© DR

**One&Only Nyungwe**



**#AÉRIEN**  
**NEW DEAL**

Air Austral et Air Madagascar ont signé fin juillet un Mémorandum d'Entente (M.O.U) avec Kenya Airways. Les trois transporteurs scellent ainsi les grands principes d'un partenariat positionnant Nairobi en tant que nouveau hub s'ajoutant aux hubs d'Antananarivo et de Saint-Denis de La Réunion. Les trois compagnies aériennes partenaires affirment aujourd'hui leur volonté de mettre en place un accord, prévoyant notamment des partages de codes, pour renforcer et développer les dessertes du continent africain de et vers l'océan Indien.

**#RWANDA**

**OUVERTURE DU DOMAINE ONE&ONLY NYUNGWE**

Implanté en bordure d'une vaste forêt tropicale, comptant parmi les plus préservées d'Afrique, ce resort ultra luxueux de 23 chambres doit ouvrir ses portes le 1<sup>er</sup> octobre. Une retraite nature pour « happy few » qui pourront partir à la rencontre des singes, s'adonner à quelques cours de yoga ou s'initier à la cérémonie du thé rwandais. Le domaine One&Only Nyungwe est le deuxième établissement de la collection Nature Resorts de One&Only, rejoignant l'Emirates One&Only Wolgan Valley en Australie. L'agrandissement de ce portfolio se poursuivra en 2019 avec l'ouverture du One&Only Gorilla's Nest dans le nord du Rwanda, annonce la marque.

**#MAROC**

**PAGE BLANCHE POUR TANGER**

La ville marocaine n'en finit pas de se redessiner. En juillet, elle a étreigné un nouveau port de plaisance « Tanja Marina Bay », qui compte pour le moment 600 anneaux. Les touristes se laissent de plus en plus séduire, ce qui a motivé le lancement de deux circuits de visite en bus à impériale. Un TGV attendu pour la fin de l'année la rapprochera par ailleurs de Rabat, la capitale du Maroc.

**#ZIMBABWE**

**DES CHUTES EN HAUSSE**

Au premier trimestre de cette année, le nombre de visiteurs étrangers des chutes Victoria (sud), l'attraction phare du pays, a bondi 48 % par rapport à la même période de 2017. Explication : depuis la chute du président Mugabe en novembre, la destination attire de nouveau les touristes.

**#SÉNÉGAL**

**DÉCOLLAGE IMMÉDIAT**

Dix ans après la pose de la première pierre, l'aéroport international Blaise-Diagne a remplacé l'aéroport international Léopold-Sédar-Senghor. Inauguré en décembre dernier, il se trouve à 47 km au sud-est de Dakar. Il peut déjà accueillir 3 millions de passagers par an, contre 2 millions pour son prédécesseur et les autorités envisage une capacité de 10 millions dans les prochaines années.

**#INNOVATION**

**LICORNES AFRICAINES**

L'annonce a été faite lors du salon VivaTech par Emmanuel Macron. Pour soutenir les entrepreneurs innovants en Afrique, le président a décidé de débloquer 65 millions d'euros. Un budget confié à l'Agence française de développement, qui lancera dans cette optique Digital Africa. Déjà en service, la plate-forme numérique dédiée au projet sera pleinement opérationnelle cet automne.



**#TANZANIE**

**ÇA ROULE**

Tanganyika Expéditions, agence réceptive francophone en Tanzanie a annoncé le lancement en juin de safaris en 4x4 électriques, une première en Afrique de l'Est, assure l'entreprise, qui a aussi étreigné huit nouvelles tentes de luxe dans son camp Mara River Post, l'unique camp permanent au bord de la rivière Mara, dans la région nord du Serengeti.

Depuis plus de  
**Cinquante ans**  
Nous avons  
le privilège de  
vous **Transporter**



Always Caring for You

الخطوط الجوية الجزائرية  
**AIR ALGERIE**



# 30 START-UP À SUIVRE... ET PLUS SI AFFINITÉS !

**D**epuis 2015, L'Écho touristique repère pour vous, à travers une grande enquête exclusive, de jeunes entreprises qui peuvent intéresser tous les professionnels du voyage. Cette année, nous avons identifié 30 start-up susceptibles de vous inspirer ou de vous aider à être plus performants. Autant de pépites du travel ou de la tech dont vous pourriez être les clients, les mentors, les business angels ou les investisseurs. À vous de choisir !

Nous avons repéré des entreprises françaises qui ont quatre ans d'existence au maximum, et interrogé leurs fondateurs sur plusieurs points : le concept, le modèle économique, le profil des startupers, les levées de fonds passées et en vue, ainsi que les projets 2018/2019. Cette enquête nous a permis d'effectuer notre propre sélection afin de retenir 30 entreprises, en nous basant surtout sur le caractère innovant de l'entreprise, et la solidité de son business model. Dans la deuxième partie de cette enquête exclusive, découvrez ce que sont devenues 7 des 30 start-up de notre dossier publié en octobre 2017.

Dossier réalisé par Linda Lainé

## QUI DOIT S'INTÉRESSER À CETTE ENQUÊTE ?

- Les pros qui veulent travailler avec les start-up, pour enrichir le parcours client notamment.
- Les patrons et les vendeurs à l'affût de nouvelles tendances.
- Les agences, TO et autres hébergeurs qui veulent se réinventer.
- Les investisseurs en quête d'opportunités.
- Les start-up, qui doivent être en veille permanente.
- Et tous les curieux, une grande qualité...



© Ross Parmlly

**IA, data, services : 10 idées pour doper votre entreprise**

- AskHub
- Jenji
- Jubiwee
- Prevision.io
- Q°emotion
- RogerVoice
- Sensego
- Spella
- Wiidii
- YesWeHack

**P. 36**

**B2C : 10 start-up qui inspirent**

- Adrenaline Hunter
- Ecentimes
- FlyView Paris
- Gwiido
- Novatopo
- Realcast
- Seaclick
- Sportihome
- Staycation
- Very Road Trip

**P.41**

**5 solutions de paiement et blockchain**

- Blockchain Partner
- Europass
- Pledg
- Silkpay
- Tokeo

**P. 44**

**Événementiel et voyage d'affaires : 5 nouveaux entrants**

- Fairjungle
- Odiho
- Privateaser
- Sparkling VR
- Tradefest

**P. 46**

**Promotion 2017 : que sont-elles devenues ?**

**P. 50**

ENQUÊTE  
start-up



**INTELLIGENCE ARTIFICIELLE,  
EXPLOITATION DE LA DATA  
ET AUTRES SERVICES INNOVANTS  
PEUVENT AMÉLIORER VOTRE  
CONNAISSANCE CLIENT,  
VOS VENTES ET VOTRE SERVICE.**

## 10 IDÉES POUR DOPER VOTRE ENTREPRISE

### AskHub

Créée en 2017

#IA #chabot #SaaS

Votre bot développé en interne n'est pas performant ? AskHub promet d'améliorer sa compréhension du langage et l'arbre de dialogue, grâce à des algorithmes d'intelligence artificielle (IA). Sa plate-forme SaaS (abonnement mensuel) a convaincu AccorHotels, Oui.sncf, Ouest-France, 20 Minutes. Les deux fondateurs ont des profils complémentaires : Hatim Khouzaimi est titulaire d'un doctorat en IA appliquée au conversationnel Mathieu Rouxel est Venture Capitalist. La start-up, qui se dit à l'équilibre, rejoint l'accélérateur Lafayette Plug and Play. Voici ses projets 2019 : une levée de fonds, l'international, une offre Freemium pour les développeurs, nous confie Mathieu Rouxel.

[askhub.io](http://askhub.io)



Pierre Queinnec et Nicolas André de Jenji

### Jenji

Créée en 2014

#VoyagedAffaires #notedefrais #IA #appli

Après Zenika, c'est la deuxième société co-créée par les ingénieurs Pierre Queinnec et Nicolas André. Présente au salon Viva Technology 2018 sous l'ombrelle du groupe SNCF, Jenji est un spécialiste de la gestion en temps réel des notes de frais qui utilise l'IA. Mais encore ? Grâce au « Deep Learning », les données des justificatifs se trouvent automatiquement extraites (nom, catégorie de dépense, détail de la TVA). L'appli, concurrente de SAP Concur et Notilus, est facturée 5€HT/utilisateur/mois, mais est gratuite sans sa version light. La start-up revendique 950 clients, alors qu'un partenariat est noué avec Oui Pro. Une levée de fonds de 1M€ en 2017 a permis de développer la commercialisation. Une deuxième, de 8M€ à 10M€, est programmée début 2019.

[jenji.io](http://jenji.io)



PAS BESOIN  
D'ÊTRE  
**CRÉ\$US**  
POUR PARTIR EN  
**VACANCES**

**NEW YORK**  
à partir de  
**334** €\*  
TTC  
ALLER/  
RETOUR

**LES ANTILLES**  
à partir de  
**338** €\*  
TTC  
ALLER/  
RETOUR

**PUNTA CANA**  
à partir de  
**450** €\*  
TTC  
ALLER/  
RETOUR

**LA RÉUNION**  
à partir de  
**469** €\*  
TTC  
ALLER/  
RETOUR

**XL.COM**

\*Prix TTC aller-retour par personne, en classe économique, prix à partir de disponible en GDS ou via notre helpdesk sans frais de service ou sur [www.xl.com](http://www.xl.com) avec des frais de service de 10 € par personne, prix hors assurance, soumis à conditions, à certaines dates et selon disponibilité. RCS : Bobigny 401 858 659. Document non contractuel. Conception : Nouveau Monde DDB. Réalisation : Fenêtre sur cour.



## Jubiwee

Créée en 2016

**#data #BigData #RH #Management**

Améliorer l'expérience collaborateur, c'est le projet des trois jeunes cofondateurs de Jubiwee, qui se sont rencontrés lors d'un hackathon. Comment ? En envoyant des sondages réguliers adressés aux collaborateurs d'une même entreprise (par mail, slack, SMS...) pour ensuite consolider des réponses anonymisées, et formuler des recommandations aux managers. Une quinzaine d'entreprises (Oui.sncf qui l'accélère, Crédit du Nord, Mazars, Dailymotion...) sont clientes. Jubiwee, qui veut s'ouvrir aux PME et développer des fonctionnalités, a levé 700 000€ en avril auprès de business angels, dont Xavier Niel. [jubiwee.com/fr](http://jubiwee.com/fr)

## Prevision.io

Créée en 2016

**#IA #machinelearning #predictif #DataScientist**

Installée au sein de Station F, la bien-nommée Prevision.io aime jouer avec le prédictif. Cette plate-forme, commercialisée en SaaS (environ 4 000€/m), analyse des données et recourt à des algorithmes d'apprentissage automatique. Parmi ses clients figurent la SNCF (pour optimiser le remplissage des trains), BNP Paribas, la Maif, EDF. Une levée de fonds de 1,5M€ a été menée fin 2017 par cette start-up (15 personnes) fondée par quatre data scientists. « Nous espérons convaincre des voyageurs et des groupes hôteliers », explique Nicolas Gaude, cofondateur. [prevision.io](http://prevision.io)



L'équipe de Prevision.io



L'équipe de Q°emotion

## Q°emotion

Créée en 2014

**#IA #emotions #SaaS #reclamations**

Joie, surprise, peur, tristesse, colère... Q°emotion a développé une solution basée sur l'intelligence artificielle pour détecter et analyser les émotions palpables dans les retours clients (mails, avis, réseaux sociaux...). Sa solution, qui peut être assortie d'un système d'alertes, est accessible via une API ou une plate-forme SaaS (à partir de 1 500€/mois). « Nous avons fini l'année 2017 avec un CA de 150 000€ », explique son DG Grégoire Pfirsch (ex- Metrixlab pendant 10 ans). Parmi ses clients figurent Corsair, Publicis, BNP Paribas, CWT. Q°emotion a levé 700 000€ en juillet 2017. [qemotion.com](http://qemotion.com)



Olivier Jeannel de RogerVoice

## RogerVoice

Créée en 2013/2014

**#appli #sourds #malentendants #communication**

C'est une application qui fait tomber les barrières de la communication pour les sourds et les malentendants. RogerVoice sous-titre les appels de vos clients. Le téléchargement est gratuit, les appels entre les utilisateurs de l'appli aussi (avec possibilité d'abonnement pour profiter d'appels sous-titrés de personnes dépourvues de l'appli). La start-up a été créée par Olivier Jeannel, sourd depuis l'âge de deux ans. Parmi ses clients : OUI.sncf, Mondial Assistance, Aéroports de Paris, Teleperformance, Orange, SFR... « Les grandes entreprises et les administrations auront en octobre 2018 l'obligation de rendre leurs services téléphoniques accessibles aux sourds et aux malentendants », rappelle Olivier Jeannel, qui a levé 1,2M€ auprès de business angels et de Aviva Impact Investing France. [rogervoice.com/fr](http://rogervoice.com/fr)



# SUNSCAPE®

RESORTS & SPAS

**UNLIMITED-FUN® FOR THE KID IN EVERYONE!**

Les hôtels 4\* SunScape Resorts & Spas proposent aux familles et amis, des vacances riches en divertissements où tout est inclus.



**RESTAURATION  
- SNACKS &  
BOISSONS A  
VOLONTÉ**

**SUITES  
CONFORTABLES  
EN BORD DE MER**



**ACTIVITÉS SUR  
TERRE ET MER -  
MUSIQUE LIVE -  
SPA & BIEN PLUS !**



**CLUBS POUR  
ENFANTS  
ET ADOS**

CONTACTEZ VOTRE TOUR OPERATEUR PRÉFÉRÉ POUR PLUS D'INFORMATIONS ET POUR RÉSERVER

THE **amresor's** COLLECTION

**ZOETRY**  
WELLNESS & SPA RESORTS

**SECRETS**  
Resorts & Spas

**breathless**  
RESORTS & SPAS

**DREAMS**  
Resorts & Spas

**now**  
resorts & spas

**REFLECT**  
RESORTS & SPAS

**SUNSCAPE**  
RESORTS & SPAS

L'EXPÉRIENCE **UNLIMITED-FUN®** POUR UNE AMBIANCE CONVIVIALE À **CURAÇAO | JAMAÏQUE** : MONTEGO BAY  
**MEXIQUE** : CANCUN (2019) • COZUMEL • IXTAPA • PUERTO VALLARTA | **RÉPUBLIQUE DOMINICAINE** : PUERTO PLATA • PUNTA CANA

L'équipe de Sensego



---

**Sensego**

Créée en 2015

**#IA #prédicatif**

**#conversion #appli #B2B**

Il s'agit d'une solution de d'IA prédictive facile à intégrer dans une application existante (4 lignes de code). En interprétant les signaux émis par les mobinautes, la start-up assure générer des ventes directes additionnelles, et donc améliorer le taux de conversion. Ses premiers clients ? Le groupe ADP, Lagardère, Cheerz. Le modèle économique repose sur des frais de déploiement (5 000€ à 15 000€) et une licence mensuelle (2 500€/mois au minimum). Les trois fondateurs sont Ahmat Faki (ex-Accenture pendant 9 ans), Teimour Daly (ex-Sourcinno et Accenture Digital) et Yannick Lacombe (ex-France Télévisions Publicité).

[sensego.fr](http://sensego.fr)

---

**Spella**

Créée en 2014

**#data #appli #B2B**

**#BigData**

Spella promet de comprendre ce qui se dit vraiment sur le web, rien que cela ! Dotée d'une solide équipe, la jeune entreprise conçoit des tableaux de bord et des recommandations « stratégiques », notamment via une application mobile dédiée à la satisfaction client (abonnement mensuel). Ses premiers clients sont plutôt des grands comptes : Ipsos, Aéroport de Paris, BCG, SNCF, June Marketing, l'ADT Drôme. L'entreprise a effectué une levée de fonds, auprès d'un family office belge, en n'en prévoit pas d'autre pour l'instant.

[datatitute.fr](http://datatitute.fr)

---

**Wiidii**

Créée en 2014

**#IA #conciergerie #hybride #Bordeaux**

Imaginée par Cédric Dumas (qui avait lancé en 2007 le service de conciergerie Rêvexo-C), Wiidii est une application hybride combinant l'IA et le savoir-faire de concierges, disponible en marque blanche. Ses premiers clients : l'aéroport de Nice, Axa Partners, l'OT de Bordeaux, l'aéroport Nice-Côte d'Azur... Une récente levée de fonds (1,5M€) lui permettra d'investir en R&D et de s'exporter. La start-up bordelaise (40 salariés) est implantée à Barcelone, Montréal, et vise rapidement Dublin ainsi que Dubaï. Reste à améliorer sa solution (V3 prévue en octobre). Une offre B2C est dans les cartons.

[wiidii.com](http://wiidii.com)



Cédric Dumas de Wiidii

---

**YesWeHack**

Créée en 2015

**#data #cybersécurité #BugBounty #faible #bug**

C'est une plate-forme de Bug Bounty, qui met en relation des entreprises et 5 000 (gentils) hackers qui reçoivent des primes lorsqu'ils découvrent des failles de sécurité. « Les primes vont de plusieurs centaines à plusieurs dizaines de milliers d'euros en fonction de la criticité de la faille découverte », précise Guillaume Vassault-Houlière, PDG-fondateur. Ses clients vont de la PME à la licorne : Blablacar, Orange, Qwant, CCM Benchmark Group, OVH... Son modèle économique est basé sur une licence d'utilisation et une commission sur les primes reversées. YesWeHack a effectué deux levées de fonds et nous réfléchit à une troisième.

[yeswehack.com/fr](http://yeswehack.com/fr)



DANS LE B2C,  
LES SPORTS ET  
LES LOISIRS  
SONT MOTEURS.

## B2C

### 10 START-UP QUI INSPIRENT

#### Adrenaline Hunter

Créée en 2015

**#sport #international  
#placedemarche #confiance**

Maud Mathe, Philippe Bichet et Denis Fayolle (LaFourchette, Manomano, Habiteo) ont de fortes ambitions pour Adrenaline Hunter : devenir le leader mondial de la réservation en ligne de sports d'aventure. Leur plate-forme a conclu fin 2017 un tour de table de 2M€ auprès de Bpifrance et de l'Allemand Tengelmann Ventures. La start-up, qui agrège 5 400 activités sportives dans 60 pays, draine 65 % de clients étrangers. Son modèle économique repose sur une commission auprès des fournisseurs, qui atteint 15 % à 20 %. Ses concurrents sont des sites comme Kazaden et des agences spécialistes du tourisme d'aventure.

[adrenaline-hunter.com](http://adrenaline-hunter.com)

#### Ecentimes

Créée à 2017

**#loisirs #Chinois #shopping #appli  
#communauté**

Parmi les trois fondateurs, d'origine chinoise, il y a Yangke Sun, ex-blogueur sur Weibo et WeChat. Installée au Welcome City Lab, Ecentimes est une appli de shopping pour les voyageurs asia-



tiques en France, mais aussi pour les expatriés vivant dans notre pays. Téléchargée 300 000 fois, et rentable, elle est présente sur WeChat et Weibo. Ses produits les plus vendus sont la cosmétique et la mode bien sûr. En attendant les loisirs ? Les revenus sont partagés entre les commissions (55 %) et le brand marketing. Une levée de fonds est prévue fin 2018 pour un développement européen.

[en.ecentime.com](http://en.ecentime.com)



FlyingView Paris

## FlyView Paris

Créée en 2016

**#loisirs #expérience #VR #drone #jetpacks #Paris**

Ouvert au public depuis le 31 mars dernier à Paris, place de l'Opéra, FlyView invite à découvrir Paris avec un casque de réalité virtuelle vissé sur la tête, dans un simulateur sur véris. Les passagers « survolent » la capitale en jetpack avec une vue à 360 degrés sur les monuments. La technologie a demandé 3 ans de préparation et 7M€ d'investissement. Créée par Arnaud Houette (55 ans), qui a fait sa carrière dans l'industrie puis l'e-santé, la start-up dispose de 50 jetpacks. Après trois mois d'exploitation et 30 000 visiteurs, son objectif est d'atteindre 100 000 visiteurs la première année.

[flyview360.com](http://flyview360.com)

## Gwiido

Créée en 2017

**#sport #B2B #hôtels #urbain**

Après six ans dans le conseil, Julien Saiani a créé Gwiido qui était, à sa genèse, une application de running B2C. La start-up, qui espère bientôt lever quelques centaines de milliers d'euros, a pivoté vers un modèle B2B à 100 %. Concrètement ? Ce concurrent de Runnin' City développe une appli personnalisable en marque blanche de parcours sportifs urbains audioguidés, avec un modèle basé sur l'abonnement. Son objectif 2018, c'est de signer dix clients BtoB, notamment des hôteliers, pour un CA prévisionnel de 30 000€. Son palmarès : un Innovation Award 2018 décerné par AccorHotels (expérimentation en vue), et le trophée start-up des Entreprises du Voyage.

[gwiido.com](http://gwiido.com)



Julien Saiani de Gwiido

## Novatopo

Créé en 2017

**#sport #marketplace #commission**

Deux anciens de Groupon ont lancé en 2017 leur place de marché des activités sportives. Ils sont rejoints par Alexandre Henault, un ancien banquier d'affaires chez Rothschild. Encore naissante, leur place de marché référence 48 000 professionnels et clubs associatifs référencés en France surtout, mais aussi ailleurs (Belgique, Suisse, Espagne...). Reste à généraliser la réservation, après le travail actuel d'agrégation. Ce qui donnera tout son sens au modèle économique, reposant sur une commission de (seulement) 5 %. Concurrent de Adrenaline Hunter, Novatopo compte bientôt boucler une levée de 1M€.

[novatopo.com](http://novatopo.com)

L'équipe de Novatopo



## Realcast

Créée en 2017

**#loisirs #RéalitéAugmentée #HoloLens #jeu #expérience**

Realcast réveille les lieux culturels ! Et pour cause : deux des trois fondateurs ont travaillé chez Ubisoft, sur les jeux vidéo « Lapins Crétins et Just Dance ». Concurrente de la Française Sky Boy, leur start-up a développé une techno et des contenus interactifs en XR (Extended Reality), pour faire vivre des expériences via des casques HoloLens. Sa première réalisation, c'était une chasse aux fantômes au musée du Quai Branly (Paris). Sa deuxième, dans le Domaine de Chamarande (91), pour projeter les visiteurs à différentes époques, nous indique Nino Sapina, cofondateur. Pas de levée de fonds en vue, pour l'instant.

[realcast.io](http://realcast.io)



L'équipe de Staycation

## Staycation

Créée en 2017

**#hébergement #local #expérience #24h**

Trois ex-publicitaires de l'agence BET, Kevin Hutchings, Mathieu Ecollan, Mathieu Dugast, ont créé une newsletter pour pousser des expériences hôtelières originales. Et ce, incluant la nuit du dimanche au lundi, si difficile à remplir. Le concept a plu, d'où le lancement de la start-up, désormais accompagnée par le Welcome City Lab. Staycation sélectionne des 4\* et 5\* (aujourd'hui uniquement en IDF), et co-construit avec les hébergeurs des forfaits de 24h incluant, par exemple, la privatisation d'une piscine. Sa cible : les Franciliens. Le modèle éco ? 20 % de commission. C'est un gagnant des Trophées de l'innovation du tourisme organisés par L'Écho touristique.

[staycation.fr](http://staycation.fr)

## Seaclick

Créée en 2016

**#loisirs #appli #géoloc #France**

Virginie Faivet et Anthony Guedj ont déjà fondé en 2007 la société Rollingbox, qu'ils ont depuis revendue. Fin 2016, ils ont créé Seaclick, une plate-forme de loisirs (84 000 à date). Encore une ? Oui, mais Virginie Faivet promet de faire la différence avec l'ajout, fin 2018, de la réservation avec géolocalisation, soit sur place. La start-up, qui a remporté plusieurs prix et a intégré le programme d'incubation du CNAM, a levé 450 000€ en 18 mois. Ses principaux actionnaires sont Edward Arkwright (Aéroports de Paris), Béatrice de Reyniès (Grévin) et Hugues Le Bret (Compte-Nickel). Levée de fonds et changement de nom sont en vue.

[seaclick.com](http://seaclick.com)

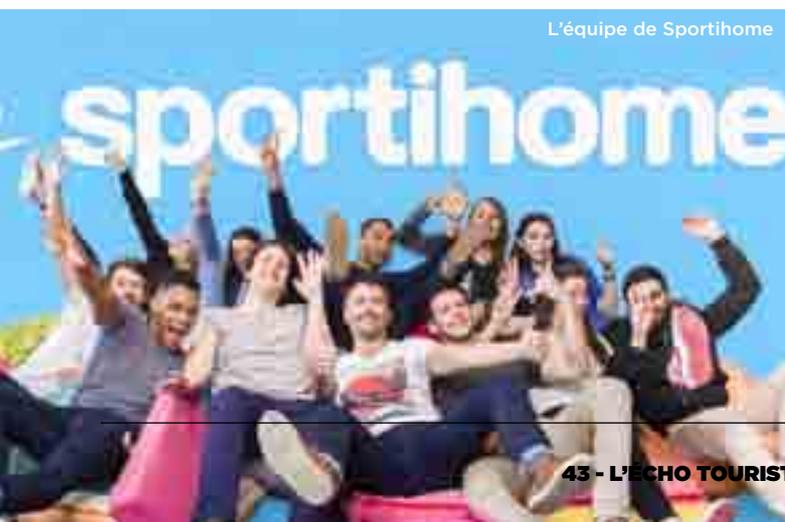
## Sportihome

Créée en 2017

**#sport #séjours #B2C**

Se spécialiser est-il vecteur de réussite ? Sportihome, qui combine vacances et activités sportives surtout en France, en est convaincu. La start-up a récemment bouclé sa première levée de fonds, de 400 000€, pour investir en marketing et développer des partenariats. Le site revendique 4 000 logements d'hôtes sportifs, et 20 000 membres. Son modèle économique repose sur une commission prélevée par réservation (5 % sur l'hôte et entre 5 et 15 % sur le voyageur). Son DG-co-fondateur Fred Diaw (39 ans) est créateur et gérant depuis dix ans de TshOtsh kiteboarding Appareil, un site dédié au nautisme dans le Finistère.

[sportihome.com](http://sportihome.com)



L'équipe de Sportihome



Pierre-Arthur Simonot et Jean-Baptiste Bonicel de Very Road Trip

## Very Road Trip

Créée en 2018

**#voyage #B2C #roadtrip #tourdumonde #van #agence**

Un road trip en camping-car ? Non, en van aménagé, comme aiment les Millennials. Jean-Baptiste Bonicel et Pierre-Arthur Simonnot, 28 ans chacun, ont bâti leur projet Very Road Trip autour de ce concept tendance. En cours de création (immatriculation en vue), leur start-up compte commercialiser huit vans au printemps 2019. Son modèle économique repose sur son activité de loueur de vans et d'agence digitale (avec commissions sur les ventes d'hébergement, d'activités...). Pole Capital, la structure de capital-innovation dont Prêt à Partir est actionnaire, accompagne l'entreprise, qui va bientôt chercher des financements.

[veryroadtrip.eu](http://veryroadtrip.eu)

# 5 SOLUTIONS DE PAIEMENT ET BLOCKCHAIN



L'équipe de Blockchain Partner

## Blockchain Partner

Créée en 2017

**#Blockchain #Ethereum #grandscomptes**

À VivaTech, la start-up a présenté une solution de remboursement sur la base d'une crypto monnaie (non pas en euros, mais en Ethereum, cousine du Bitcoin). C'était une expérimentation menée avec SNCF Réseau. Blockchain Partner, qui cible les grands comptes (banques, assureurs...), affirme avoir déjà accompagné un tiers des entreprises du CAC40 dans leur compréhension et le déploiement de blockchains. Qu'espère-t-elle développer dans l'univers du voyage/transport ? L'automatisation d'assurances, le paiement en crypto monnaie, des programmes de fidélité multi-marques.

[blockchainpartner.fr](http://blockchainpartner.fr)

## Europass

Créée en 2016

**#paiement #reseauxsociaux #Chinois #WeChat**

Guillaume de Roquefeuil a vécu et travaillé huit ans en Chine. Depuis 2016, c'est de la France qu'il pilote Europass et ses solutions pour aider les entreprises européennes à cibler les touristes chinois via WeChat, Weibo, Alipay... La start-up, qui a déjà levé 3,5M€, espère boucler un tour de 5M€ à 10M€ fin 2018. Parmi ses actionnaires figurent Partech Venture, Swiftpass, Global Blue et les business angels Alain de Mendonça (Karavel/Fram) et Geoffroy de Becdelièvre (Marco Vasco). Europass (35 salariés) coiffe un ambitieux projet « book and collect ». Pour l'heure, Guillaume de Roquefeuil revendique « plusieurs centaines de transactions par jour ».

[europass.paris](http://europass.paris)

DES SOLUTIONS DE PAIEMENT

INÉDITES DÉBARQUENT SUR LE

MARCHÉ FRANÇAIS, NOTAMMENT

POUR CIBLER LA CLIENTÈLE CHINOISE.

## Pledg

Créée en 2016

**#paiement #marchand #fintech**

Fondée par deux experts de la finance, Nicolas Pelletier et Benoît Liénart, la fintech finistérienne a créé une solution de paiement groupé, qui simplifie la vie aux amis voyageant ensemble. De premiers sites marchands l'ont intégrée ou vont l'intégrer : TickeTac, Eurolines/Isilines, Bed and Learn/Bedycasa, un aéroport, un TO. Trois secteurs l'intéressent au premier chef : les places de spectacle/concert, le voyage et le retail. Pledg, qui facture 2 % aux marchands, planche sur une solution de carte virtuelle, ne nécessitant aucune intégration. Sa récente levée de fonds (1,2M€), auprès de Nestadio Capital, Pole Capital et de business angels, l'aidera à accélérer.

[pledg.co](http://pledg.co)

Benoît Liénart et Nicolas Pelletier de Pledg



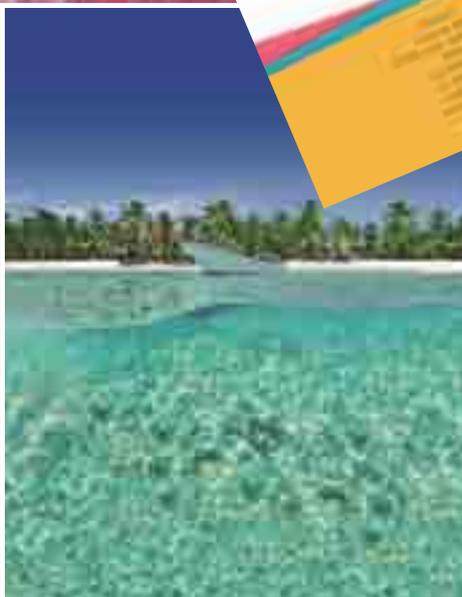
# Empreinte

les trésors du voyage

Spécialiste  
de l'Amérique latine  
des Caraïbes et du Mexique

0 826 106 107

ledefi@empreinte.net



## **Silkpay**

Créée en 2017

**#paiement #Chinois #WeChat #fintech**

Diplômée de HEC, la Chinoise Annie Guo est la fondatrice de Silkpay. Cette start-up parisienne incubée dans un Village by CA veut faciliter les paiements aux Chinois voyageant en Europe. Comment ? En équipant des entreprises (hôtels, attractions...) de ses solutions technologiques permettant de se connecter aux applications Alipay et WeChat Pay (pour 25€/m/point de vente et 1,6 % de commission). Des réceptifs franciliens comptent parmi ses premiers clients. La fintech, qui a déjà levé 560 000€, prépare un tour de table de 3M€. Objectif : 1 000 commerçants fin 2018.

[silkpay.fr](http://silkpay.fr)

## **Tokeo**

Créée en 2015

**#Blockchain #IA #Roumanie**

Basée entre Paris (au Welcome City Lab) et son siège à Bucarest, Tokeo est une plate-forme de « Blockchain as a Service ». Autrement dit, ses quatre fondateurs, issus de la tech et du tourisme, veulent développer des solutions propriétaires pour les pros du secteur. Après un an demi de R&D, la commercialisation démarre en France, explique son cofondateur Jamil Benabdallah, consultant dans le tourisme depuis quinze ans. Tokeo s'est jusqu'alors développée à partir de fonds propres et la vente de services informatiques annexes. Une levée de fonds est envisagée pour accélérer.

[travelnode.fr](http://travelnode.fr)

# **ÉVÉNEMENTIEL ET VOYAGE D'AFFAIRES**

## **5 NOUVEAUX ENTRANTS**

## **Fairjungle**

Créée en 2017

**#VoyagedAffaires #Millennials #inspirationB2C**

Ce n'est pas une TMC, mais plutôt un comparateur. Fondée par deux anciens managers chez McKinsey, FairJungle (cinq personnes) promet d'optimiser les budgets voyage d'affaires. « Notre plate-forme est connectée à Amadeus, Sky-scanner, Booking, Expedia, Oui.sncf, ce qui nous permet de recommander des options », nous explique son DG-cofondateur Saad Berrada. Les économies sont partagées entre le collaborateur (30 %), l'entreprise (55 %), la start-up (15 %). Trois clients mid-market ont signé, dont ESI-Group qui reste servi par Havas Voyages et Selectour. Ses projets : des partenariats avec des agences. Une deuxième levée de fonds, d'1,5M€, vient d'être bouclée.

[fairjungle.com](http://fairjungle.com)

**RÉALITÉ VIRTUELLE,**

**INTELLIGENCE ARTIFICIELLE**

**ET APPLICATIONS INSPIRENT**

**L'ÉVÉNEMENTIEL ET LE**

**BUSINESS TRAVEL.**

© Ryoji Iwata



# LE VOYAGE AUX COULEURS DU PACIFIQUE



Aircalin  
Compagnies  
partenaires

## Odiho

Créée en 2017

**#événementiel**

**#soundondemand #appli #transport**

Cette start-up permet une sonorisation sans enceintes, pour distribuer à chaque individu un contenu audio HD en temps réel. Concrètement, il s'agit par exemple de mettre une bande-son sur un grand panneau d'affichage dans un aéroport. Comment ? Via une application, ou un QR Code. HEC, le PMU et Air France sont ses premiers clients. Basant son business model sur l'abonnement, Odiho a intégré l'incubateur dédié à l'événementiel French Event Booster. Ses fondateurs ont fait carrière dans les univers de la sonorisation, des smartphones, des institutions.

[odiho.io](http://odiho.io)

## Sparkling VR

Créée en 2017

**#événementiel #Paris #VR #Expérience**

**#TeamBuilding**

Survoler comme un oiseau Rio de Janeiro, l'Australie ou le parc Yosemite, c'est ce que propose Sparkling VR. Il suffit d'enfiler un casque de réalité virtuelle, et un tour du monde peut commencer avec Google Earth comme nous avons pu le tester. Créée par François-Xavier de Seze, la start-up a développé une grande salle de réalité virtuelle en équipe à Paris, composée de 18 stations de jeux très différents, disposés sur 300 m<sup>2</sup> à Paris. Un loft avec bar et musique idéal pour des opérations de team-building. L'ensemble est privatisable (capacité de 80 personnes), à la demande. Comptez 150 à 200€/p/soirée, repas compris.

[sparklingvr.com](http://sparklingvr.com)

L'équipe de Privateaser



## Privateaser

Créée en 2014

**#événementiel #restaurant #MICE #France**

**#B2B**

Tout est parti d'un projet de fin d'année à l'École centrale Paris. Nicolas Furlani, Raphael Kolm et Alexandre Paepegae ont imaginé une solution pour privatiser des restaurants (ou bars), qui reversent 10 % de commission. Implantée en France et depuis 2018 en Espagne, la start-up, concurrente de Bird Office, voit plus loin. Pour se développer en Europe, Privateaser (60 employés) a levé en mars 10M€, auprès de Serena Capital, ISAI et FJ Labs. « Nous voulons devenir le Booking de l'événementiel », assure Nicolas Furlani. 6 200 entreprises utilisent ses services, et deux millions de personnes sont déjà allées à des événements Privateaser.

[privateaser.com](http://privateaser.com)

## Tradefest

Créée en 2017

**#événementiel #MICE #marketpace**

Lauréat des Trophées de l'innovation du tourisme 2018, dans la catégorie distribution, Tradefest est une plate-forme de foires, salons et conférences professionnels. 22 000 événements sont référencés. La start-up veut commercialiser des stands à des prix attractifs, en première minute comme au dernier moment, empochant au passage 10 % de commission. Les trois fondateurs - Paul Revellat (25 ans), Arthur Rabier (24 ans), Joe Cochrane (33 ans) - sont accompagnés par le Welcome City Lab. Ils espèrent lever 500 000€ début 2019.

[tradefest.io](http://tradefest.io)

L'équipe de Tradefest



CANNES INTERNATIONAL TOURISM & INNOVATION DAYS  
Palais des Festivals et des Congrès

**INTO** Days

29,30,31  
JANVIER 2019

S'inspirer, se connecter, s'exposer,  
**3 jours pour accélérer  
votre business !**

Le rendez-vous des professionnels du tourisme

**[into-days.com](http://into-days.com)**

# PROMOTION 2017

## QUE SONT-ELLES DEVENUES ?

*Nous avons sélectionné, en 2017, 30 start-up à suivre. Depuis, une jeune pousse a levé des fonds, une autre a pivoté, une troisième a cédé son activité.*

### SoBus

lève 600 000€

Né dans la mouvance des cars Macron, le distributeur en ligne de billets SoBus s'est tourné vers des business angels pour réaliser sa levée de fonds d'un montant de 600 000 euros. Parmi eux figurent les entrepreneurs Nicolas Brumelot (Go Voyages, Misterfly) et Pierre Bonelli (Lilligo), mais aussi Emmanuel Guyot (Digitick) ou Patrick Dalsace (La Fourchette).

### Prochaine Escale

pivoté

Créée en 2015, Prochaine Escale mettait jusqu'alors en relation des clients et des experts indépendants du voyage. La start-up, qui a levé un million d'euros en juin 2017, pivote cette année dans le Mice, et se positionne comme créateur de séminaires et de voyages d'entreprise. À suivre.

### Runnin' City

court pour Lounge Up

La start-up d'audio-guidage à pied Runnin' Citya rejoint le portail client LoungeUp App, qui permet aux hôteliers de proposer leurs

services via une application mobile. Objectif : proposer aux voyageurs des parcours de running pendant leur séjour à l'hôtel.

### Blue Valet

développe son business

Ce voiturier des voyageurs a créé en 2017 Blue Valet for Business. Il s'agit d'une plateforme dédiée aux besoins des voyageurs professionnels, désormais adoptée par près de 500 entreprises en France, assure la start-up créée en juin 2015 par deux frères entrepreneurs.

### Monbeautoir

cédée à Oh la Vache !

Mon Beau Terroir voulait développer une offre d'agritourisme de qualité en France. La start-up créée en 2016 a fédéré une communauté de 200 supers en France. Mais faute d'un nombre suffisant de visiteurs le site a fermé, et l'activité a été cédée à Oh la Vache !, un jeune site qui monte des courts séjours à la ferme.



© dawid-zawila

### DES NEWS DE LA PROMOTION 2016

**Fin 2017 :** agence de gestion locative spécialisée dans la sous-location, Smartrenting annonce une levée de fonds de 1M€. Et ce, auprès de business angels parisiens, de la BPI, de la BNP et de CIC innovation.

**Mars 2018 :** le groupe de tourisme réceptif ParisCityVision a absorbé la jeune pousse Meetrip-Cariboo, une plate-forme de mise en relation avec des guides conférenciers professionnels et des guides locaux amateurs.

**Printemps 2018 :** le spécialiste de la location de voitures livrées à domicile Carlili a remporté le concours start-up de Next Tourisme. Il a aussi effectué une levée de fonds de 800 000 euros en juin 2018, et signé avec Egencia ainsi que Flying Blue.



# DESTINATION

## DESTINATION Lituanie



**Paris/  
Vilnius**  
3h en vol direct



**Décalage  
horaire**  
+ 1h



**Euro**



**220 volts**



**Repas**  
7 €



**Voiture**  
30€ (journée)



## LES CHARMES DISCRETS DE LA **LITUANIE**

Pas à pas, la Lituanie se crée une identité aux yeux du monde. Mais il faudra des années encore avant qu'en France on la distingue de ses deux voisines, la Lettonie et l'Estonie, avec lesquelles elle forme les Pays baltes. C'est sous cette appellation, et en combiné, que la destination se vend encore principalement chez nous. De mieux en mieux : + 20 % en 2016/2015 (36 000 visiteurs français), + 5 % en 2017, + 10 % au premier semestre 2018... Mais la France n'est pour l'heure que son douzième marché. Ne partageant pourtant rien d'autre avec ses voisines que la proximité géographique (ni russophone ni orthodoxe), la Lituanie, petit pays comptant seulement 3,5 millions d'habitants, peine à exister seule. Peine tout court, car passé à l'euro en 2014 et ne pouvant offrir des salaires importants (500 € en moyenne), elle doit faire face à un exode massif de sa jeunesse. Ici, les prix sont d'ailleurs affichés au centime près. Un niveau de vie qui avantage les visiteurs, certes. Et c'est en masse que (Biélorusses et voisins orientaux y débarquent, la saison touristique étant courte (de mai à septembre) pour ceux qui redoutent le froid. Venus chercher... quoi ? Les superbes plages de la mer Baltique, le charme intemporel de Vilnius, les plaisirs partagés de la nature : forêts et lacs par centaines au bord desquels, s'inspirant des exemples canadiens et nordiques, les resorts-bases de loisirs poussent comme des champignons. Mais nous n'en sommes encore qu'au tout début. Deux événements devraient aider la Lituanie dans sa longue quête de reconnaissance : le centenaire de son indépendance cette année, ainsi que l'ouverture du musée d'Art contemporain de Vilnius en octobre...

Dossier réalisé par Jérôme Bourgine

# SIX *EXPÉRIENCES*

## ① DÉCOUVRIR « LA PETITE ROME » [Vilnius]

« Charme » est sans doute le mot qui définit le mieux Vilnius. Avec ses larges avenues, ses esplanades ombragées, ses maisons pastel et ses grandes cours, la plus grande vieille ville piétonne d'Europe est le régal des promeneurs. Des tas de choses à voir bien sûr : le superbe point de vue depuis la tour de l'Université. Petit et grand ghettos dont il reste si peu alors qu'avant-guerre la « Jérusalem du Nord » comptait 200 000 juifs. Saint-Anne, tout de briques vêtue, les décors baroques de l'église du Saint-Esprit... Mais le vrai bonheur tient dans la simple déambulation à travers ces rues pavées semées de petites échoppes et débouchant pour certaines, l'été, sur les plages de la Nėris.

## ② RENCONTRER L'HISTOIRE [Trakai]

Lorsque l'avion se pose à Vilnius, on n'aperçoit tout d'abord que du vert et du bleu : des champs et des forêts à perte de vue, percés de quelques lacs limpides. Dès les faubourgs de la capitale, cent balades se proposent. Mais, à 30 km de Vilnius, la silhouette unique de Trakai retient toutes les attentions. Ce superbe château fort du XV<sup>e</sup> siècle symbolise toute la grandeur passée lituanienne. Quand, alliée à la Pologne, elle faisait partie du plus grand empire d'Europe. Une visite passionnante à compléter par la découverte des typiques maisons de bois coloré à trois fenêtres des Caraims. 200 lacs et de nombreux resorts-bases de loisirs (du roots au VIP) peuplent la campagne alentour...



© Pas Tėvukus



© rh2010



© krivinis

### ③ **PRENDRE UNE LEÇON D'HOSPITALITÉ**

[Pas Tèvukus]

Pas Tèvukus est une maison d'hôtes située non loin de Kaunas, sur la route de la Baltique. Nous y arrivons en fin de journée, et profitons avec bonheur d'une baignade dans le petit lac bordant la maison... sans savoir que le meilleur est encore à venir. Après la baignade commence un dîner « à la mode du temps passé ». Vêtue comme il y a un siècle, la maîtresse de maison nous fait l'honneur des traditions culinaires locales, à la lueur des chandelles. Soupe au hareng, graines de chanvre, patates au lard... un pur régal ! Et un moment de partage unique, extrêmement instructif et touchant : on apprendra notamment que c'est ici que le président amène ses invités. Le tout entrecoupé de séquences inoubliables, au moment de vider (avec modération) les shots de liqueur de chêne maison, par exemple !

### ④ **CHERCHER LA PAIX**

[La Colline des Croix]

L'histoire des Lituaniens s'apparente à une longue quête d'indépendance cent fois contrariée. Par l'occupation soviétique, en dernier lieu, jusqu'en 1991. Aussi suffit-il qu'on interdise à l'époque de planter des croix sur un ancien lieu de culte pour qu'il devienne aussitôt le symbole de la résistance catholique à l'occupant orthodoxe. Ainsi naquit la Colline des Croix, rasée deux fois par les bulldozers de l'Armée rouge et ressurgie chaque fois du néant pour en compter aujourd'hui... environ deux millions ! Un « site à l'éloquence universelle » selon Jean-Paul II, qui s'y recueillit en 1993. À compléter par la visite du paisible monastère de Pazaislis voisin, avec ses 24 maisonnettes de moines-ermites.



© Marius Dizaineris

### ⑤ **ADMIRER LES BEAUTÉS BALTIQUES**

[L'isthme de Courlande]

Presqu'île de 97 km de long inscrite au patrimoine mondial par l'Unesco, l'isthme de Courlande est la vitrine balnéaire du pays. 4 500 habitants l'hiver, 25 000 voitures et 100 bus par jour l'été. Il faut dire que les plages sont belles, l'eau chaude et les anciennes maisons de pêcheurs autant de résidences cossues pour touristes (dont l'ancienne villégiature de l'écrivain Thomas Man). On y approche les plus hautes dunes de sable d'Europe en bateau et, au musée de l'ambre de Palanga, on s'extasie sur les plus belles pièces de cette résine fossilisée dont 90 % de la production mondiale est locale...

### ⑥ **LE PACAI 5\***

Avec l'Artagonist, le Pacai (du nom d'une des grandes familles ayant fait l'histoire du pays) est l'un des deux nouveaux « grands et beaux » hôtels de la ville. Si cet établissement 5\* n'a rouvert ses portes que très récemment (mai 2018), il n'en fut pas moins, bien avant cela, le tout premier hôtel de Vilnius en... 1667. Pierre brute, alliance bois et métal, mobilier et luminaires design, déco minimaliste, moquette à motif vache (mais dans des coloris définitivement transgénéraliques), le Pacai est un havre de paix et d'élégance. Il marie classique et moderne et les nouveaux bâtiments (métal et verre) dressés au sein de la grande cour ne jurent aucunement avec les anciennes constructions auxquelles ils s'adossent (une partie des antiques fresques du lieu a été maintenue visible aux endroits les mieux préservés). Idéalement situé au cœur de la vieille ville, à quelques minutes à pied des principaux hauts lieux touristiques, cet établissement est une halte sereine, tout à fait en phase avec la vocation artistique de la ville.



© hotelPACAI.com



# LA PRODUCTION

*L'Écho a repéré pour vous*

## CITY BREAK

Amslav propose naturellement une large gamme de week-ends à Vilnius dans une sélection d'hôtels à partir de 330 € à l'hôtel Comfort LT 3\* jusqu'au Stikliai 5\*, un hôtel Relais & Châteaux du XVII<sup>e</sup> situé en plein cœur historique de la ville.

[amslav.com](http://amslav.com)

## LE GRAND TOUR

Pouchkine fait « Le grand tour de la Baltique », un circuit de 12j/11n en autocar Royal Class Salaün et hébergement 4\* (normes locales) et pension complète avec escale au Danemark, en Estonie, en Finlande, en Lettonie, Pologne, Suède, et bien sûr en Lituanie. Un programme complet ponctué de nombreux temps forts, qui permet de découvrir huit villes majeures. À partir de 2 250 €.

[pouchkine-tours.com](http://pouchkine-tours.com)

## TROIS MOUSQUETAIRES

Aya a pris l'habitude d'associer une quatrième ville aux trois représentantes baltes quand il les propose. Cette saison, c'est au tour d'Helsinki pour un 7j/8n de découverte à partir de 795 € axé sur les architectures et les styles. Avec trajet en ferry entre Tallinn et Helsinki.

[ktstravel.com](http://ktstravel.com)

## NATUREL

Terres d'Aventure lance cette année une découverte des trois pays baltes associant visites guidées des capitales Tallinn, Riga et Vilnius à des randonnées dans les principaux parcs nationaux de ces pays. Un voyage itinérant complet et bien équilibré : culture/nature. Sur 12j en pension complète, à partir de 1 995 €.

[terdav.com](http://terdav.com)



## « TERMINUS VILNIUS » !

Comme son nom l'indique, ce court séjour (3j/2n) proposé par Comptoir des Voyages à partir de 450 € n'envisage rien d'autre que la découverte exclusive de Vilnius depuis un hôtel de ce « centre-ville aux allures de village où il fait bon flâner le long des ruelles pavées ». Et c'est vrai !

[comptoir.fr](http://comptoir.fr)

## AUTOTOUR

Step Travel propose un autotour complet, scannant les hauts lieux de chacun des trois pays baltes, à commencer par la Lituanie, puis la Lettonie et l'Estonie au nord. Sur 9j/10n dont trois en Lituanie à partir de 1 380 € vols, hébergements, location de voitures et petits déjeuners.

## QUÊTE NORDIQUE

C'est également en montant vers le nord, à la rencontre de ces « paysages nordiques de plus en plus sauvages à la source des contes et légendes » qu'Allibert convie ses clients à découvrir, en partie à pied bien sûr, la magie balte sur 13j à partir de 2 095 € en tout compris : « L'ambre de légende ».

[allibert-trekking.com](http://allibert-trekking.com)

## ET AUSSI...

**DU SUR-MESURE** : Aya Désirs d'Orient, Voyageurs du Monde, Les Maisons du Voyage, Pouchkine Tours...

**DES SÉJOURS** : Voyageurs du Monde, Amslav, Travel Europe, Nord Espace, Alest Voyages...

**DES CIRCUITS** : Salaün Holidays, Française des Circuits, Verdié Voyages, Quartier Libre, Richou Voyages...

**DES AUTOTOURS** : Verdié, Amslav, Aya Désirs d'Orient, Step Travel, Nord Espace...

**DES COMBINÉS** : la plupart des TO présents...

**DES RANDOS ET EXPÉDITIONS** : Allibert Trekking, La Balaguère, Terres d'Aventure, Nomade Aventure...

# 6 ARGUMENTS POUR BIEN VENDRE

## — 1 —

Pour vos clients, demandez David, l'unique guide français officiel !

## — 2 —

Suggérez-leur une visite au musée Ten Minutes, en plein centre-ville, pour voir le film résumant en dix minutes chrono l'histoire du pays.

## — 3 —

Invitez-les à flâner dans le quartier d'Uzupis, qui s'est déclaré en 1997 « république indépendante ». Véritable musée à ciel ouvert regorgeant d'œuvres d'art, d'ateliers d'artistes et d'échoppes étonnantes, il est jumelé à Montmartre. Anarchique et bon enfant, son parlement est un... bar où, le jour de l'indépendance (1<sup>er</sup> avril), la bière, gratuite, coule à flot (non, ce n'est pas un poisson !).



## — 4 —

Chaque week-end, les Litvaniens regagnent leur campagne et jardinent. Ils vendent ensuite aux halles centrales miel et confitures, gâteaux, fruits frais... De purs délices à découvrir.

## — 5 —

La Lituanie est le pays du chant choral. Tous les quatre ans, à l'occasion de la fête des Chants, des chœurs comptant jusqu'à 6 000 personnes s'enflamment, émotions garanties. Bonne nouvelle : elle tombe cette année.

## — 6 —

Sachez que l'artisanat et l'agriculture sont encore authentiques : bois, lin, céramique, ambre, miel, confitures, vodka, hydromel, anti-quités...

La destination demeure un paradis pour cette ancienne forme de shopping consacré aux « bonnes et belles choses ».

## PRATIQUE

### ► Y ALLER

AirBaltic dessert Vilnius en vol direct quatre fois par semaine depuis l'aéroport de Paris-CDG. Idem pour Ryanair, quatre fois par semaine, tandis que Wizz Air en est à deux rotations hebdomadaires.

### ► QUOI DE NEUF ?

Le 18 octobre prochain, le musée d'Art contemporain de Vilnius ouvrira ses portes. Conçu par l'architecte irakienne Zaha Hadid, il se veut l'enfant naturel du musée Guggenheim et de l'Hermitage.

### ► EN QUELQUES CLICS

Le site officiel du pays : [www.lithuania.travel/fr](http://www.lithuania.travel/fr)  
Le site du centenaire : [www.lietuva.lt/100/en](http://www.lietuva.lt/100/en)  
La Lituanie en images : [www.realisbeautiful.lt](http://www.realisbeautiful.lt)

Ce reportage a été réalisé en juin 2018 dans le cadre d'un voyage organisé par l'OT de Lituanie avec le soutien d'AirBaltic.

L'AVIS *DES PROS***Monchy Benaïche***Responsable production  
chez Aya Désirs d'Orient*

« Nous commençons à avoir des demandes à la carte, pour découvrir Vilnius. »

« La force des capitales baltes est de posséder chacune une identité propre, ne serait-ce qu'au niveau architectural et visuel. Les visiteurs (notamment les seniors) adorent découvrir cette « petite Rome » (Vilnius) pétrie de culture où il est si facile et agréable de déambuler en voyant défiler en l'espace de quelques pas divers styles d'architecture : gothique, médiévale, baroque... Malheureusement, seule, la destination ne décolle pas. On a varié les combinés, associant par exemple les trois capitales à Saint-Pétersbourg, ce qui a été un succès, mais pas prises une à une. Les gens n'ont pas encore suffisamment de visibilité. Ils n'ont guère entendu parler de la Lituanie qui souffre d'un gros manque de notoriété. Avec le temps et les atouts supplémentaires que sont ses parcs naturels et ses stations balnéaires baltiques, l'heure de la Lituanie viendra. »

« La force des capitales baltes est de posséder chacune une identité propre. »

**Audrey Corlosquet**  
*Responsable production Pays baltes  
chez Pouchkine Tours*

« Naturellement, c'est combinée avec l'Estonie et la Lettonie que la destination fonctionne le mieux, mais nous commençons à avoir des demandes à la carte, en court séjour, pour découvrir Vilnius ou même en mode « aventuriers » en autotour. La Lituanie est un pays facile et sûr : simple carte d'identité, pas de visa, l'euro pour monnaie, zéro attentat... Et accueillant ! Les gens évoquent facilement leur Histoire : au-delà des dominations allemande, polonaise puis russe, qui sont vraiment les Lituaniens ? Ce domaine passionne les Français, à la fête dans Vilnius comme sur le site de Trakai. Qui est bien plus qu'un simple château médiéval : tout un symbole. Architecture, musée d'histoire, passages secrets, parc, lac... un site aussi magique que complet où l'on apprend, on se restaure, on se baigne, on fait du canot... Que l'on soit touriste ou autochtone. Seuls points noirs actuels : les vols réguliers indirects et l'insuffisance des structures hôtelières. »

« Le château fort de Trakai, superbe au milieu de son lac, m'envoûte. »

« Les Pays baltes marchent de mieux en mieux, mais uniquement ensemble, pas pris séparément. Pas encore. Les gens ignorent complètement que ces petites capitales (Vilnius, Riga, Tallin) existent. Il faut communiquer encore et encore, car la Lituanie a beaucoup à offrir. Et à tous : seniors, jeunes, familles... Avec d'abord une histoire forte et souvent liée à la nôtre. Personnellement, le château fort de Trakai, superbe et fier au milieu de son lac, m'envoûte. J'ai été atterrée par ma visite du musée du KGB et charmée chaque fois par l'architecture classique et baroque de Vilnius, ville tellement agréable avec ses petits airs médiévaux et sa verdure. Et puis il y a cette nature splendide, partout : lacs, forêts... Sans oublier l'étonnante péninsule de Courlande. Sachant qu'en Lituanie, on mange bien et que la vie est meilleure marché, ce qui n'est pas négligeable. »

**Natacha Demoux***Directrice des ventes  
chez Amslav Tourisme*



## Vos idées prennent vie avec Expedia TAAP



Des milliers d'hôtels disponibles au meilleur prix, des centaines de compagnies aériennes, des packages dynamiques vol + hôtel



Locations de voiture parmi les principaux loueurs



Transferts depuis/vers l'aéroport et autres activités sur place



Plateforme de réservation BtoB simple et rapide



Equipe commerciale dédiée



# Connectez-vous sur [Expedia.fr/TAAP](https://Expedia.fr/TAAP)

01 57 32 90 11

[expediafr@expedia.com](mailto:expediafr@expedia.com)

# LAS VEGAS AU-DELÀ DES STRASS



*Cœur de la révolution permanente à portée de quatre États, la capitale du Nevada a du mal à se défaire des préjugés, reprenant pourtant chaque fois le devant de la scène avec du nouveau.*

“**A** part aux inconditionnels de Céline Dion ou à des groupes de joueurs, on ne vend jamais Vegas seule », observe Loreline Branswyck, responsable marketing chez Visiteurs. « Les Français ne sont pas branchés sur le produit américain du week-end casino ou en famille », observe-t-elle. De fait parmi les visiteurs étrangers, seuls 8 % ne viennent que pour la ville. Car Las Vegas se positionne bien plus comme une excellente porte d'entrée pour un circuit de 15-20 jours dans l'Ouest, et, même quand on n'entre pas par la « Never Sleeping City », on y fait forcément une pause agréable, géographie oblige. Pas gagné pour autant : « Le client vient pour les parcs, pas pour Las Vegas, et quand il y a deux nuits au programme, trop souvent il en enlève une », regrette Frédérique Bardet, directrice de l'agence Histoires de Voyages à Rennes. Vegas séduit pourtant : 42,5 millions de visiteurs l'an dernier, 79 % en couple. La clientèle reste états-unienne à 80 %, pour le reste, les premières places reviennent aux « voisins », Mexicains et Canadiens, aux

Brésiliens que la législation locale prive de casinos, et aux Britanniques. Les Français ? Au nombre de 100 000 seulement, ils pourraient mieux faire. Absence de vol direct ? N'est-ce pas plutôt la faible demande qui fait qu'il n'y en a pas ? De l'avis unanime des professionnels, la faute en revient aux médias : forêts de machines à sous, architecture kitsch, crooners sur le retour... Le Strip a beau se renouveler et sortir du tout-casino depuis les années 1980, la vieille image est recollée inlassablement par journaux et TV, qui semblent avoir décidé d'avance quoi écrire et filmer. « Passé l'obstacle du préjugé et de la démesure, c'est pourtant un produit facile à vendre », constate Loreline Branswyck, qui rappelle que Las Vegas est une destination haut de gamme, avec la plus forte concentration d'hôtels « classe » au monde. Un intérêt à démultiplier avec un produit plus vaste tourné vers le Nevada, qui commence à prendre chez les individuels : les efforts conjoints de l'OT de Las Vegas et du « Money State » sur le marché français sont prometteurs. Reste le marché de ceux qui ont vu la ville en coup de vent, le temps d'abandonner leurs clichés et de vouloir revenir. Rien ne les en empêche, d'autant que la « cité-qui-ne-dort-jamais » change très très vite d'aspect et d'atmosphère. Y retourner au bout de cinq ans ? Oui, mais pour Vegas seule, n'est-ce pas ?

Dossier réalisé par Dominique de La Tour

# POURQUOI VOS CLIENTS VONT AIMER LAS VEGAS ?

« Nous essayons de montrer un autre Vegas que celui de la télé. Aujourd'hui, les gens ne viennent plus jouer, mais manger dans des restaurants étoilés, voir des shows... Les Français de passage pour une nuit commencent à rester quelques jours. »

*Emmanuelle Vaugeois-Bolanos, fondatrice du réceptif When the American Dream Comes True*

## POUR SA POSITION STRATÉGIQUE

### *La nature à portée de main*

Plus que Los Angeles ou San Francisco, excentrées sur la côte, Las Vegas fait une parfaite porte d'entrée pour un circuit dans l'Ouest. Certes, les distances suggèrent moins un circuit en étoile qu'un tour complet, mais, à tous les coups, on marquera la pause à Vegas. En séjour prolongé, les attractions naturelles du Nevada s'ajoutent à celles de ses voisins : prodigieuse vallée de la Mort en Californie, où on a enregistré la température la plus élevée de l'histoire (94°C) ; côté Arizona, le canyon du Colorado ; quant à l'Utah, il met en concurrence Zion, Bryce et lac Powell.

## POUR SES SPECTACLES

### *Show devant !*

Les shows sont nombreux, mais gare au décalage culturel : tours de magie trop mécanisés, acrobaties sans queue ni tête, allusions à des célébrités inconnues, humour américain pas très délié. La valeur sûre : profiter du passage d'une star de country, le spectacle étant aussi dans la salle ! Pour marquer le coup, beaucoup de clients boudant habituellement les étoilés s'accorderont ici un extra, profitant de leur passage à Vegas pour s'attabler chez Guy Savoy (avec son chef Mathieu Chartron), chez Ducasse ou au « cauchemardesque » Gordon Ramsay.

## POUR SON ARCHI

### *Une « copie » toujours révisée*

Au début, le Strip, c'était du néon et

des casinos sur Fremont Street. Les néons sont partis au Neon Museum. Fremont est à présent sous vitrine, à l'ombre d'un immense auvent. Le Caesars Palace (1962) a lancé l'ère du thème : jouer à la roulette dans la Rome antique. Ont suivi les sphinx du Luxor, les copies de Venise, de Paris, de Manhattan... Quel génie que ce mélomélomé entre gare d'Orsay, tour Eiffel et lac de Côme ! Prévu jadis pour la voiture, le Strip est aujourd'hui une flopée de passerelles à l'abordage des deux trottoirs, de leurs boutiques, musées et sandwicheries. Copie ? En fait, Las Vegas inspire le monde entier, à commencer par Macao, qui a repris l'idée du casino à thème.



## POUR LA TENTATION DU « MONEY STATE »

### *Plus d'un atout dans son jeu*

Même si « Nevada » signifie « neigeuse » en espagnol, la région est toujours chaude, douce entre novembre et février ; des pluies limitées à 30 jours par

an complètent ce tableau convaincant. À 20 minutes en voiture de Vegas, le Nevada propose le très photogénique chaos rocheux du canyon de Red Rock. Une heure de route, et voici la vallée du Feu, ou la réserve de mustangs de Goodsprings - descendants des chevaux amenés par les conquérants espagnols -, à parcourir en kart tout-terrain. Zone minière, le Nevada a donné vie à des villes éphémères devenues fantômes, dont l'émouvante Rhyolite, et la mieux conservée, Berlin. Mais le Nevada, c'est aussi le rodéo, l'observation du ciel, les extraterrestres, la vigne et le ski à 40 minutes !

## ET - PEUT-ÊTRE - SES MARIAGES

### *D'amour et de formalités*

Il y a 50 wedding chapels en ville : 120 000 couples se marient chaque année ici, 1 sur 100 à la Saint-Valentin. La licence coûte 35\$. Pour un divorce, c'est... 450. Classiques ou délirantes, les noces à Las Vegas restent présentes dans l'imaginaire du Français, qui devra cependant enterrer le cliché usé des épousailles en huit minutes d'Elvis-Priscilla. Car un couple français a l'obligation de publier les bans deux mois auparavant, au consulat de Los Angeles, et les formalités ne feront que commencer ! De nombreux wedding planners peuvent aider, s'ils connaissent la clientèle française... et la bureaucratie. Mais on peut toujours renouveler ses vœux, formule souvent retenue... et beaucoup plus simple !

# BIEN VENDRE *LAS VEGAS*

## 1

Un dollar = 0,85 euro. Mais une fois ajoutées les inévitables taxes, on peut dire qu'un dollar et un euro se valent ! Aux États-Unis, il est quasi-impossible de changer la devise européenne. À Roissy, des automates proposent des dollars avec commission raisonnable, mais à en acheter trop, on risque de repayer une commission de change au retour. Tirer au fur et à mesure sur place avec sa CB reste préférable, même si chaque opération occasionne des frais. La Visa est acceptée partout, mais là encore, attention aux commissions « étranger ». Les 15 % de « tipping » dans restaurants et bars sont quasi-obligatoires, 2\$ ou plus sont attendus si on gagne à une table ou au poker, 1\$ par bagage porté et 1\$ par nuit pour la femme de chambre (il y a souvent une enveloppe).

## 2

Il y a 9h de moins qu'à Paris à Las Vegas. Le Nevada observe le changement d'heure, mais avec quelques jours de décalage. Le courant est du 110 volts (adaptateur cher et difficile à trouver sur place). Si un appareil en 220 aura des performances moindres (charge des batteries plus longue, rasoir électrique trop lent), à l'inverse, votre client fusillera son appareil en 110 s'il l'utilise en France sans transfo.

## 3

Pour un Français restant moins de 90 jours aux États-Unis, le visa est délivré gratuitement à l'arrivée. Mais il faut avoir rempli (72h avant, minimum) le formulaire Esta (esta.cbp.dhs.gov). Attention aux sites qui font payer très cher ce service - 80€ - qui coûte, à la base, 14€. À l'immigration, l'interrogatoire peut être pénible, surtout si l'on vous a vu blaguer, que vous êtes seul (pour travailler au noir ?) ou qu'un tampon arabe ou iranien figure sur votre passeport.



### Y ALLER

- 11h de vol en théorie, car pas de direct pour Las Vegas McCarran Airport actuellement. Toutes les possibilités imaginables avec United Airlines, American Airlines, Delta Air Lines... mais aussi Brussels Airlines, Condor ou autres compagnies européennes faisant un stop à Paris.

- Transit ou pas, dès qu'on atterrit aux États-Unis, il faut accomplir les formalités d'immigration, avec l'interrogatoire intrusif, le stressant réenregistrement des bagages, le contrôle de sécurité surchargé, cela parfois en plein temps de sommeil. Et aucune priorité à la correspondance : c'est « first come, first served ». Voilà pourquoi l'option à conseiller reste d'aller chercher le vol direct à Londres (BA), Zurich (Swiss) ou Francfort (Lufthansa).



### L'Écho a testé...

#### Le Mandalay Hotel du groupe MGM

Cet hôtel qui a connu la fusillade tragique de 2017 a très bien remonté la pente. À part trois bas-reliefs et la flore tropicale, le décor birman du Mandalay est minimaliste. On donne plus volontiers dans la démesure : show Michael Jackson, aquarium à requins, 24 restaurants de toute cuisine (dont un Ducasse), 1 200 slot machines (à partir d'un cent), 4 ha de plage (annexe en topless interdite au moins de... 21 ans), 280 m<sup>2</sup> de spa... Les 3 309 chambres, de 18 types, se répartissent sur trois ailes (les derniers étages, les plus luxueux, sont Four Seasons). En général, les 7 400 employés sont serviables, mais consentent rarement à sortir d'un « inch » de leurs attributions. L'atout maître : le funiculaire qui mène au centre du Strip, près d'Excalibur et New York, New York, la copie de Manhattan avec roller coasters.

Ce reportage a été réalisé en avril 2018 avec l'aide du Las Vegas Convention and Visitors Authority, avec le soutien d'United Airlines et de Visiteurs pour la voiture.



© LPP - Dominique Pourrias

# QUOI DE NEUF À LAS VEGAS ?

© Daniil Vnouchkov

## **Comme Superman**

Initialement, le Strip était conçu pour se déplacer vite sans avoir à descendre de voiture. Est venue l'ère du tout-à-pied, avec des escaliers roulants pour passer d'un trottoir à l'autre. Manquait la dimension aérienne. Ce sera chose faite dès la mise en place d'une tyrolienne, alias « Fly Link Zip Line » qui, depuis une tour de 37 m, permettra simultanément à 10 personnes de survoler le Strip à 60 km/h, en position couchée, façon Superman.

## **Asian mix**

En 2019, la Linq Promenade deviendra une attraction de plus. À coups de décors, d'hologrammes, de concerts en live et d'effets spéciaux, la célèbre avenue se muera en ville du Sud-Est asiatique : temples chinois, kung fu, boutiques de mode, food centres mixeront sans complexe et sur plusieurs étages les clichés hollywoodiens sur Singapour et Bangkok.

## **Le boss**

Steve Hill est le nouveau CEO du Las Vegas Convention and Visitors Authority depuis le 1<sup>er</sup> septembre. Il succède à Rossi Ralenkotter et devient le neuvième dirigeant de l'organisation.

## **Projet XXL**

Las Vegas Convention and Visitors Authority se lance dans le plus grand projet d'infrastructure de son histoire avec l'agrandissement et la rénovation du Las Vegas Convention Center. Un projet qui ajoutera près de 500 000 mètres carrés, dont plus de 150 000 mètres carrés d'exposition.

## **Show, show, show**

Dès ce mois de décembre, la pop star Lady Gaga entame une série de 74 concerts devant les 5 300 spectateurs du Park Theater de la MGM. De son côté, Céline Dion a annoncé 24 concerts supplémentaires au Colosseum du

Caesars Palace d'ici la fin de l'année, entre le 30 octobre et le 17 novembre, puis du 28 décembre au 20 janvier 2019, avec un concert exceptionnel prévu pour le nouvel an.

## **Une flamme dans le désert**

Le 2 septembre 2019 se tiendra, comme chaque année, le festival Burning Man, au cours de laquelle la ville de Black Rock City reprendra vie au milieu du désert homonyme. Une manifestation artistique sur le thème de la créativité et de la vie en communauté qui se conclut par la crémation d'un immense mannequin à forme humaine. Lancée à San Francisco, Burning Man a été délocalisé dans le désert du Nevada depuis 1990.

## **Eventiz Media Group vous emmène au CES de Las Vegas !**

Pour la première fois, Eventiz Media Group emmène une délégation constituée d'une cinquantaine de décideurs du tourisme et du voyage d'affaires au Consumer Electronics Show (CES), grand-messe high tech où sont lancées en avant-première mondiale les plus grandes innovations. La Mission CES Tourisme réunira acteurs publics et privés du tourisme, des startups et les leaders du voyage d'affaires à Las Vegas avec deux objectifs : acculturer le monde du travel aux opportunités technologiques présentées au CES ; et présenter la France comme une terre de technologie capable d'accueillir entreprises, investisseurs et talents. Une occasion unique de networker et de prendre le pouls des dernières tendances avec un programme conçu sur mesure pour les pros du travel. CES Las Vegas : du 8 au 11 janvier 2019.

Plus d'infos : [missionCES@eventiz.biz](mailto:missionCES@eventiz.biz)

## MYANMAR

### LE E-VISA PERMET UNE ARRIVÉE DEPUIS L'INDE

D'après une information rapportée par le site Action-Visas, la frontière indo-birmane peut désormais être franchie, muni d'un passeport en cours de validité, d'un visa ou d'un e-visa birman, depuis deux points de contrôle officiels qui ont ouvert en août : les points de contrôle terrestres de Tamu et de Rihkwardar. Ces deux postes frontaliers s'ajoutent donc aux six déjà existants et disponibles sur présentation d'un visa électronique.



© Sven Scheuermeier

## THAÏLANDE

### UNE E-VISA POUR LES LONGS SÉJOURS

Si aucun visa n'est nécessaire pour les séjours de moins de 30 jours, les voyageurs français souhaitant rester plus d'un mois en Thaïlande pourront bientôt accomplir les formalités nécessaires en ligne. En effet, le pays développe actuellement un système de délivrance de visa électronique afin de faciliter leurs démarches. La mise en service de ce nouveau dispositif devrait intervenir d'ici la fin de l'année 2018. Une phase de tests sera lancée auprès de quatre pays, dont fait partie la France. Le service sera ensuite accessible aux autres pays courant 2019.

## IRAN

### LE COUP DE TAMPON EN QUESTION

Le ton se durcit entre les États-Unis et l'Iran, et déjà les premières conséquences se font sentir. Alors qu'Air France et British Airways ont décidé de fermer leurs lignes vers Téhéran, évoquant « une faible rentabilité commerciale », la destination risque de se trouver de plus en plus isolée. Pour tenter de limiter les dégâts, l'Iran réfléchit à la possibilité de ne pas apposer le tampon sur le passeport des voyageurs visitant le pays, afin de ne pas les pénaliser s'ils souhaitent se rendre aux États-Unis. Les voyageurs bénéficiant normalement du régime d'exemption de visa Esta doivent en effet demander un visa pour entrer aux États-Unis si leurs passeports affichent les tampons de visites en Iran, Irak, Libye, Somalie, Syrie ou Yémen. Reste à savoir, ainsi que le souligne Action-Visas, de quelle façon s'appliquerait précisément cette mesure si elle vient à se confirmer.

## UN E-VISA POUR LE LIBERIA

Le Liberia veut promouvoir son industrie du tourisme et entend faciliter les formalités avec la mise en place d'un e-visa délivré aux touristes internationaux. Ce nouveau dispositif devrait entrer en vigueur dans le courant de l'année prochaine.

## AUGMENTATION DE LA TAXE DE SÉJOUR

Alors qu'un rapport de Gilles Carrez propose d'augmenter de 30 % la taxe de séjour dans le but de renforcer les finances de la Société du Grand Paris, l'Umih a immédiatement réagi contre cette mesure qui « serait lourdement pénalisante pour la compétitivité et l'attractivité de la première région d'accueil des touristes français et étrangers », alertant notamment sur le fait que la région Île-de-France deviendrait ainsi la destination la plus taxée d'Europe et rappelant que la collecte de la taxe de séjour a déjà doublé sur la destination sur les six dernières années.

L'UMIH RÉAGIT





# Meilleure compagnie aérienne loisirs au monde en 2018



# FACE AU RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE, LA MONTAGNE NE RESTE PAS DE GLACE !

*Quel avenir pour les stations françaises de moyenne montagne ? La fréquentation touristique en hausse en 2017 ne doit pas masquer le bouleversement des équilibres économiques et sociaux dans ces domaines menacés par la pénurie d'enneigement.*



Le Groupe international d'experts sur l'évolution du climat (GIEC) a plusieurs fois tiré la sonnette d'alarme sur les conséquences d'un réchauffement planétaire de 1,5° Celsius dans les trois prochaines décennies : en Europe, « les régions montagneuses devront faire face au recul des glaciers, à la réduction du manteau neigeux et du tourisme hivernal ». La menace d'une déstabilisation de l'économie touristique de montagne pèse sur les domaines skiables de moyenne montagne, où les grands froids hivernaux sont trop rares pour recourir à la neige de culture.

La diversification est incontournable, la redistribution de cartes a commencé. « Les clients apprécient d'autres activités en complément du ski, comme la plongée sous glace ou les raquettes. Ils recherchent le bien-être, l'expérience », témoigne Jean-Marc Silva, directeur général de France Montagnes. Les exploitants et les fabricants de remontées mécaniques ont commencé leur mutation (lire aussi page 76). Poma, leader français dans ces équi-

pements, oriente déjà 60 % de sa production vers des systèmes de transport urbain. L'installation en projet d'un téléphérique entre Grenoble et la station de Chamrousse (1 650 m) illustre cette tendance et pourrait faire de cette commune une « annexe » de l'agglomération en quête de nouveaux espaces et d'air frais.

## LES STATIONS SE CONNECTENT

De son côté, le département de l'Isère a fédéré ses 23 stations dans un projet de réflexion sur les stations du futur. À quoi ressemblera la montagne dans les prochaines décennies ? « Les enjeux climatiques s'ajoutent à la concurrence des pays du soleil, aux nouvelles attentes de la clientèle et aux mutations de la société. Il n'existe pas une réponse unique », prévient Chantal Carlioz, présidente d'Isère Tourisme. Les acteurs économiques de la montagne (exploitants, investisseurs, élus) ont défini cinq types de stations douces, connectées, loisirs, hyper sports et pleine

énergie. L'Isère entend mener, dès l'hiver prochain, des expérimentations d'aménagements grandeur nature (L'Alpe d'Huez pour les sports extrêmes, les stations de la Chartreuse pour la douceur et l'environnement...). « Les territoires pourraient imaginer des séjours combinés dans ces villages aux ambiances complémentaires, distants de moins d'une heure et demie », propose Chantal Carlioz.

Les autres massifs ne tarderont pas à s'en inspirer : l'Autriche pratique déjà des offres semblables, entre le cocooning en vallée et le ski extrême sur glacier, avec des réseaux de transport bien rodés. « La montagne, c'est plus que le ski. La prise de conscience est collective », confirme Jean-Luc Boch, maire de La Plagne-Tarentaise. Mais les industriels n'ont pas dit leur dernier mot : Technoalpin, fabricant de systèmes d'enneigement, promet un bilan énergétique amélioré sur ses nouvelles lances et ses ventilateurs. Une neige de culture vertueuse, même à des températures positives.

Olivier Mirguet

# Unforgettable\*



LA FOLLE ENTREPRISE © photo : P. Royer - gettyimages

**VIVRE DES MOMENTS \*INOUBLIABLES**

VALLÉE | CHAMPAGNY EN VANOISE | MONTALBERT | MONTCHAVIN |  
LES COCHES | PLAGNE 1800 | PLAGNE CENTRE | PLAGNE BELLECOTE |  
PLAGNE VILLAGES | PLAGNE SOLEIL | PLAGNE AIME 2000 | BELLE PLAGNE



**LA PLAGNE**  
Paradiski

[www.la-plagne.com](http://www.la-plagne.com)

# ÇA BOUGE À LA MONTAGNE !

## TÉMOIGNAGES

**VINCENT DELAITRE**  
DIRECTEUR GÉNÉRAL  
D'ISÈRE TOURISME

« Nous avons mené pendant un an, avec des chercheurs locaux, une étude sur l'évolution du climat et son impact local dans 20 ans et bien au-delà. Résultat : nous ne voyons ni la catastrophe annoncée ni le « tout va très bien ». Nous avons aussi étudié les capacités d'investissement des stations, et nous sommes sereins à ce sujet. Les stations se sont déjà adaptées aux évolutions de la clientèle. Elles proposent des programmes de remise en forme, des espaces spa avec hammam et jacuzzi... »

**THOMAS SAISON**  
DIRECTEUR MARKETING ET  
VENTES DE LA PLAGNE

« Le réchauffement climatique, nous en parlons depuis 20 ans. C'est une réalité même si, l'hiver dernier, l'enneigement a été exceptionnel, entraînant une progression de 5 % pour la montagne. Les stations ont développé la neige de culture, avec des procédés plus écologiques qu'autrefois. Le réchauffement climatique pourrait aussi créer des opportunités : nous avons enregistré un grand nombre de réservations lors de la deuxième quinzaine de juillet, quand les Français cherchaient un peu de fraîcheur. Lorsqu'il fait 35° à Paris, La Plagne affiche un agréable 25°. »

TENDANCE

### VILLAGE DE CABANES

À La Bresse (Vosges), l'école de parapente Bol d'Air a créé un village de 13 cabanes accrochées dans les sapins. Disponibles toute l'année, elles permettent aux clients (familles, couples, tribus) de loger dans un environnement montagnard, de profiter des pistes du plus grand domaine de ce massif et de varier les plaisirs : découverte de la montagne en réalité virtuelle, tyrolienne géante, parc d'aventures, « bois des lutins » pour les enfants.

DÉVELOPPEMENT DURABLE

### QUATRE SAISONS

Villard-de-Lans (Isère) renoue avec son passé de station climatique labellisée en 1920. Avec le soutien financier de France Tourisme Ingénierie, cette commune de 4 500 habitants, nichée dans le Vercors à 1 050 mètres d'altitude, entend faire vivre toute l'année son économie touristique. La championne olympique Marie Dorin-Habert (biathlon) ouvrira cet hiver Zecamp, un site conçu comme lieu d'entraînement et résidence d'accueil pour les sportifs de haut niveau. Le projet sera ensuite décliné pour le grand public. La station essaie d'appliquer, de façon empirique, les principes du développement durable : son parking au pied des pistes a été conçu comme une plate-forme destinée à accueillir des salons et des manifestations quand la neige fait défaut.

LA PLAGNE

### SPA, ESCAPE GAME ET DIGITAL

La station de la Plagne innove avec au moins trois nouveautés, dont deux qui se passent de la neige : Deep Nature ouvre un espace bien-être de 1 500 m<sup>2</sup> à Belle Plagne (avec ligne d'eau, saunas, soins...) ; deux salles d'Espace Game pour des familles et des tribus. Enfin, Plagne Express est un nouveau système de paiement pour régler ses activités et ses achats auprès de commerçants partenaires avec l'appli Yuge et son forfait ski.

GRAND SITE

### SENSATION AU PIC DU MIDI

À 2 877 mètres, le Pic du Midi (Occitanie) inaugure une nouveauté en 2018 : un « ponton du ciel » transparent, pour marcher à 1 000 mètres au-dessus du vide.

# Belambra clubs



Vue d'une chambre du club

**NOUVEAU À AVORIAZ**

## *Ouverture Décembre 2018*

Belambra Clubs annonce l'ouverture de son nouveau club à Avoriaz "Les Cimes du Soleil".  
Un club ski aux pieds au cœur de la station.

**Belambra  
early**

**-20%\***

**SUR VOTRE SÉJOUR**  
en réservant avant le 31 octobre 2018



Restaurant du club

**BELAMBRA CLUBS, CRÉATEUR D'ÉMOTIONS**

S'informer, réserver  
sur **belambra.fr**

\*Belambra early : offre de 20% de réduction valable pour toute réservation effectuée avant le 31 octobre 2018 inclus, sur une sélection de sites, périodes et stock de logements. Offre non rétroactive, non cumulable avec tout autres accords commerciaux, avantages ou offres promotionnelles et les «Bonus Belambra». Offre applicable uniquement sur l'hébergement en formule location et sur l'hébergement et la restauration en formule demi-pension, à l'exclusion de tout autre prestation ou supplément et des séjours packagés. Belambra Clubs au capital de 8.000.000€, RCS Nanterre : 322 706 136. Siège social : Centralis, 63 avenue du Général Leclerc - 92340 BOURG-LA-REINE. Crédits photos : Véronique Dupard-Mandel

# LES CHIFFRES CLÉS DU TOURISME EN MONTAGNE

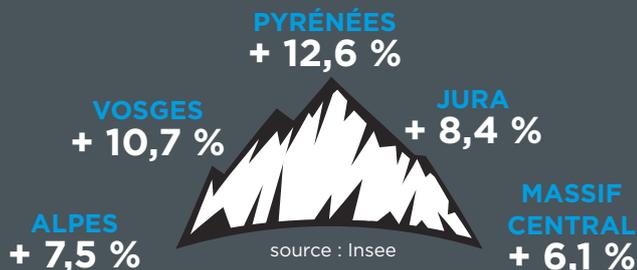


ÉTATS-UNIS  
**54,7 MILLIONS**

AUTRICHE  
**52,1 MILLIONS**

FRANCE  
**51,1 MILLIONS**

2017, UNE BONNE ANNÉE  
HAUSSE DE LA FRÉQUENTATION DANS  
LES MASSIFS FRANÇAIS (HIVER 2017-2018)



## LE SKI EN FRANCE

**250 STATIONS**  
RÉPARTIES SUR 6 MASSIFS



**10 MILLIONS**  
DE TOURISTES EN HIVER,  
dont 7 millions de pratiquants  
des sports de glisse

## L'EMPLOI INDUIT DANS LES STATIONS FRANÇAISES

ALPES DU NORD  
**90 000 EMPLOIS**

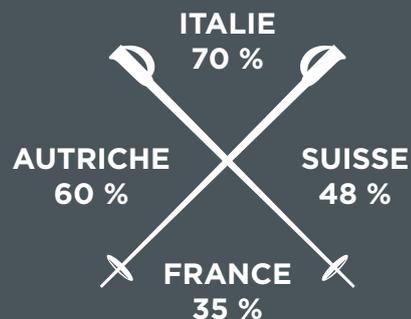
PYRÉNÉES  
**10 000 EMPLOIS**



ALPES DU SUD  
**15 000 EMPLOIS**

VOSGES, JURA, MASSIF CENTRAL  
**5 000 EMPLOIS**

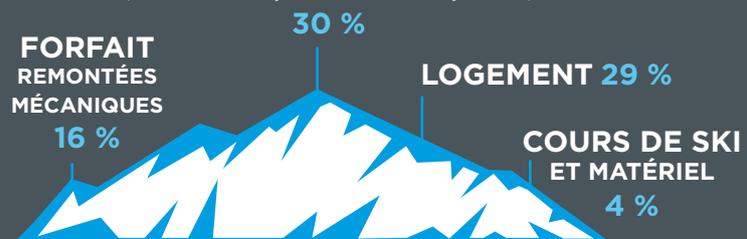
## NEIGE DE CULTURE (TAUX DE COUVERTURE DES DOMAINES SKIABLES)



## RÉPARTITION DES DÉPENSES

SOURCES : FRANCE MONTAGNES, CAISSE DES DÉPÔTS, ATOUT FRANCE,  
DOMAINES SKIABLES DE FRANCE

### ALIMENTATION (COMMERCE, RESTAURANTS, BARS)



# AILLEURS *EN FRANCE*

## **BIENTÔT LA FIN DES CARTES DE TRANSPORT ?**

Depuis septembre 2018, les voyageurs franciliens peuvent tester l'achat et la validation du titre de transport via leur smartphone. Une fois l'achat effectué, il suffit de présenter le téléphone allumé ou éteint devant la borne de contrôle dans le bus et le tram et au niveau du portique sécurité dans le métro et le train pour valider son titre de transport. Ce test n'est pour l'instant pas accessible aux possesseurs d'iPhone. Par ailleurs, les cartes SIM du portable doivent être compatibles NFC.

## **LASCAUX STAR AUX ÉTATS-UNIS**

Le Centre international de l'art pariétal de Lascaux vient d'être mise en lumière par le Time. Il a été placé dans la catégorie « À voir absolument » des 100 lieux incontournables



©DR

dans le monde. Ouverte en 2016, la réplique de la grotte de 8 000 m<sup>2</sup> a déjà accueilli plus de 500 000 visiteurs. C'est le seul site français présent dans ce classement.

## **ENCORE UNE ANNÉE RECORD POUR LA FRANCE**

Si l'année est loin d'être terminée, les premiers indicateurs montrent que 2018 s'annonce comme une nouvelle année record pour la destination France. Selon le Comité interministériel du tourisme (CIT), réuni à Paris à la fin juillet, « les recettes du tourisme international atteignent des niveaux records sur les mois de janvier, février et mars. Elles sont supérieures à 2014, qui constituait le meilleur bilan à ce jour ». Comme en 2017, c'est le retour de la clientèle internationale qui participe largement à ces bons chiffres.

## **LE CRT ÎLE-DE-FRANCE LANCE SON SITE MARCHAND**

Le Comité régional du tourisme vient d'annoncer le lancement de [Visitparis-region.com](http://Visitparis-region.com) comme site « e-commerce »

d'inspirations, afin de préparer son voyage. Cette plate-forme comporte un catalogue des musées et monuments, des excursions, des événements, des services disponibles, et surtout une série de parcours thématiques pour inciter les touristes à sortir des sentiers battus. À terme, ce site deviendra « la place de marché de la destination », ainsi qu'un outil au service des acteurs du tourisme francilien, pour accroître la présence de la destination sur le web. Reste à savoir qui seront les partenaires permettant l'achat en ligne.

## **GUERRE DES CHEFS À LA TOUR EIFFEL**

Depuis le mois de juillet, trois chefs se disputent la concession de restauration de la tour Eiffel. D'un côté, Alain Ducasse aux côtés du groupe Elior, aux fourneaux du Jules Verne depuis dix ans. De l'autre, les chefs Frédéric Anton et Thierry Marx, cinq étoiles à eux deux au guide Michelin, en lice en partenariat avec Sodexo. Tous répondaient à l'appel d'offres lancé par la Société d'exploitation de la tour Eiffel (la Sete). Fin juillet, la Sete a choisi d'attribuer la concession au duo Anton-Marx. Une déci-



© Soroush Karimi

sion contestée par Alain Ducasse. Mais confirmée par la justice. Cependant le feuilleton ne s'arrête pas là. La société Excelsis, associant les groupes Ducasse et Elior, a promis de se pourvoir en cassation devant le Conseil d'État.

Page réalisée par Clément Peltier

# AU NOM *DE LA LOI*

*L'actualité juridique et réglementaire.*

## À NE PAS MANQUER

### CONFÉRENCE SUR LE NOUVEAU CODE DU TOURISME

Le 1<sup>er</sup> juillet 2018, les pros du tourisme ont vécu un véritable big bang avec l'entrée en application de la nouvelle réglementation relative aux voyages à forfait et aux prestations de voyages liées. Comment bien s'adapter en tant que pro du voyage ? Quelles sont les points de vigilance les plus importants ? Quels sont les premiers retours d'expérience ? Venez écouter des experts, et poser vos questions, par rapport à votre activité, lors de la conférence à l'IFTM Top Resa, salle Forum, jeudi 27 septembre 2018 (17h00-17h45). Nous en publierons la synthèse dans un prochain magazine.

### L'ENSEMBLE DES SALAIRES REVALORISÉS

En début d'année, les Entreprises du Voyage (EdV) ont conclu trois accords portant sur les salaires minima pour les sédentaires, les guides accompagnateurs 1<sup>ère</sup> et 2<sup>e</sup> catégories, et les guides interprètes de la région parisienne. Les hausses atteignent 1 % sur l'ensemble des groupes. La ministre du Travail envisage de prendre un arrêté pour rendre obligatoires ces accords, signés avec les Entreprises du Voyage, le Seto, la CFDT, l'Unsa, la CFE-CGC, la CFTC, la CGT et la CGT-Force Ouvrière, à tous les employeurs et tous les salariés qui appliquent la convention collective nationale du personnel des agences de voyages et de tourisme.

### VOL ANNULÉ : COMMISSIONS REMBOURSÉES ?

Une décision rendue par la Cour de justice de l'Union européenne le 12 septembre retient l'attention. Pour les juges européens, en cas d'annulation d'un vol, la compagnie aérienne doit aussi rembourser aux passagers les commissions perçues par les intermédiaires lors de l'achat de billets, si elle en a eu connaissance. Il appartiendra à la juridiction nationale de vérifier si la compagnie était au courant que le distributeur touchait une commission sur la revente des billets.

### TROIS NOUVELLES ZONES TOURISTIQUES À PARIS

Après l'annulation de plusieurs Zones touristiques internationales (ZTI)\* par la justice début 2018, le gouvernement a finalement réussi à contourner les décisions. Trois zones ont été définies à Paris. Les zones « Palais des Congrès », et « Champs-Élysées/Montaigne » vont bénéficier de l'appellation ZTI. La troisième zone, « Bercy-Saint-Émilien », bénéficiera du statut « zone touristique » et pourra également ouvrir le dimanche. Des discussions sont en cours pour en créer une nouvelle dans le quartier d'Odéon/Saint-Michel.

### REDEVANCE AUDIOVISUELLE : HÔTEL ET CHAMBRE D'HÔTES À ÉGALITÉ

Selon le Code général des impôts, les hôtels dont la période d'activité n'excède pas neuf mois bénéficient d'une minoration de 25 % sur la redevance audiovisuelle, qui s'applique sur le montant total de la contribution due après prise en compte des abattements. Et pour placer les chambres d'hôtes dans une situation identique, l'administration admet désormais de leur appliquer la même minoration.

\* Statut créé par la loi Macron qui permet aux magasins d'ouvrir le dimanche et en soirée jusqu'à minuit sous réserve de la conclusion d'un accord avec les employés (volontariat, rémunération, aide à la garde d'enfants).

# C'est entre vos mains

## A partir de 299€ TTC



### EL AL Lignes Aériennes d'Israël

Vous propose une nouvelle façon de voyager de l'Europe vers Israël.  
 Choisissez votre façon préférée de voyager en Classe Economique  
 à partir d'une variété de services en ne payant que ce dont vous avez besoin.



Bagage  
à mains



Repas  
léger



Carte  
Fidélité



Selection  
de sièges



Selection  
de sièges  
spéciaux



Bagage  
enregistré



Changement  
de billet



Annulation  
de billet

# VOYAGE D'AFFAIRES

## 10 PRIORITÉS POUR CONQUÉRIR LES PME

*C'est un marché en hausse régulière et constante qui assure pour certaines agences de proximité entre 30 et 55 % de leur chiffre d'affaires. La numérisation du voyage d'affaires permet d'offrir aux PME/PMI une gamme de services longtemps réservée aux seules grandes sociétés, à condition d'adopter de bonnes méthodes de travail.*

*Marcel Levy, déplacementspros*

Avec un marché évalué par le cabinet Epsa à 28 milliards d'euros en 2017, en hausse de 3,5 %, le voyage d'affaires poursuit une croissance régulière. Il devrait d'ailleurs poursuivre sur sa lancée en 2018 pour atteindre 29,2 milliards d'euros. Autres conclusions de l'étude : 70 % des voyageurs d'affaires sont satisfaits de leur politique voyage et 70 % d'entre eux ont déjà acheté en « open booking ». Globalement, dans des zones de chalandise d'environ 75 000 personnes et au tissu économique soutenu, le volume annuel d'affaires peut osciller entre 6 et 16 millions d'euros avec une marge moyenne de 2 à 6 %.

### UN INTÉRÊT ÉVIDENT POUR LES AGENCES

Les agences de proximité ont donc un intérêt évident pour ce marché dynamique à une période où le loisir montre, selon les années, quelques faiblesses. L'entreprise cliente, habituée aux frais de services, accepte de payer des « fees » à condition que l'agence apporte une réponse concrète à ses besoins. Et les atouts de l'agence sont nombreux : proximité, maîtrise du sujet, professionnalisme... Autant de points qui font gagner du temps et de l'argent au client. Pour les agences indépendantes, comme pour celles rattachées à un réseau, la plupart des outils proposés par les grands fournisseurs du domaine s'adaptent tant aux PME/PMI qu'aux sociétés du CAC 40. Pour autant, l'agence de proximité aura à définir sa méthodologie et les process proposés aux clients. Nous avons listé dix pistes de travail utiles à une meilleure pénétration sur le marché local.

“  
45 % DES  
VOYAGEURS  
PENSENT  
QUE LE PRIX  
GUIDE LES  
PRATIQUES DE  
LEUR  
ENTREPRISE.

Source : Epsa



© Maridav

**LES ATOUTS DE L'AGENCE SONT NOMBREUX : PROXIMITÉ, MAÎTRISE DU SUJET... AUTANT DE POINTS QUI FONT GAGNER DU TEMPS ET DE L'ARGENT AU CLIENT.**

### ① BIEN CONNAÎTRE L'ENTREPRISE

Cela peut sembler une lapalissade et pourtant, c'est une base que négligent beaucoup d'agences de proximité. L'entreprise connaît sa ou ses destinations, possède ses dates de déplacement, ses habitudes et attend de son agence qu'elle lui propose le meilleur rapport qualité-prix pour se déplacer.

Chaque société a sa propre culture du voyage, et elle attend de l'agence qu'elle comprenne sa façon de se déplacer et donc d'acheter. A priori, on pourrait croire que cette première approche est simple. Il n'en est rien. Connaître l'entreprise, c'est aussi connaître ses spécificités professionnelles. S'adapter aux périodes de salon, connaître les destinations phares, comprendre les rouages... Autant de sujets qui se discutent lors de la rencontre prospective.

### ② DÉTERMINER LES BESOINS RÉELS DE SON CLIENT

Le besoin de voyager n'est pas suffisant pour déterminer les besoins réels de l'entreprise. Par exemple, si c'est le dirigeant ou l'un de ses proches qui doit se déplacer, les demandes et les attentes ne seront jamais les mêmes. La structure même de l'entreprise détermine généralement le cahier des charges. Si le coût du voyage doit être généralement au plus économique pour les salariés en charge de la maintenance technologique ou de gestion contractuelle, l'attente ne sera pas la même pour une prospection commerciale ou une rencontre avec des clients en France comme à l'étranger où il faut être opérationnel d'emblée.

Un dirigeant de PME/PMI n'a pas les mêmes attentes qualitatives que son directeur commercial. L'agence doit naturellement comprendre les habitudes (exprimées ou non) de l'entreprise pour s'y coller et formuler des propositions qui correspondent le mieux à ses besoins.

### ③ ÉTABLIR ET GÉRER DES PROFILS « VOYAGEURS »

Personne ne voyage comme son voisin. Et tout le monde ne voyage pas forcément de la même façon au sein de la même entreprise. Là encore, c'est une gestion affinée des profils voyageurs qui permettra à l'agence de répondre au mieux aux attentes de l'entreprise.

Tel ou tel salarié préférera être dans le sens du train, disposer d'une place d'avion proche du hublot ou au contraire de l'allée centrale... il existe des dizaines d'options dans un profil voyageur. Créer ce profil peut naturellement s'informatiser, sauf si le nombre de voyageurs dans l'entreprise est très limité. Savoir le gérer est plus complexe et demande une bonne maîtrise du voyage d'affaires. C'est une force évidente pour l'agence.

### ④ CONSTRUIRE UNE POLITIQUE VOYAGE AVEC L'ENTREPRISE

On a tendance à l'oublier, mais une entreprise existe au travers de règles mises en place pour mieux piloter son quotidien. Il en va de même pour le voyage d'affaires et ce, quel que soit le nombre de personnes



qui se déplacent. La mise en place d'une politique voyage, même la plus simpliste, permet de répondre à des règles simples qui vont prendre en compte la typologie du déplacement : quelle classe de voyage pour quelle typologie de voyageurs ? Quel jour de départ ? Accepte-t-on des séjours « bleisure » ?

Autant de thèmes établis à l'avance et qui permettent à l'agence de respecter les attentes de l'entreprise et l'univers tarifaire du déplacement professionnel. Attention, la politique voyage est établie par l'entreprise, l'agence n'est que l'exécutrice des demandes. Au mieux, elle va aider la société à établir ces règles... Jamais elle ne décidera pour elle.

### ⑤ METTRE EN PLACE UNE POLITIQUE HÔTELIÈRE RÉFLÉCHIE

Dans le monde du voyage d'affaires, la gestion hôtelière est complexe tant la tarification varie en fonction des périodes de l'année, des jours de départ et de l'offre sur place. L'entreprise, informée par Internet de la qualité de tel ou tel établissement, fait souvent des choix rapides mais rarement réfléchis en matière tarifaire.

Tout le travail de l'agence est d'optimiser ces choix et d'instaurer, en fonction des destinations mais aussi du prix moyen

accepté par le client, une politique hôtelière qui prend en compte la proximité de l'établissement en fonction des lieux de rendez-vous, les dates de déplacement (fixes ou adaptables) sans oublier le type d'hôtel attendu (boutique-hôtel, hôtel de luxe, appart'hotel...).

### ⑥ OPTIMISER LES MOYENS DE PAIEMENT

C'est sans doute la tendance la plus importante de ces prochaines années. Avec la multiplication des moyens de paiement, numériques ou non, la gestion des achats s'engage dans une dématérialisation accrue. Pour l'avoir déjà vécu avec les titres de transport ou les réservations hôtelières, l'agence sait que le « sans-papier » se développe aujourd'hui dans l'univers du voyage d'affaires.

Désormais, l'automatisation avec le « touchless » garantit automatiquement l'émission des billets et le contrôle des réservations. La politique mise en place par l'agence doit permettre à l'entreprise de gérer le plus simplement possible la ligne de facturations. Les solutions pour permettre cette gestion comptable en toute transparence existent comme l'utilisation d'un compte logé ou de carte de crédit corporate. L'intérêt de ces deux systèmes est

d'assurer un paiement quasi-instantané de la billetterie émise, associé à des outils de reporting.

### ⑦ OFFRIR UN REPORTING EXPLOITABLE

Pour bien acheter, il faut être capable de savoir très précisément et au fil du temps ce que l'on achète. Logique ! Le reporting est donc devenu un outil essentiel pour l'entreprise que l'agence ne doit pas négliger et qu'elle doit systématiquement proposer à ses clients. Mais si trop de datas tue la data, il est cependant indispensable de déterminer quelles sont les informations attendues par l'entreprise. Il est inutile de fournir un prix moyen du coupon aérien si le volume de déplacements de la société en avion est faible. Il est préférable d'établir des moyens de dépenses mensuelles associées au volume de déplacements, et surtout déterminés en fonction de la destination avec un coût moyen analytique réaliste.

En s'appuyant sur les datas fournies par la plupart des fournisseurs, l'agence doit être à même de donner ce coût moyen du déplacement et surtout un état précis des dépenses engagées... Sans pour autant évoquer un ROI immédiat que seule l'entreprise cliente pourra établir à partir du reporting fourni.

**AVEC LA MULTIPLICATION DES MOYENS DE PAIEMENT,  
LA GESTION DES ACHATS S'ENGAGE DANS UNE  
DÉMATÉRIALISATION ACCRUE.**

© naka

**⑧ PENSER À LA SÉCURITÉ DES  
VOYAGEURS**

À une époque où il est quasiment impossible de garantir la sécurité d'un déplacement professionnel, y compris ceux de proximité, la sécurité est devenue l'une des demandes essentielles pour une entreprise française sur quatre. Au-delà de la seule responsabilité civile, l'entreprise attend de l'agence de proximité une capacité à l'informer des risques encourus par ses voyageurs. Les outils existent. Gratuits comme le site Conseil aux Voyageurs ou payants comme avec Anticip ou I-SOS. Mais au-delà, l'agence doit percevoir les craintes de son client et anticiper le besoin d'assistance qu'elle peut apporter que ce soit via des contrats spécifiques ou une renégociation du contrat d'assurance globale.

Si l'agence de proximité peut fournir cette information, voire le contrat d'assistance qui est associée, son rôle est d'être avant tout un outil d'information auprès de l'entreprise, une force de proposition en matière de sécurisation des déplacements professionnels.

**⑨ GÉRER UNE CONCIERGERIE  
ACTIVE**

Les voyageurs d'affaires ne sont pas forcément aussi bien organisés qu'on ne l'imagine. D'autant plus que la féminisation accrue conduit parfois à une désorganisation de la vie familiale et à une gestion plus complexe des tâches quotidiennes.

Le travail d'une conciergerie, qui peut être sous-traité à une entreprise locale, permet de prendre en charge des attentes aussi surprenantes et différentes que la gestion des enfants après l'école, la demande de visa pour un pays étranger, la mise en place

d'une navette pour rejoindre un aéroport ou une gare... Une agence américaine a listé plus de 140 tâches de conciergerie possible pour les voyageurs d'affaires. À vous de créer celle que vous pourrez proposer à vos clients.

**⑩ ÉTABLIR UN BILAN D'ACTION**

Pour convaincre un client de le rester, il faut justifier de la qualité du service qui lui a été offert. Au-delà du seul reporting déjà évoqué, il est nécessaire de lui démontrer que l'intermédiation qu'il a choisie apporte des économies réelles et une évidente sécurisation des déplacements. Donc, un meilleur investissement. Le bilan d'action est une activité souvent ignorée par l'agence de

proximité mais c'est pourtant celle qui permet de rassurer l'entreprise et de construire l'avenir. Il doit prendre en compte à la fois les points positifs qui généralement ne sont jamais perçus par le client et démontrer que les points négatifs ont été pris en charge rapidement par l'agence au meilleur tarif ou avec un résultat immédiat.

Attention, un bilan d'action n'est pas simplement une rencontre avec l'acheteur de l'entreprise. Ce doit être un document de travail de trois ou quatre pages au maximum qui résume l'intervention de l'agence de proximité sur une période donnée. Sachant qu'un client qui dort sur ses deux oreilles est un client acquis. Il reste désormais à le garder le plus longtemps possible !

**LES LOIS DU BEST BUY  
S'IMPOSENT TOUJOURS**

Alors que la maturité achat est remise en cause au sein des grandes entreprises, les déplacements d'affaires se construisent, encore et pour longtemps, autour de la notion de prix. Une erreur pour les spécialistes qui considèrent que l'unicité de la règle du tarif est dangereuse pour le développement économique d'une entreprise. En 2018, les acheteurs, souvent beaucoup plus engagés dans la gestion quotidienne et à la manœuvre dans la gestion budgétaire, font le choix de la politique du « best buy ». Le meilleur prix... À tout prix. Le pari est complexe et ne répond pas toujours aux attentes réelles des entreprises. « Les nouvelles offres explosent (Level, Joon, Rouge...), les contenus sont enfin enrichis grâce au NDC, les plates-formes de réservation évoluent, explique Yann Legoff, spécialiste des achats. Bref, le pilotage devient possible pour qui sait s'associer avec le fournisseur capable de proposer une véritable et complète place de marché. Le voyage s'achète de plus en plus par le client final sur des sites assurant la totalité de la chaîne du déplacement. » D'où l'importance du service proposé par les agences de proximité. Et c'est sans doute ce transfert de maturité achat dans le business travel qui va porter l'agence. Son rôle : devenir un acteur efficace du BTO, Business Travel Outsourcing, c'est-à-dire devenir le « travel manager » externe de l'entreprise. Une solution pour s'imposer sur le marché tout en respectant la vision « best buy » du client.

# PRODUCTION

## LES 8 TENDANCES DE CET HIVER

*Qui dit rentrée, dit nouvelles brochures, destinations, et problématiques pour les professionnels du voyage ! Le tourisme est en perpétuelle évolution et les années se suivent sans se ressembler. Tour d'horizon des 8 tendances qui vont agiter l'hiver.*

### **1 DES CLUBS INÉDITS**

**=> Chez FTI Voyages et Alpitour**

La concurrence s'accélère ! FTI Voyages lance sa marque, le Club FTI Privilège, avec trois hôtels : le Labranda Les Dunes d'Or à Agadir (Maroc), le Labranda Makadi sur la mer Rouge en Égypte et le DoubleTree by Hilton Resort & Spa Marjan Island 5\* à Ras Khaimah (Émirats arabes unis). Trois destinations pour lesquelles le TO s'engage au niveau de l'aérien... et qui doit donc faire le plein.

Jeune opérateur de clubs sur le marché français, Alpitour densifie aussi sa production hivernale en passant à dix clubs en brochure, contre sept l'année dernière. Le TO d'origine italienne prolonge l'exploitation du Bravo Club Beach, à Djerba, pendant l'hiver. Alpitour investit aussi Oman, avec le Bravo Club Sifawi, et ouvre un deuxième club au Mexique, cette fois-ci sur la côte pacifique (Bravo Club Pacific Vallarta). Une région moins fréquentée par les touristes au Mexique, en plein développement, et qui présente l'avantage de ne pas être confrontée aux problèmes de sargasses rencontrés aux Caraïbes l'hiver dernier...

**=> Chez TUI, Jet tours, Boomerang, Fram**

Du côté des ténors de l'industrie, la production gonfle aussi. TUI France programme 17 clubs Lookéa au départ de 14 villes en France dont cinq nouveautés (Canada, Dubaï, Panama, Zanzibar, Maroc) et sept destinations moyen-courriers sous la marque Marmara (dont une nouveauté à Fuerteventura).

Jet tours référence 27 clubs sous les marques Club Jet tours et Club Jumbo avec sept nouvelles adresses à Djerba, au Panama, en Thaïlande, à Lanzarote ou encore en Laponie. Boomerang Voyages frappe fort avec 32 clubs Kappa et Coralía. Le TO de la holding NG Travel n'en programmait que 20 il y a un an et devrait séduire 90 000 personnes d'ici à la fin de l'année. Pour continuer sur la lancée, le voyageur a choisi d'inaugurer des clubs dans des destinations tant originales (île de Curaçao, Sri Lanka) que des valeurs sûres (Vietnam, Krabi et Koh Samui, en Thaïlande).

Enfin, Fram, toujours en pleine relance, a revu son portefeuille de clubs avec neuf nouveautés (Cuba, Zanzibar, île Maurice, Mexique, Thaïlande, République dominicaine, Maroc, Canaries) sur les 17 adresses proposées.

# 2 Formules Club pour toutes les envies



top clubs  
COCOON

all inclusive

- En option
- Demi-pension en formule de base

top clubs

all inclusive

- En formule de base

## de l'animation

- Des équipes d'animation 100% francophones
- Un programme d'animation plus soft en journée
- Des soirées plus intimes et plus conviviales

## et du sport

- Des équipes d'animation 100% francophones ou mixtes
- Un programme d'animation complet en journée comme en soirée

• Dans les 2 formules •

- Des soirées et moments 100 % Top :  
Top Welcome, soirée Top Exploreur aux couleurs du pays et soirée Top Surprise

## de la découverte

• Dans les 2 formules •

- Un animateur **Top Exploreur** est présent dans chaque équipe d'animation et propose un programme d'activités découverte dans le club ainsi que des balades dans les environs.
- Des packages excursions en option.

## un encadrement enfants

- Possibilité de prise en charge des enfants tous les midis\*

- Prise en charge des enfants le midi 2 fois par semaine

• Dans les 2 formules •

- Encadrement des enfants de 4 à 17 ans pendant les vacances scolaires 6j/7.
- Une veillée par semaine

\*Repas enfant avec supplément pour les formules demi-pension

## 2 PLUS PEUR DU FROID !

Ils sont nombreux, chaque hiver, à traverser la planète pour profiter des chaleurs tropicales pendant l'hiver. Mais la tendance aux destinations siglées « Grand Froid » est de plus en plus forte. Avant l'ouverture d'un Club Med au Canada, prévue en 2020, c'est TUI France qui investit le Québec avec le Club Lookéa Auberge du lac Morency et ses séjours multi-activités (chiens de traîneaux, motoneige...).

Jet tours surfe sur le succès de la Laponie, qui ne se dément pas, et ouvre un troisième club en Finlande (Luosto). Nordiska, qui a vu ses ventes hivernales progresser de 40 % l'année dernière, renforce sa présence dans ses terrains de jeux préférés. En Islande notamment, avec un séjour à Saariselka, l'une des stations les plus authentiques de la région, ou un séjour de huit jours à l'occasion du réveillon. Les produits qui ont rencontré le succès en 2017 (la « Croisière boréale », des fjords à l'Arctique, et le circuit « Saga islandaise et aurores boréales ») voient leurs nombres de départs augmenter.

Kuoni, sous sa marque spécialiste Scanditours, a aussi enrichi sa production. En Laponie, le TO, racheté par l'Allemand Der Touristik, référence nombre d'hébergements insolites (chalets, igloos...) vendus en séjour multi-activités. En Islande (l'autotour « Sur la route des glaciers » et le circuit « Merveilles de l'ouest islandais »), en Norvège (le court-circuit 6j/5n « Exploration en terre glaciale ») et en Russie (« Au cœur de l'hiver sibérien » et « Odyssée sur le lac Baïkal »), Scanditours fait le plein de nouveautés pour s'affirmer comme l'un des spécialistes incontournables des régions nordiques. Bien sûr, la saison sera également dense dans les Alpes françaises. Belambra étrenne un nouveau club à Avoriaz, tandis que le Club Med inaugure Les Arcs Panorama.



© Santa's Hotel Aurora

## 3 L'IRAN ISOLÉ

Tous les regards sont tournés vers l'Iran depuis le début de l'année 2016 et la fin de l'embargo américain. Les Français ont été parmi les premiers à se rendre sur place (ils étaient près de 35 000 en 2016), curieux de découvrir ce pays méconnu à l'histoire millénaire. Les TO ont tous dessiné des itinéraires en Iran, dont la richesse culturelle compense la qualité de l'offre hôtelière à destination. Seulement voilà, en 2016, le président américain s'appelait Barack Obama. Donald Trump, lui, n'a jamais caché son inimitié avec l'Iran et s'est empressé d'annuler l'accord obtenu... et de brandir la menace de sanctions financières colossales pour les entreprises qui continueraient d'opérer en Iran.

Résultat, en quelques semaines : British Airways, Air France et KLM ont déjà annoncé la fin de leurs rotations entre Londres, Paris, Amsterdam et Téhéran pour cet automne. Lufthansa et Alitalia devraient suivre, isolant ainsi le pays... et compliquant la vie des TO, malgré le succès de la destination (+ 144 % de ventes en 2015/2016 pour les membres du Seto).



© Shalom Mwenesi

# VOUS AUSSI GOÛTEZ À LA DOLCE VITA

Mexique - Cuba - République Dominicaine  
Oman - Zanzibar - Nosy Be - Cap-Vert  
Maroc - Tunisie



 **BRAVO  
CLUB**

[www.bravoclub.com](http://www.bravoclub.com)  
et dans votre agence de voyage

**BRAVO CLUB**  
est une marque de  **ALPITOUR  
FRANCE**



© Chen Hu

## 4 L'AFRIQUE MONTE EN PUISSANCE

Voilà plusieurs années que certaines destinations africaines font le plein (Tanzanie, Afrique du Sud...). L'appétence du marché français pour l'Afrique est réelle et incite les tour-opérateurs à réinvestir un continent délaissé depuis une décennie. Un an après avoir tenté l'aventure, Solea dévoile une marque dédiée à l'Afrique avec Equato by Solea et en profite pour ajouter le Sénégal à son catalogue.

Salaün Holidays, qui vient de diffuser sa production hiver 2018/2019, a revu sa copie au Sénégal et en Côte d'Ivoire avec des circuits inédits. Le TO breton parie même sur l'Algérie avec deux circuits complets. Les Maisons du Voyage, adeptes du sur-mesure, programme également l'une des productions les plus étoffées du marché avec leur catalogue spécial (Ouganda, Mozambique, Botswana, Malawi...).



© Stéphan Valentin

## 5 CUBA EN PERTE DE VITESSE ?

De l'autre côté de la planète, dans la mer des Caraïbes, Cuba pourrait également connaître un léger recul. Les Français, charmés par les plages, les Cubains et les atouts culturels de l'île, grincent des dents devant la qualité hôtelière et les services proposés, malgré un prix de vente plutôt élevé. Pour les TO, opérer dans le contexte cubain, en pleine reconstruction politique et économique, n'est pas une mince affaire non plus. La communication entre voyageurs et hôteliers (tarifs, wifi...) est parfois brouillée, incitant les tour-opérateurs à revoir leurs ambitions sur la destination.

TUI a ainsi retiré le Club Lookéa Cayo Santa Maria de sa production, mais conserve le Lookéa Grand Memories Varadero, desservi par Corsair. La compagnie aérienne du groupe TUI partage désormais ses rotations avec Air Caraïbes, tandis qu'Air France et KLM ont aussi réduit la voilure. Preuve que le remplissage des avions pose parfois problème... Pour autant, l'appétit est toujours là, et de nombreux acteurs affichent une production repensée à Cuba. Mais des clients seulement intéressés par un séjour balnéaire sous les tropiques préféreront peut-être lézarder sur les plages des hôtels de République dominicaine.

## 6 DORMIR PARTOUT, SAUF À L'HÔTEL

Les succès d'Airbnb et autres plates-formes de location entre particuliers prouvent qu'un segment de la clientèle cherche des hébergements plus authentiques, plus intimistes, plus insolites ou tout simplement plus indépendants. Ces voyageurs - souvent des repeaters - trouvent de plus en plus leur bonheur dans les brochures des voyageurs traditionnels qui ont appris à s'adapter.

En témoigne Exotismes, qui référence désormais des villas de particuliers en Martinique, en Guadeloupe et sur l'île Maurice. Alors que GuestToGuest, →



# Fuerteventura

LES ÎLES CANARIES

Partez à la découverte d'une oasis calme  
aux multiples facettes



## Club Caleta Dorada 3\*

Dès **390€** TTC/pers.\*

7 nuits, en **Tout Compris**,  
en **bungalow 1 chambre**,  
le **11/12/2018**, de Paris CDG.

### HÔTEL GRATUIT :

1<sup>er</sup> enfant (2-12 ans)  
- **50 %** : 2<sup>ème</sup>, 3<sup>ème</sup> enfants (2-12 ans)



## Sheraton Fuerteventura, Golf & Spa 5\*

Dès **639€** TTC/pers.\*

7 nuits, en **petit déjeuner**,  
en **chambre double**,  
le **12/01/2019**, de Paris CDG.

### HÔTEL GRATUIT :

1<sup>er</sup> enfant (2-14 ans)  
- **50 %** : 2<sup>ème</sup> enfants (2-14 ans)



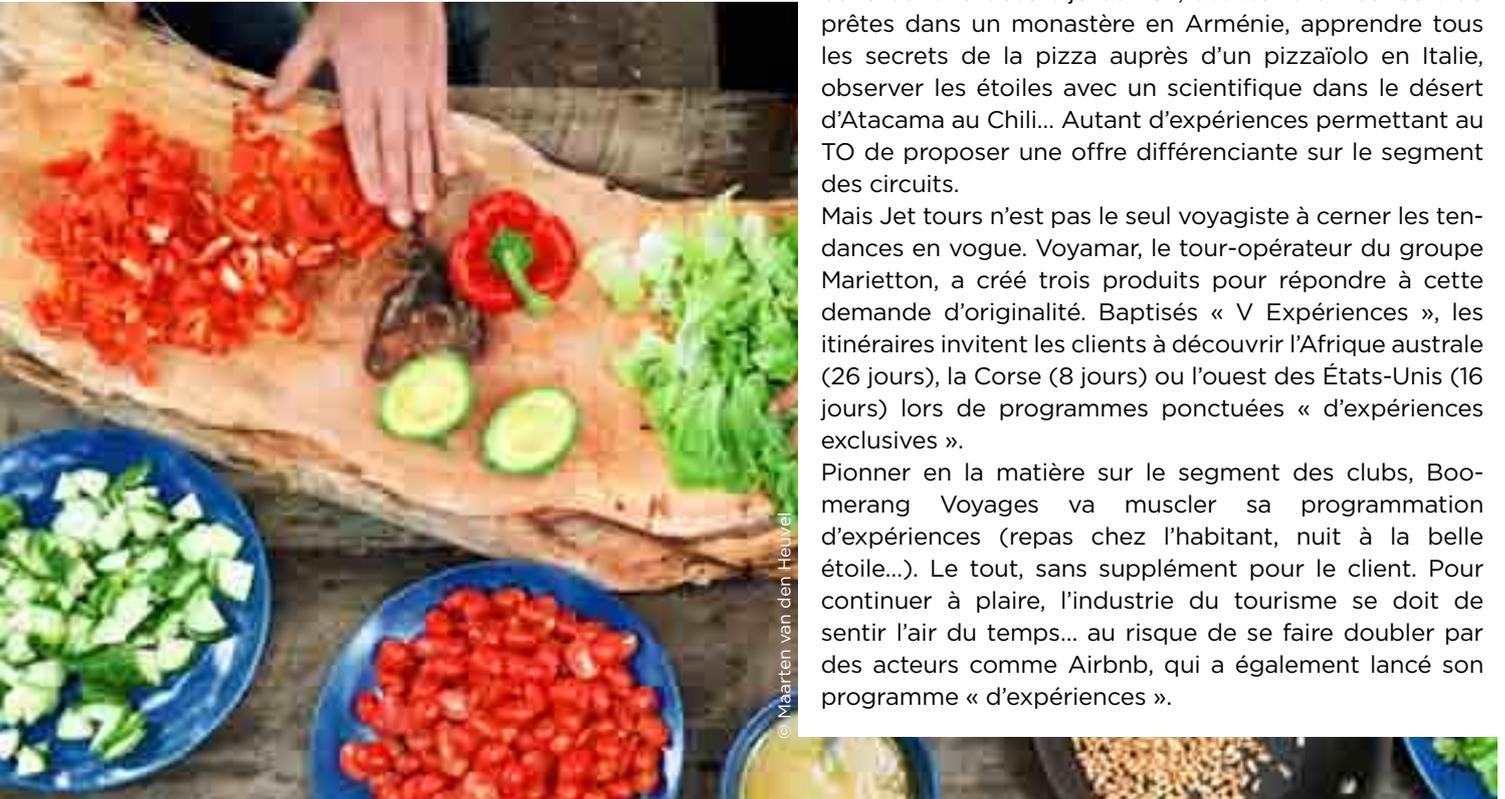
→ spécialiste de l'échange de maisons entre particuliers, poursuit sa croissance, Maeva.com, en se rapprochant de professionnels (Odalys, VVF...) comme de particuliers, affiche un catalogue plutôt complet. Passer ses vacances dans la maison d'un autre est donc une tendance qui s'affirme, même si elle n'est pas nouvelle. Pour mémoire, la genèse des Gîtes de France remonte aux années 50...

## 7 VOYAGER, UNE EXPÉRIENCE

C'est une tendance forte, depuis quelques années : les clients veulent mettre de plus en plus de sens à leurs vacances. Cela peut passer par des cours de langue ou de danses traditionnelles pour les clients des clubs, ou par des expériences plus pointues. Ainsi, Jet tours a décidé d'ajouter des « Rendez-vous confidentiels » à chacun de ces circuits programmés pour l'hiver. Dormir dans une bulle dans le désert jordanien, assister à un concert de prêtés dans un monastère en Arménie, apprendre tous les secrets de la pizza auprès d'un pizaiolo en Italie, observer les étoiles avec un scientifique dans le désert d'Atacama au Chili... Autant d'expériences permettant au TO de proposer une offre différenciante sur le segment des circuits.

Mais Jet tours n'est pas le seul voyageur à cerner les tendances en vogue. Voyamar, le tour-opérateur du groupe Marietton, a créé trois produits pour répondre à cette demande d'originalité. Baptisés « V Expériences », les itinéraires invitent les clients à découvrir l'Afrique australe (26 jours), la Corse (8 jours) ou l'ouest des États-Unis (16 jours) lors de programmes ponctués « d'expériences exclusives ».

Pionner en la matière sur le segment des clubs, Boomerang Voyages va muscler sa programmation d'expériences (repas chez l'habitant, nuit à la belle étoile...). Le tout, sans supplément pour le client. Pour continuer à plaire, l'industrie du tourisme se doit de sentir l'air du temps... au risque de se faire doubler par des acteurs comme Airbnb, qui a également lancé son programme « d'expériences ».



© Maarten van den Heuvel

## 8 DE NOUVELLES LIGNES...

L'ouverture de nouvelles routes aériennes est souvent révélatrice des dynamiques qui animent le tourisme à l'échelle nationale ou mondiale. Sans surprise, c'est vers l'est que les regards des stratèges des compagnies aériennes se tournent actuellement. Tant pour envoyer des touristes que pour en faire venir d'autres, elles misent sur l'Asie, et notamment la Chine. XL Airways a ouvert une liaison entre Roissy et Jinan, dans la province du Shandong. Totalement seule sur cet axe, la compagnie est suivie par Aigle Azur, qui a inauguré, début septembre, ses premiers vols entre l'aéroport d'Orly et celui de Pékin. À raison de trois rotations par semaine, Aigle Azur confirme son virage stratégique vers le long-courrier après l'ouverture d'une ligne entre Paris et Sao Paulo, il y a quelques semaines.

Pour faire face à cette nouvelle concurrence, Air France, KLM, China Southern Airlines et Xiamen Airlines ont annoncé la création d'une joint-venture permettant de connecter les réseaux des quatre compagnies aériennes... et d'offrir toujours plus de possibilités aux quelque 1,250 million de passagers annuellement transportés par les quatre compagnies. Vers l'ouest, la concurrence aussi est forte. L'explosion des low cost transatlantiques permet la multiplication de routes vers les villes américaines. Ainsi, la compagnie islandaise WOW air ouvre une ligne entre Paris et Orlando (États-Unis), avec une escale rapide à Reykjavik, à compter du 18 décembre. Idéal pour les familles qui voudraient découvrir les parcs d'attractions ou les plages de Floride.

Florian De Paola

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](http://aegeanair.com)



# LES PARCS NATIONAUX AMÉRICAINS AUGMENTENT LEURS PRIX

© Stéphane Jaladis



**À partir du 1<sup>er</sup> octobre 2019, une augmentation des droits d'entrée sera appliquée pour visiter les parcs nationaux américains plébiscités par les touristes.**

Lors du salon américain du tourisme IPW 2018 à Denver, la question de l'augmentation au 1<sup>er</sup> octobre 2019 des tarifs d'entrée dans les parcs nationaux américains était sur toutes les lèvres des voyageurs présents. Cette mesure concernant la CUA (Commerce Use Authorization), destinée aux professionnels, doit permettre d'améliorer les infrastructures d'accueil du public et de protéger ces sites d'une surfréquentation, tout comme l'instauration de quotas dans plusieurs parcs. Ainsi en a décidé le National Park Service (NPS) qui gère depuis 1916 plus de 400 parcs nationaux.

Si le tarif du pass annuel restera inchangé à 80\$ pour les individuels, la hausse atteindra 5\$ par personne pour la visite d'un parc sans cette carte. La hausse sera plus élevée pour les groupes avec une CUA à régler pour certains parcs nationaux plus un droit d'entrée de 5\$ pour chaque personne présente dans l'autocar. Seuls le chauffeur et le guide seront exemptés de cette majoration. « Les montants n'ont pas encore été arrêtés et dévoilés, tient à rassurer Geoffrey Duval, le président de l'office de tourisme des États-Unis en France. Les agences de voyages ne doivent pas s'inquiéter. Il n'y a pas de changement pour la saison 2019. C'est en 2020 que cette mesure se fera sentir sur les prix des voyages et, plus particulièrement, sur ceux des circuits accompagnés. »

## UN SURCÔÛT POUVANT ATTEINDRE 3 000 \$ PAR BUS

En effet, la note sera moins douloureuse pour les individuels. « La hausse de 5\$ par parc et par personne ne devrait pas faire de grosse différence sur le prix final d'un autotour ou, sur quelques dossiers, nécessitera de trouver des économies sur d'autres points du voyage », juge Charles Julien, responsable de production USA et Amérique latine chez Jetset. Et d'ajouter : « Si le client veut privilégier un hébergement au cœur des parcs afin de ne pas faire de route chaque jour pour les rejoindre, il n'aura d'autre choix que de mettre le prix. »

**« LES TO DEVRONT TROUVER DES SOLUTIONS POUR RESTER DANS DES PRIX ACCEPTABLES, QUITTE À RÉDUIRE LE NOMBRE DE PARCS NATIONAUX VISITÉS. »**

La question sera plus complexe et chère pour les groupes dont les circuits comprennent la visite de plusieurs parcs nationaux. « Cela pourra représenter un surcoût de 3 000 \$ pour un bus sur l'ensemble d'un circuit accompagné, considère Maureen Lachant, la directrice du développement de Maison des États-Unis. Les TO devront

trouver des solutions pour rester dans des prix acceptables, quitte à réduire le nombre de parcs nationaux visités au cours de l'itinéraire. » Difficile toutefois de tous les supprimer tant Yellowstone, Grand Canyon, Zion, Arches, Yosemite, Bryce Canyon, Muir Woods et Rocky Mountain National Park font partie de l'imaginaire américain.

## VERS DES QUOTAS

Justement, le National Park Service réfléchit en parallèle à instaurer une limitation de la fréquentation de ces parcs iconiques ou tout au moins de certaines zones via la mise en place de quotas visant là aussi les groupes qui devront préalablement réserver leur passage. Si les 417 parcs gérés par le NPS ont accueilli plus de 350 millions de personnes en 2017, 61 ont en effet enregistré un record de visiteurs. « Cette mesure contre « l'overtourisme » est plutôt une bonne chose car l'objectif est à la fois écologique en protégeant ces sites naturels mais aussi dans un esprit d'amélioration du confort de visite des touristes », juge Geoffrey Duval. D'après Donny Leadbetter, Tourism Program Manager au NPS, la mesure concernerait Zion, Arches, Grand Canyon, Acadia, Muir Woods... Des enquêtes de satisfaction du public sont actuellement menées en attendant l'instauration d'un portail de réservation.

Stéphane Jaladis

# MELIÃ

HOTELS & RESORTS

**Soul Matters**

**DU TRAVAIL AU PLAISIR  
EN QUELQUES SECONDES**

JUSQU'À  
**25%**  
DE RÉDUCTION

**MELIÃ PRO**

THE CONFIDENCE OF PARTNERSHIP

MELIÃ PRO CORPORATE

**DES 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

# QUAND LA CROISIÈRE AMORCE UN VIRAGE ENVIRONNEMENTAL

*Ces derniers mois, les croisières ont concentré les critiques de certaines associations, comme France Nature Environnement et Nabu en Allemagne, quant à leur impact sur l'environnement. Les compagnies et la Clia (Association internationale des compagnies de croisières) qui avaient jusqu'ici abondamment communiqué sur les retombées économiques positives de la croisière ont dû souligner les mesures prises pour diminuer leur impact environnemental.*

© Club Med

## TRAITER L'EFFET DE NOMBRE

Les nouveaux géants des mers dont certains atteignent 6 000 passagers créent un effet d'envahissement à Venise, Dubrovnik, Palma, Santorin, Mykonos... Une accusation balayée par Massimo Brancaleoni, vice-président des ventes monde de Costa, qui souligne que « sur les 25 millions de touristes annuels à Venise, la croisière ne représente que 1,5 million de personnes ». Des villes entrent toutefois en résistance en imposant de nouvelles taxes portuaires ou en limitant le nombre de paquebots simultanément en escale.

## RÉDUIRE L'IMPACT DANS LES SITES NATURELS

« Avant de lancer une croisière, un repérage permet d'établir une étude d'impact environnemental pour être sûr que nos passagers ne laisseront sur place que des traces de pas », explique Nicolas Dubreuil, le responsable du développement durable chez Ponant. Les passagers doivent en

outre respecter un code de bonne conduite. Et ils sont même invités à nettoyer les rivages lors d'excursions. « Pour faire le tour du Spitzberg et en Antarctique, les bateaux ne doivent pas excéder 200 passagers et nous ne débarquons jamais plus de 100 personnes en même temps », précise Christine Bois, DG France d'Hurtigruten.

## DIMINUER LES REJETS DE CO<sub>2</sub> DANS LES PORTS

L'enjeu est d'éviter de faire tourner les moteurs des navires à quai afin de diminuer la pollution atmosphérique. Quelques paquebots possèdent une prise électrique à brancher sur le quai afin de disposer de l'énergie nécessaire durant l'escale. Peu de ports sont toutefois dotés de ce système d'alimentation électrique terrestre (Stockholm, Göteborg, Montréal, Seattle, San Francisco, Juneau...). Hurtigruten, qui équipe ses navires, incite les ports norvégiens à sauter le pas.

## TRAITER LES REJETS DES CHEMINÉES

Face aux critiques sur l'utilisation d'un diesel lourd, les compagnies ont commencé par installer des « scrubbers », des systèmes d'épuration pour débarrasser les fumées des particules fines et de soufre. Une nécessité pour naviguer en Europe du Nord, Baltique, Caraïbes et le long des côtes nord-américaines où les émissions de soufre sont limitées à 0,1 %, contre 1,5 % aujourd'hui en Méditerranée !

## UTILISER UNE ÉNERGIE MOINS POLLUANTE

Si Ponant a choisi le diesel pour que ses quatre nouveaux Ponant Explorers soient moins polluants (comparé au fioul), la tendance actuelle est à l'adoption du gaz naturel liquéfié (GNL). Cette énergie fossile, la plus propre sur le marché, a ainsi été choisie par Brittany Ferries pour son ferry Honfleur attendu en 2019, par Ponant pour son brise-glace de 270 passagers prévu en 2021 et par MSC pour ses trois navires qui sortiront des chantiers STX entre 2022 et

# LE MONDE EN CROISIÈRES

FLEUVES • MERS • CANAUX

**IFTM  
2018**

Village  
de la croisière  
Stand  
N° M058



## LE "VRAI" TOUT INCLUS

- Croisières en pension complète avec boissons incluses à bord
- Cuisine française raffinée
- Wi-Fi disponible gratuitement
- Soirées à thème

Leader européen de la croisière fluviale • Croisières exclusives • Excellent rapport qualité/prix



STRASBOURG • PARIS • LYON • NICE • NANTES

<http://pro.croisieurope.com> 0 825 333 777 Service 0,15 € / min + prix appel





© Harmony of the Seas



© PONANT

exemple », souligne Nicolas Dubreuil de Ponant. Cette dernière réduit aussi l'intensité lumineuse de ces navires la nuit. Hurtigruten commencent à bannir les objets en plastique à usage unique comme les pailles.

### LUTTER CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Les déchets alimentaires peuvent être traités et recyclés pour servir d'alimentation animale comme lors d'une expérience menée en 2014 à bord du Costa Pacifica dans le cadre du projet « Sustainable Croisière » cofinancé par la Commission européenne. Aujourd'hui, Costa sensibilise ses croisiéristes, et notamment les enfants, à la valeur de la nourriture via le programme « 4 Good Food ». Objectif : réduire de 50 % le gaspillage alimentaire à bord de sa flotte d'ici 2020. Après Savone et Civitavecchia, la compagnie distribue à Marseille ses surplus alimentaires à des associations caritatives partenaires de la Banque alimentaire.

Afin d'atténuer les critiques, la Clia souligne que ses membres ne représentent que 1 % de la flotte maritime mondiale et qu'ils sont, avec l'aide des chantiers navals, à la pointe en matière d'innovations. Grace aux avancées technologiques, les performances environnementales des paquebots s'améliorent à chaque nouvelle série. Et, face aux nouvelles normes adoptées dans le cadre de la convention Marpol par l'Organisation maritime internationale (OMI) à partir de 2020, les paquebots crachant de longs panaches noirs pourraient ne plus être qu'un mauvais souvenir au cours de la prochaine décennie.

Stéphane Jaladis

2024. En 2019, le Costa Smeralda sera aussi le premier paquebot de la compagnie italienne à naviguer au GNL. Hurtigruten va plus loin en convertissant d'ici trois ans ses onze bateaux au GNL et en construisant deux navires hybrides. Dès 2019 et 2020, les Fridtjof Nansen et MS Roald Amundsen réduiront leur consommation de 20 % et navigueront sur batteries dans les régions polaires afin de supprimer tout rejet. De futurs paquebots Royal Caribbean seront également hybrides associant GNL et piles à combustible.

### MULTIPLIER LES ACTIONS À BORD

Toutes les compagnies mettent en avant l'utilisation de Led pour l'éclairage et les opérations de recyclage (plastiques, cartons, canettes...), de traitement des déchets et des eaux usées mises en place. « Les déchets ne sont pas descendus à terre quand nous savons qu'ils ne peuvent y être traités comme au Groenland par

### 5 POINTS À AMÉLIORER

1

Certaines excursions entraînent l'utilisation de dizaines d'autocars qui participent à la pollution en CO<sub>2</sub> des sites touristiques visités.

2

La limitation des émissions de soufre en Méditerranée est fixée à 1,5 % pour les bateaux de croisières, contre 0,5 % en Europe du Nord...

3

Seuls les grands ports disposeront des infrastructures pour stocker et alimenter en GNL les paquebots en escale.

4

Le « all inclusive » favorise la surconsommation alimentaire aux buffets des navires.

5

Le système de prise électrique à terre existe à Marseille pour les ferries de La Méditerranée et de Corsica Linea, mais pas sur le terminal croisières.

## UN BEL HIVER EN CROISIÈRE !



Cet hiver, proposez à vos clients une croisière de rêve signée MSC !  
Quand les jours raccourcissent et que la température baisse, le temps est venu de réchauffer son cœur au soleil... Les eaux cristallines des ANTILLES, de CUBA & des CARAÏBES, les dunes dorées des ÉMIRATS, les paysages exotiques de l'INDE ou encore les couleurs chatoyantes de la MÉDITERRANÉE.  
Les vacances parfaites pour découvrir les merveilles du monde et rêver à bord d'un élégant navire de la flotte MSC Croisières.

Renseignements sur [mscbook.fr](https://www.msccruises.com) ou appelez-nous au 01 70 74 00 50



PAS N'IMPORTE QUELLE CROISIÈRE

# LE TOURISME VIRTUEL SERA BEL ET BIEN UNE RÉALITÉ

© Daniel Chen

*D'ici 5 à 10 ans, les progrès en matière de réalités augmentée et virtuelle permettront de créer des expériences immersives ultra-réalistes, ouvrant la voie à des agences de voyages d'un nouveau genre.*

Le 15 juillet dernier, la finale de la Coupe du monde de football réunissait en France environ 26,1 millions de téléspectateurs. Mais d'ici quelques années, il faut s'attendre à ce que les fans délaissent les écrans au profit de leur table basse. Grâce à un simple dispositif de réalité augmentée, ils pourront assister aux matchs comme s'ils étaient au bord du terrain ! Et ce n'est que l'un des nombreux cas d'usage qui verront le jour lorsque les matériels et contenus seront plus perfectionnés et accessibles.

## UN MARCHÉ DE 108 MILLIARDS DE DOLLARS D'ICI 2022

Pesant actuellement 27 milliards de dollars au niveau mondial, les marchés de la réalité augmentée et virtuelle devraient atteindre les 108 milliards d'ici 2022, selon le cabinet Digi-Capital. Ce qui laisse présager de multiples développements dans de nombreux domaines, tout d'abord dans l'industrie, puis dans les secteurs du divertissement et de l'éducation. « Toutes les écoles de création comme les Gobelins se mettent à la réalité virtuelle, donc nous assisterons d'ici peu à l'émergence de nouveaux talents », explique Laurent Chrétien, directeur général de Laval Virtual, le salon qui fait référence dans le secteur depuis 1999. Les réalisations sont d'ores et déjà innombrables. En 2016, le parc d'attraction en cinq dimensions, The Void, ouvrait ses portes à Salt Lake City. En mars dernier, le Futuroscope inaugurait la réalité virtuelle 5D avec « Sébastien Loeb Racing Xperience ». Cet été, la célèbre primatologue Jane Goodall proposait de s'immerger dans la savane au milieu des animaux sauvages afin d'être sensibilisé à la protection des espèces.

“  
IL FAUT

S'ATTENDRE

À CE QUE

LES FANS

DÉLAISSENT

LES ÉCRANS

AU PROFIT DE

LEUR TABLE

BASSE.



## VOYAGER

### DANS DES DESTINATIONS DISPARUES

Outre le fait de devenir des lieux touristiques en soi, ces initiatives sont annonciatrices d'une évolution profonde des usages. « La convergence des technologies de réalité virtuelle, de son 3D, d'odeur de synthèse et l'haptique, qui a trait au sens du toucher, permettra de voyager dans des destinations disparues ou totalement inventées », affirme Laurent Chrétien.

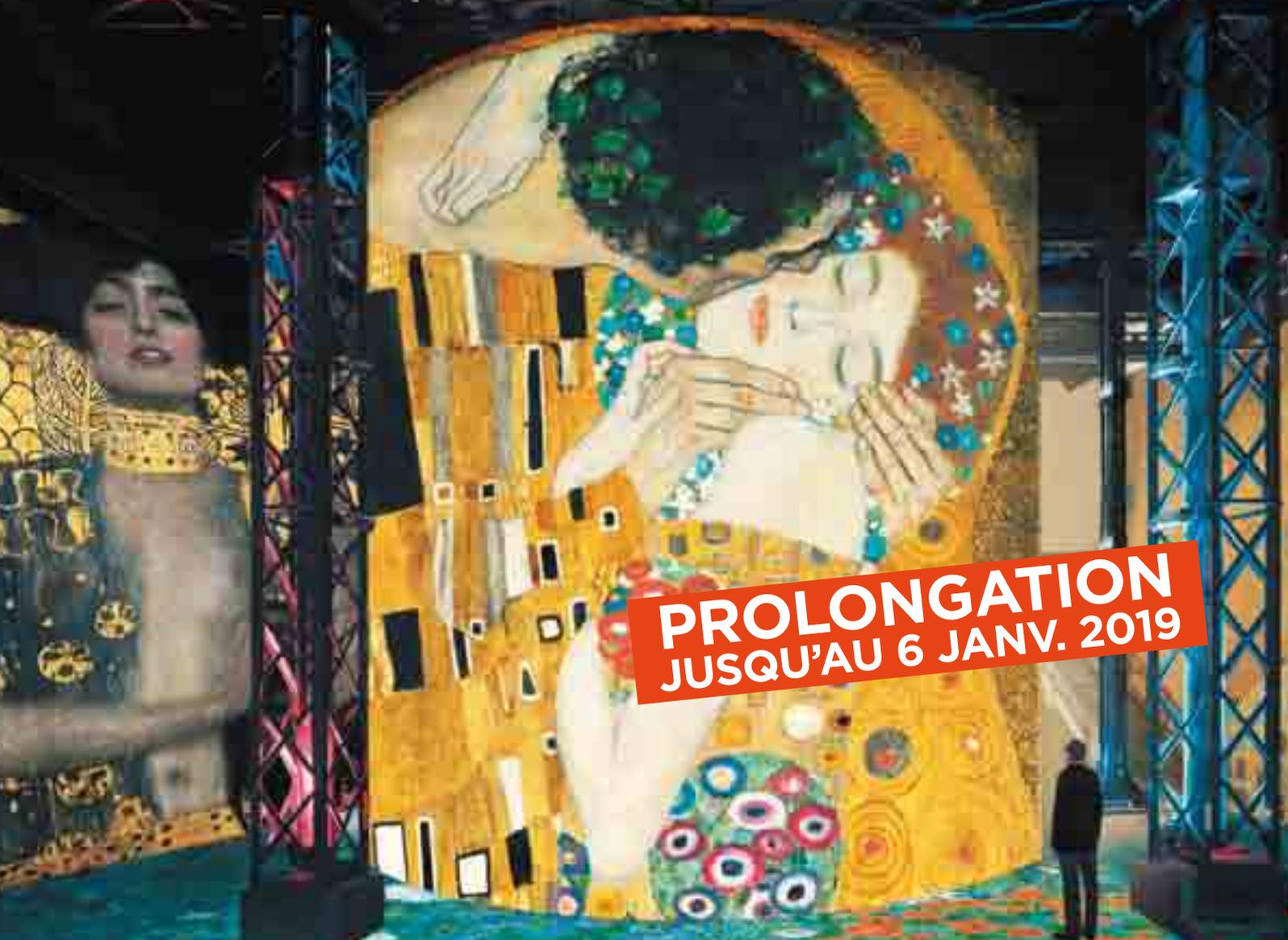
Autrement dit, grâce à un ou plusieurs dispositifs, nous pourrions voir, entendre, sentir une fleur, toucher un objet ou ressentir la fraîcheur du vent. Il paraît donc inévitable que des agences de voyages spécialisées dans les expériences immersives proposent à terme la visite de célèbres sites disparus tels que le temple de Bêl à Palmyre, ou fermés au public comme la grotte de Lascaux. D'autres acteurs proposeront quant à eux de découvrir des lieux fictifs : l'Atlantide, l'École de Sorcellerie de Poudlard ou encore l'Arche perdue d'Indiana Jones...

Certains verront dans ces innovations l'occasion de réduire l'impact du tourisme de masse, d'autres une opportunité unique de créer de la valeur, d'autres encore un moyen de rendre le monde accessible, par exemple, aux personnes à mobilité réduite. Les plus sceptiques craindront l'émergence d'un tourisme à deux vitesses : de réels déplacements pour les plus aisés, des expériences virtuelles pour les moins chanceux ou pour ceux qui ne se contenteront que de cela. Dans tous les cas, les alternatives virtuelles intégreront bel et bien notre réalité. Les agences en ligne et physiques se diversifieront-elles en proposant une nouvelle forme d'expérience ?

Guillaume Poulain, TOM.travel

# ATELIER DES LUMIÈRES

38, RUE SAINT-MAUR - PARIS 11<sup>ème</sup>



**PROLONGATION  
JUSQU'AU 6 JANV. 2019**

# GUSTAV KLIMT

UNE IMMERSION DANS L'ART ET LA MUSIQUE

UNE RÉALISATION GIANFRANCO IANNUZZI - RENATO GATTO - MASSIMILIANO SICCARDI

 culturespaces  
PARTAGER LA CULTURE

 AM IEX  
IMMERSIVE ART

 BARCO

 Culture

 île de France

 PARIS REGION

 Crédit du Nord

 BAIN & COMPANY

 malakoff médéric

 ALTAREA COGEDIM

 SAINT-GOBAIN

 FREYWILLE

 TFI

 LCI

 Le Journal des Arts

 ANOUS PARIS

 arte

 OUI

 USC

 fnac

 RATP

 Le Parisien

 RTL



# QUAND LE CE DISPARAÎT...

*Le CSE, acronyme de Comité social et économique, devient la nouvelle mega instance du personnel.*

Le Comité d'entreprise (CE) a plus de 75 ans d'existence. Après la création des Délégations uniques du personnel (DUP) en 1993, il est progressivement remplacé depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2018 et jusqu'à fin 2019 par le Comité social et économique (CSE) entraînant la disparition des délégués du personnel (DP), du CE et du Comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT).

Au 1<sup>er</sup> janvier 2018, le CSE est mis en place obligatoirement dans les entreprises qui occupent au moins 11 salariés depuis 12 mois. Pour les entreprises qui disposent déjà de représentants du personnel, plusieurs cas de figure sont définis pour établir la date à partir de laquelle la nouvelle instance s'impose pour une mise en place au plus tard le 1<sup>er</sup> janvier 2020. En attendant la fusion des instances dans le CSE, les anciennes règles continuent à s'appliquer.

## LES NOMS DES DIFFÉRENTES INSTANCES ANTÉRIEURES DISPARAISSENT

Le CSE va récupérer l'ensemble des prérogatives jusqu'alors dévolues au CE avec des différences : le nombre de membres prévus ainsi que le niveau global des heures de délégation diminuent, les suppléants n'assistent plus aux réunions (sauf si absence d'un titulaire).

Pour les missions du CSE, il faut distinguer les entreprises qui emploient entre 11 et 49 salariés et celles qui comptent 50 salariés et plus. Toutes devront mettre en place un CSE, mais les pouvoirs de ce dernier ne seront pas les mêmes. Entre 11 et 49 salariés, le CSE exercera globalement les mêmes pouvoirs que les DP. Dans celles de 50 salariés et plus, le CSE reprend les attributions des DP, du CE et du CHSCT

Dans celles de 50 salariés et plus, les élus au CSE ne pourront pas exercer plus de trois mandats consécutifs, sauf, entre 50 et 300 salariés, si le protocole d'accord préélectoral en décide autrement.

Par conséquent, le CE doit transférer l'ensemble de

ses biens, droits, obligations, créances et dettes à la nouvelle instance dès que celle-ci est mise en place. Ils sont de plein droit et à titre gratuit transférés au nouveau CSE. Toutefois une convention conclue avant le 31/12/2019 entre les anciennes et les nouvelles instances définira les conditions dans lesquelles sont mis à disposition les biens - notamment les immeubles et applications informatiques - ainsi que, le cas échéant, les conditions de transfert des droits et obligations, créances et dettes relatifs aux activités transférées.

## BULLET POINT

**La période de référence pour calculer l'effectif déterminant l'éligibilité des entreprises d'au moins 11 salariés au CSE est modifiée. Auparavant, l'effectif s'appréciait sur 12 mois consécutifs ou non, au cours des 3 années précédentes. Désormais, l'effectif doit être atteint au cours des 12 derniers mois. Ceci diminuera le nombre de sociétés astreintes à avoir des représentants du personnel (un mois en dessous de l'effectif requis remet le compteur à zéro). Les attributions du CSE dans les entreprises de plus de 49 salariés, ne sont applicables au CSE que lorsque ce seuil a été atteint pendant 12 mois consécutifs et après un nouveau délai de 12 mois : les élus du CSE n'exerceront leurs missions étendues à celles du CE de nos jours qu'après 24 mois.**



Marie-Laure Koszul, avocate

**FIDAL**  
SOCIÉTÉ D'AVOCATS



# 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](mailto:afall@tuifrance.com)



# CRÉER SON ENTREPRISE DU VOYAGE : 4 ÉTAPES CLÉS

---



*De l'idée au développement de l'entreprise en passant par la phase de création, une formation adaptée donne les clés pour optimiser ses chances de réussite. Découvrez les bienfaits d'un accompagnement adapté à nos métiers et problématiques du voyage.*

Dossier réalisé par Laurie Larchez, directrice Formation professionnelle à l'Escaet

Si le projet de création d'entreprise consiste en la conception ou la vente de prestations associées au tourisme ou aux voyages, il entre alors de fait dans un cadre réglementaire (Code du tourisme) et nécessite donc une formation adaptée.

### ① DÉFINIR, VALIDER OU INVALIDER SON IDÉE

Certains se lancent dans l'aventure entrepreneuriale à partir d'une idée. D'autres au contraire n'ont pas d'idée précise mais souhaitent avant tout créer leur société. Dans tous les cas, il faut prendre le temps d'affiner son concept en répondant notamment aux questions suivantes, en effectuant de précieuses recherches :

- Mon concept est-il en phase avec mon futur environnement et avec les évolutions de l'industrie du voyage ?
- Quels seront mes concurrents directs et indirects ? Quels sont leurs modèles ?
- Mon offre répond-elle aux évolutions des comportements des consommateurs voyageurs ?
- Quelle est ma valeur ajoutée dans cet environnement ?

### ② OPTIMISER SES STRATÉGIES DE DÉVELOPPEMENT

L'industrie du tourisme et des voyages fait appel à de nombreuses compétences et métiers spécifiques que le chef d'entreprise doit maîtriser, soit parce qu'il les mettra directement en application, soit pour lui permettre de comprendre ses futurs partenaires, clients et fournisseurs. Il pourra ainsi optimiser ses stratégies de production, de distribution, de revenue management, de marketing et commerciales. Connait-il par exemple les spécificités :

- Du produit voyage loisirs (package sur-mesure, à la carte, dynamique, collaboratif...)?
- Des secteurs du transport et de l'hébergement (spécificités produits, politique tarifaire, contracting...)?
- Des techniques d'optimisation des prix et des revenus d'un opérateur de voyage (pricing, yield et revenue management)?
- Des solutions technologiques de distribution (GDS, plateformes multi-TO, CRS, plateformes hôtelières, OBT...)?
- Des leviers webmarketing pour optimiser sa visibilité sur Internet (SEO, SEM, affiliation, display, retargeting, réseaux sociaux, newsletters...)?

### ③ TESTER SON PROJET

Dans l'innovation, le mode « test & learn », éprouvé par les grands groupes, est une méthode réputée. Plutôt que de consacrer - et perdre - plusieurs mois, voire années, à

réfléchir à son projet, l'idéal est de le tester et de l'ajuster en fonction des retours. Pour ce faire, il faut créer des occasions de présenter son business plan à des professionnels, lors d'une formation, d'opérations de networking, de pitches...

Les concours start-up ont plusieurs vertus : s'exercer, écouter les autres participants, chercher des contradicteurs, créer des contacts B2B... voire gagner. Mais la victoire n'est pas une fin en soi, ce que des entrepreneurs découvrent parfois a posteriori. Des incubateurs, accélérateurs et pépinières permettent aussi de créer un POC (« Proof of Concept ») dans une entreprise, grandeur nature. Enfin, des formations proposent des modules « Comment pitcher/présenter un projet de création d'entreprise pour convaincre ? ». L'occasion de découvrir si l'on est prêt - ou pas - à convaincre de futurs investisseurs.

## LES FONDAMENTAUX DE LA FORMATION PRO

- **CPF - Compte Personnel de Formation** : compte personnel permettant de bénéficier d'heures pour des formations certifiantes. Accès via [www.moncompteactivite.gouv.fr](http://www.moncompteactivite.gouv.fr).
- **CIF - Congé Individuel de Formation** : congé qui permet au salarié de s'absenter de son poste afin de suivre une formation longue pour se qualifier, évoluer ou se reconverter. 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.

### ④ OPTER POUR UNE FORME JURIDIQUE

Il y a une autre étape dans la création d'entreprise qui n'est pas simple, c'est le choix de la structure qui conviendra le mieux au chef d'entreprise. Avant de choisir, il est primordial de définir correctement ses besoins : suis-je seul dans cette aventure ? Quel est le patrimoine dont je dispose et que je souhaite protéger ? Aurais-je besoin de capitaux extérieurs ? Sous quel régime fiscal je souhaite être ?

Il est possible de se tester avant de créer réellement l'entreprise avec le portage salarial. Le portage permet de proposer des services tout en étant salarié d'une société dite de portage. Il faut néanmoins bien choisir la société de portage.

Une autre possibilité est de débiter en entreprise individuelle plus connue sous

le régime de micro-entrepreneur. Ce statut permet de se lancer rapidement sans importantes démarches administratives. Si toutefois, le chef d'entreprise souhaite davantage protéger ses biens personnels, il peut créer une EURL (Entreprise Unipersonnelle à Responsabilité Limitée) qui permet d'avoir une société en tant que personne morale.

Enfin, si l'on souhaite viser loin et inspirer confiance, d'autres statuts correspondent davantage : SARL (Société à Responsabilité Limitée), SA (Société Anonyme), SAS (Société par Actions Simplifiées). Il est vivement recommandé de se faire accompagner par des experts dans le choix de son statut juridique afin de partir sur de bonnes bases dès le début du projet.

## POIL À GRATTER

### SE DÉVELOPPER SEUL OU ACCOMPAGNÉ DANS LE CADRE D'UN INCUBATEUR ?

Baucoup de porteurs de projets touristiques s'interrogent sur leur intégration ou non dans un dispositif d'accompagnement. Il est vrai qu'il est nécessaire de bien définir en amont ses besoins en analysant l'avancement du projet et la solidité de ses ressources.

• **Un incubateur apporte très rapidement de la visibilité et il faut être prêt à être mis sous les feux des projecteurs.**

• Par ailleurs, intégrer un incubateur, c'est bénéficier de rendez-vous experts métiers, qui remettent sans

cesse en question le modèle pensé par le porteur de projet. Il faut donc être très motivé à défendre son projet et y croire à 200 % !

• Un incubateur, c'est également beaucoup de rencontres et de synergies entre start-up; être à l'écoute du marché est indispensable dans ce dispositif.

• Enfin, être accompagné permet de donner confiance afin d'aller lever des fonds ou de mettre en place des roadshow business angels, action qu'un porteur de projet n'aurait peut-être jamais fait sans y

être un peu contraint dans un dispositif.

• **Intégrer un incubateur, c'est intégrer un programme survitaminé qui apporte du pep's une idée, un projet ou une entreprise.**

La DGE a déployé un réseau d'incubateurs/accélérateurs du tourisme sur le territoire national : France Tourisme Lab. Parmi ces structures d'accompagnement figurent le Welcome City Lab (Paris), Open Tourisme Lab (Occitanie) ou encore Provence Travel Innovation (Provence).



# Les Services Annexes coûtent chers... Pas pour tout le monde

## CONTEXTE

Notre secteur est composé à 80 % de très petites, petites et moyennes entreprises. Connaissant les marges réduites de notre profession, la gestion est primordiale et donc pour la plus part des entreprises les frais doivent être le plus souvent « serrés » et maîtrisés.

Il en va de même pour les nouveaux créateurs d'entreprises, chaque année c'est plus de 250 agences de voyages qui s'ouvrent et viennent sur le marché, et qui sont très demandeurs de conseils et de services.

Sauf à être dans un réseau volontaire ou intégré, les services et les conseils « de vrais professionnels » sont souvent onéreux et viennent donc grever les charges des entreprises.



## TÉMOIGNAGE

**Albane Cotin**

**EXOTIS- Responsable d'agence et Déléguée régionale de l'APST - Basse Normandie**



Lorsque j'ai adhéré à l'APST, j'ai tout d'abord apprécié deux choses, qui sans aucun doute m'ont permis de bien démarrer mon entreprise, à savoir : les conseils des permanents notamment au niveau de la gestion et des conseils juridiques, à cette époque-là le tutorat n'était pas si développé, et la formation gratuite à la gestion d'une agence de voyages pour tout nouvel adhérent.

Ensuite, même quand ma société a grandi, je me suis régulièrement servi des services de l'APST et principa-

lement de deux d'entre eux : la consultation juridique et la formation avec travel pro-formation, société de l'APST et des EdV.

À ceux qui liront ce témoignage, je leur conseille bien entendu d'utiliser les services gratuits de l'APST, mais aussi de lire ses dossiers techniques de l'APST, qui sont concrets et pragmatiques comme par exemple celui sur « les ratios de la profession », mais aussi « la lettre économique de l'APST », qui tous les 10 jours sélectionne les bons articles qui touchent l'activité de nos professions.

## LES SOLUTIONS de l'APST

Consciente de cette problématique, depuis des années l'APST, ne se contentant pas seulement de délivrer la garantie financière, a développé un nombre important de services gratuits pour ses adhérents. C'est sans doute ce qui fait toute la différence avec ses confrères.

- Via les permanents de l'APST et ses fournisseurs, l'Association met à la disposition de ses adhérents un service d'assistance juridique, d'assistance comptable et d'assistance fiscale.
- Via la société TravelPro Formation, l'APST propose gratuitement des séances de formation sur la gestion.
- Pour aider ses adhérents au niveau de leurs problèmes juridiques, l'APST leur offre un contrat de protection juridique avec la société Juridica.
- Les permanents de l'Association, reçoivent chaque année plusieurs dizaines d'adhérents pour des conseils en matière de gestion, de développement, de rapprochement, de politique de coûts d'achat ou de vente.
- Via sa commission professionnelle des litiges commerciaux, l'Association vise à régler les litiges entre professionnels et à donner un avis consultatif.
- Les adhérents peuvent disposer de salles que l'Association met gracieusement à leur disposition.
- L'Association édite régulièrement chaque année pour ses adhérents des Études Techniques sur des sujets de fond ou d'actualité.
- L'Association est membre de la Médiation du Tourisme et du Voyage et permet ainsi aux adhérents de bénéficier de services et de tarifs préférentiels.
- Pour les nouveaux adhérents créant leur première entreprise dans le tourisme, l'Association propose gratuitement un service de tutorat. En tant que déléguée régionale de l'APST pour la région Basse-Normandie, j'ai souvent proposé ce service aux jeunes entrepreneurs qui ne possédaient pas des garanties suffisantes.



## NEWS DU MONDE

### UN AN APRÈS, OÙ EN SONT LES HÔTELS DES CARAÏBES ?

02/09 [travelweekly.com](http://travelweekly.com)

Cela fait un an que les Caraïbes ont subi la vague d'ouragans la plus destructrice depuis des décennies dans la région. Sur les trente-trois nations et territoires insulaires des Caraïbes, huit ont été touchés de manière importante par les ouragans de 2017. Un an après, Travelweekly est revenu en détail sur les situations dans ces huit îles. Un excellent article qui nous apprend par exemple qu'à Porto Rico, bien que l'île ait fait de grands progrès dans son redressement, de nombreux logements restent sans électricité, principalement dans les communautés rurales et isolées. En revanche, à Anguilla, la majorité des 1 200 chambres d'hôtel a rouvert ses portes avec trois complexes de luxe, à savoir le Casino Golf Art Resort & Spa, le Malliouhana et le Belmond Cap Juluca.

### SOFIA, FUTURE BARCELONE ?

22/08 [skift.com](http://skift.com)

Alors que les destinations avec des problèmes de surtourisme suscitent beaucoup d'attention, d'autres villes émergent et se constituent comme de nouvelles alternatives touristiques. Sofia, en Bulgarie, est l'une des villes qui ont l'occasion unique de déclarer au monde ce qu'elle veut être en tant que destination et de définir sa vision et sa stratégie pour le développement durable du tourisme. Comment s'y prend-t-elle ? Face à quelles difficultés est-elle confrontée ? Skift a envoyé une de ses journalistes pour y mener une enquête de terrain. Un article très intéressant sur la Bulgarie de 2018, en plein essor économique.

### LE MYSTÈRE DES DEUX AGENTS DE VOYAGE MORTS EN ÉGYPTÉ

12/09 [travelmole.com](http://travelmole.com)

Le 20 août dernier, Susan Cooper et son mari John sont morts mystérieusement au Steigenberger Aqua Magic Hotel d'Hurghada, en Égypte. D'après Travelmole, les autorités égyptiennes exploraient

la piste selon laquelle le jardin attendant la chambre, dans laquelle le couple a été retrouvé mourant, avait été aspergé d'un pesticide puissant quelques heures à peine avant leur mort.

### COMMENT CASSER LES BARRIÈRES DU VOYAGE AUX CLIENTS EN SITUATION DE HANDICAP ?

13/09 [traveldailynews.com](http://traveldailynews.com)

Pour les personnes handicapées, les obstacles aux voyages sont extrêmement fréquents. Diverses complications entravent la collecte d'informations, la réservation, la recherche de logements, la communication avec les représentants de l'industrie, le trajet vers des destinations et la visite d'attractions. Selon Traveldailynews, c'est parce que l'industrie ne prend souvent pas en compte l'accessibilité (sous toutes ses formes) lorsqu'elle sert des clients handicapés. Dans un article éclairant, le média anglais tente de donner quelques clefs pour mieux réussir une vente auprès d'une personne en situation de handicap.

### TOYOTA ET UBER MAIN DANS LA MAIN

05/09 [travelweekly.com](http://travelweekly.com)

Toyota et Uber travailleront ensemble pour développer des voitures autonomes. Selon Travel Weekly, le constructeur japonais a investi 500 millions de dollars dans l'application de transport. Le partenariat prévoit que le système de conduite autonome Uber et le système d'aide à la sécurité automatisé Guardian de Toyota soient intégrés aux véhicules japonais. Les véhicules autonomes « Autono-MaaS » seront détenus et exploités par un opérateur de flotte indépendant agréé par les deux parties. Uber affirme que les déploiements à grande échelle des mini-fourgonnettes seront lancés sur le réseau de covoiturage Uber en 2021. C'est le deuxième investissement de Toyota dans Uber. En 2016, les deux sociétés avaient annoncé un protocole d'entente « pour explorer la collaboration dans le monde du covoiturage ».

Page réalisée par Clément Peltier

MILANO **Bit**

YOUR TRAVEL  
EXHIBITION.

10 - 12 FEBRUARY 2019 FIERAMILANOCITY | MICO



**HAPPINESS IS A JOURNEY.**



creastudio



[bit.fieramilano.it](http://bit.fieramilano.it)



FIERA MILANO

# MY GREEN PLANET, OU COMMENT RENDRE LES VOYAGEURS RESPONSABLES !

*Ce sont souvent les idées les plus simples qui peuvent changer les choses. Un sac poubelle, une paire de gants et un peu de mise en réseau, et voilà My Green Trip sur les rails.*



**3 QUESTIONS À NICOLAS GLUZMAN** (à droite)  
Cofondateur de My Green Trip

© DR

L'objectif de l'association My Green Trip basée à Genève, qui a adapté les codes de la start-up à son fonctionnement, est clair : développer une communauté de voyageurs « eco-friendly » prêts à nettoyer, kits de ramassage en main, les sites naturels qu'ils visitent. Avec l'appui de partenaires locaux comme des hôtels, « l'association entrepreneuriale » ou « la start-up sociale » organise des opérations de ramassage et offre, en contrepartie, de la visibilité à ses partenaires via une application.

« Coup de cœur du jury » des Trophées de l'innovation du tourisme 2018, organisés par L'Écho touristique, My Green Trip compte 4 000 membres un an et demi après sa création. L'association vend ses kits de ramassage via des partenaires à destination, mais aussi sur son site Internet, moyennant 13 euros. La moitié des recettes générées est reversée à une autre structure qui finance la formation de travailleurs handicapés pour la confection de ces kits.

Conduite par Nicolas Gluzman, la démarche de My Green Trip a même tapé dans l'œil de grands opérateurs (Airbnb, Nature & Découvertes...) et d'une trentaine de voyageurs qui ont accepté de jouer les ambassadeurs pour l'association. Son objectif est de convaincre environ 1 000 partenaires d'ici trois à quatre ans, pour couvrir toutes les destinations.

Florian De Paola

## Comment avez-vous eu l'idée de My Green Trip ?

Lors d'un voyage en Malaisie, nous avons été frappés (avec Elisabeth Tricot, cofondatrice de My Green Trip, ndlr) par les déchets trouvés sur la plage d'un parc naturel. Nous avons fait demi-tour pour demander un sac poubelle et ramasser les ordures en chemin. À notre retour, à l'accueil, notre démarche a suscité la curiosité des locaux, des responsables du parc, d'autres touristes... L'idée de My Green Trip était née.

## Comment l'association se finance-t-elle ?

Nous fonctionnons comme une start-up, mais sans la vocation capitalistique. En 2018, nous avons un budget de 100 000 francs suisses (86 000 euros, ndlr). Certains acteurs avec qui nous avons monté des opérations, comme Airbnb ou Nature & Découvertes, nous ont aussi soutenus financièrement. Mais notre objectif n'est pas de gagner de l'argent. L'association ne compte qu'une seule salariée. Les autres membres sont tous bénévoles.

## La professionnalisation de My Green Trip n'est pas envisageable ?

La question de la structure juridique de l'association se posera en temps voulu, sûrement au cours de l'année prochaine. Un statut juridique semblable à celui d'une entreprise nous permettrait par exemple d'attirer de plus grands opérateurs.



**Expedia®** **TAAP**

AFFILIATION AGENCES DE VOYAGES

**TAAP**

*Awards*

**D'EXPEDIA**

LES MEILLEURS AGENTS DE VOYAGE DE FRANCE  
SERONT RÉCOMPENSÉS

**11 DÉCEMBRE 2018**

**PAVILLON CAMBON-CAPUCINE, PARIS**

**PLUS D'INFORMATIONS ET INSCRIPTION : [LECHOTOURISTIQUE.COM](http://LECHOTOURISTIQUE.COM)**

PARTENAIRES SOUTIENS :



PARTENAIRE MÉDIA :





ARRÊT  
sur images

## DÎNER DES DÉCIDEURS 2018 DE L'ÉCHO TOURISTIQUE

*Le 4 septembre s'est déroulée la 11<sup>e</sup> édition du Dîner des décideurs, organisé par L'Écho touristique avec notre partenaire Amadeus. Un moment unique de retrouvailles avant le rush de la rentrée !*

© Photos Alexandre Nestora



Le discours de Linda Lainé (rédactrice en chef de l'Écho touristique) a lancé le Dîner des décideurs.



Michel Dielman (AFTM), Yves Weisselberger (Snapcar), Guillaume Poulain (TOM.travel) et Mehdi Habibi (L'Écho touristique).



Christian Manteï (Atout France) en discussion avec Jean-Pierre Mas (EdV).



Frédéric Vanhoutte (Eventiz Media Group) revient sur l'année très faste de son groupe.



Jamel Chandoul (Amadeus), partenaire du repas, entouré d'Alix Philipon (APST) et de Nicolas Pelletier (Pledg).





Adriana Minchella (Cediv), à côté d'Alix Philipon.



De gauche à droite : Christian Mantei, Patrice Caradec (Alpitour France), Frédéric Vanhoutte et François-Xavier de Bouïard (Secrets de Voyages).



Céline Chopin (Allianz), Christine Giraud (Avis), Alix Philipon et Nadia Van Cleven (Carrefour Voyages).



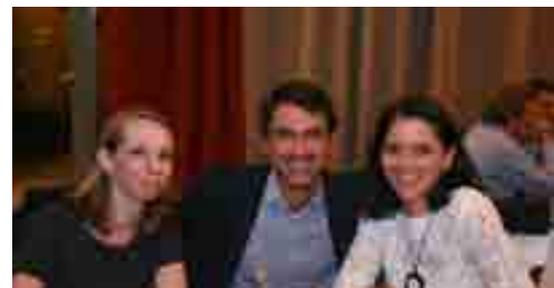
Linda Lainé en compagnie de Frédéric Mazzella (BlaBlaCar).



Jean-Claude Balanos (AccorHotels).



En blanc, Véronique Berthier (Lux\*) avec Jean-Claude Balanos, puis aux côtés d'Émilie Vignon (L'Écho touristique) et de Jean-Baptiste Hoyaux (Vente Privée).



Sébastien Guyot (Air France) tout sourire avec Nicolas Brumelot (Misterfly).



Hélien de Villeneuve (Austral Lagons) à la table de Jean-Michel Petit (EatWith).



Marc Lolivier (Fevad) et Nicolas Brumelot en pleine discussion.



# VALÉRY MUGGEO, L'AUTRE PRÉSIDENT DE SELECTOUR

*Valéry est-il l'homme de paille de Laurent Abitbol, auto-proclamé le duc ?  
S'il est plus discret, son rôle n'en reste pas moins déterminant.*



De 1987 à 1991, il était chez MTC Voyages, racheté par Protravel, puis repris depuis par Marietton. Entre 1991 et 2001, il s'occupait au niveau régional de la branche affaires, congrès et séminaires au Club Med. Puis, jusqu'en 2005, le voilà à la direction régionale de Havas Voyages, à Lyon... là où siège le groupe de Laurent Abitbol.

## UN « PETIT » ADHÉRENT

Aujourd'hui, AMA Tourisme affiche un chiffre d'affaires annuel de 4,5 millions d'euros. Valéry Muggeo a donc l'avantage d'incarner les « petits » adhérents, contrairement à son prédécesseur. « Je suis dans le troisième groupe des agences en termes de chiffre d'affaires, mais je représente tous les adhérents. »

Un atout qui jouera forcément lors de ses relations avec les agences de la coopérative. « Ce qui est important, c'est de créer de la proximité, martèle-t-il. Pour cela, j'ai beaucoup parlé avec les adhérents. » Et il a multiplié les visites du réseau lors des premières semaines de sa prise de fonction, pour mettre en musique le projet Sunrise. Nous n'en saurons guère plus. Motus et bouche cousue jusqu'au salon IFTM Top Resa. La direction de la communication de Selectour veut tout contrôler, jusqu'aux éléments de langage.

## UN AN POUR CONVAINCRE

Ce que l'on sait, c'est que le rôle du nouveau président consiste à animer le réseau, notamment les forces de vente, les entrants

et les sortants, ainsi que la marque. De quoi l'occuper un jour ou deux par semaine, a priori, tout au plus. « Le président de la coopérative a beaucoup moins de travail qu'avant », a précisé Laurent Abitbol. Il n'aura pas à gérer les contrats fournisseurs, qui sont pilotés par le directoire.

Pour mémoire, il a été élu à l'issue de l'assemblée générale annuelle de Selectour fin juin, pour un mandat d'un an seulement, renouvelable. C'est un peu court pour impulser une nouvelle dynamique. Le président du directoire, lui, est désigné pour trois ans.

Linda Lainé

### VALÉRY MUGGEO EN 6 DATES

**1987-1991 :** MTC Voyages, racheté par Protravel, repris par Marietton

**1991-2001 :** délégué régional de la branche affaires, congrès et séminaires au Club Med

**2001-2005 :** direction régionale de Havas Voyages (racheté par Thomas Cook), à Lyon

**2005-2006 :** directeur d'agences Perraud Voyages à Grenoble

**Depuis 2006 :** direction de AMA Tourisme

**Depuis 2016 :** administrateur de Selectour et des Entreprises du Voyage

C'est le gérant de l'agence AMA Tourisme qui a pris la tête de la coopérative, suite à la démission planifiée de Laurent Abitbol, désormais président du tout puissant directoire. « Valéry est loyal, honnête, émotif », a commenté Laurent Abitbol, qu'il considère comme un proche. Les deux hommes se connaissent depuis 25 ans.

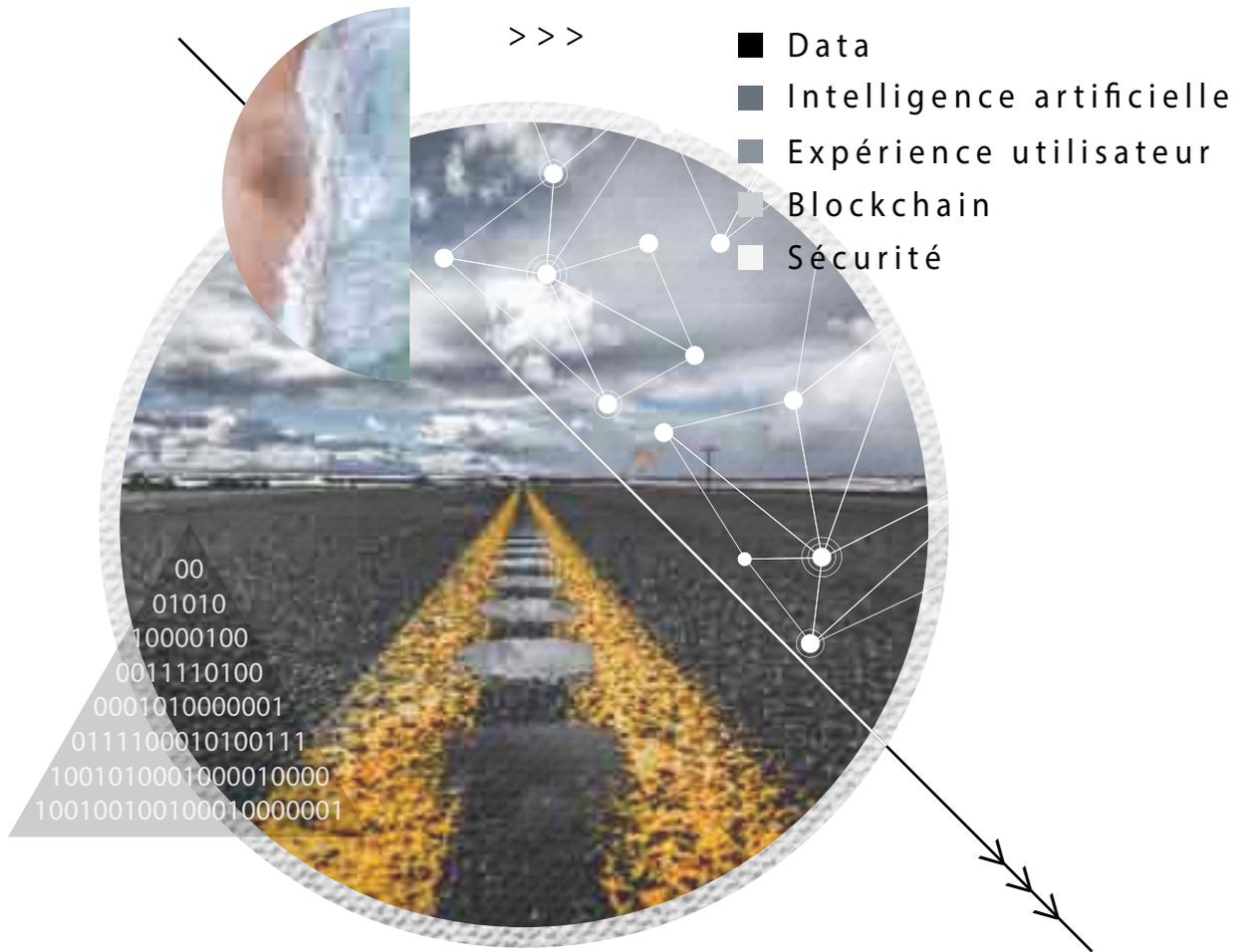
Qui est Valéry Muggeo ? C'est un entrepreneur discret. « J'ai créé AMA Tourisme à Grenoble en 2006 », explique-t-il. Une activité qui coiffe trois agences de voyages tournées vers le voyage sur-mesure, mais aussi un plateau d'affaires.

Valéry Muggeo cumule environ 30 ans de carrière, dans la distribution et le Mice.



TM

TOURISM TECHNOLOGY CONFERENCES



# THE TRAVEL EXPERIENCE

11 DECEMBRE 2018  
PARIS



# 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 !

*Nouvelle adresse !*  
20 rue de la Banque  
75002 PARIS

**BULLETIN D'ABONNEMENT** à compléter et à renvoyer accompagné de votre règlement à L'Écho touristique service abonnement - 20, rue de la Banque - Paris 75002

**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>

# OFFRES D'EMPLOI



© Jamie Street

**EMPLOI-TOURISME.NET**, LA PLATEFORME D'EMPLOI POUR  
CONNECTER LES CANDIDATS ET LES RECRUTEURS DU TOURISME.



**L'AUDIENCE LA PLUS PERTINENTE** POUR TOUCHER LES  
PROFESSIONNELS DU TOURISME (LOISIRS, AFFAIRES, MICE).

## PLUS D'INFOS :

**Carole Mouvet - Directrice des ventes**  
+33 01 55 35 38 95 / +33 6 22 08 29 50  
cmouvet@lechotouristique.com

**Mehdi Habibi - Chef de publicité**  
+33 1 55 35 38 96 / +33 6 25 19 82 90  
mhabibi@lechotouristique.com

# DANS UN MONDE QUI CHANGE, ON FACILITE LA VIE DES COLLABORATEURS QUI PILOTENT LEURS VOYAGES



## CARTES COMMERCIALES BNP PARIBAS

Une offre complète pour une gestion centralisée,  
sécurisée et simplifiée de vos voyages d'affaires.

[www.commercialcards.bnpparibas.com](http://www.commercialcards.bnpparibas.com)



# BNP PARIBAS

La banque  
d'un monde  
qui change

# L'ECHO

## *touristique*

INNOVER / DÉCRYPTER / CONNECTER

Apporter  
du Fun  
À VOS GROUPES



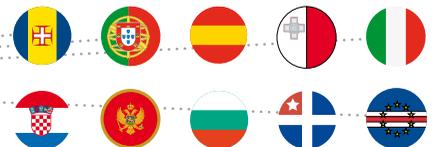
+ de 30 villes  
de DÉPART

[www.topgroupes-pro.com](http://www.topgroupes-pro.com)

**top**  
of travel  
Des voyages qui rapprochent



Partez de chez vous



# 2 Formules Club pour toutes les envies



top clubs  
cocoan



all inclusive

- En option
- Demi-pension en formule de base

top clubs



all inclusive

- En formule de base

## de l'animation



## et du sport

- Des équipes d'animation 100% francophones
- Un programme d'animation plus soft en journée
- Des soirées plus intimes et plus conviviales

- Des équipes d'animation 100% francophones ou mixtes
- Un programme d'animation complet en journée comme en soirée

• Dans les 2 formules •

• Des soirées et moments 100 % Top :  
Top Welcome, soirée Top Exploreur aux couleurs du pays et soirée Top Surprise



## de la découverte

• Dans les 2 formules •

- Un animateur **Top Exploreur** est présent dans chaque équipe d'animation et propose un programme d'activités découverte dans le club ainsi que des balades dans les environs.
- Des packages excursions en option.

## un encadrement enfants



- Possibilité de prise en charge des enfants tous les midis\*

- Prise en charge des enfants le midi 2 fois par semaine

• Dans les 2 formules •

- Encadrement des enfants de 4 à 17 ans pendant les vacances scolaires 6/7.
- Une veillée par semaine

\*Repas enfant avec supplément pour les formules demi-pension