

En bref...

Longs-Courriers communique

Parallèlement à la sortie de sa nouvelle brochure, Longs-Courriers diffuse auprès des agences sa première newsletter consacrée ce mois-ci au Kenya. Tous les deux mois, une destination du voyageur sera mise à l'honneur. A venir : la Tanzanie, le Japon, le Brésil...

Jet tours peaufine sa tarification aérienne

Jet tours annonce travailler pour le printemps prochain à la mise au point d'une tarification aérienne à la carte, qui permettra aux agences de voyages d'accéder plus facilement à la réservation des tarifs aériens des compagnies régulières. Dans un premier temps, ce service sera accessible aux boutiques arborant l'enseigne Jet tours, puis proposé sur le site professionnel du voyageur à la rentrée 2008.

Kuoni recentre son offre de croisières

Kuoni stoppe la saison prochaine sa brochure croisières à double entrée, avec d'un côté les croisières du soleil et de l'autre les croisières nordiques. Le voyageur continuera toutefois à commercialiser ses affrètements du paquebot Adriana sous sa marque Scanditours et de l'Express côtier d'Hurtigruten. Ces deux produits feront l'objet d'un flyer pour le réseau classique et d'un tiré à part pour les seules agences Kuoni.

Travelport bien présent à Top Resa

Dans la galaxie Travelport, le GDS Galileo brille par son absence à Top Resa. En revanche, ses compagnies sœurs Gulliver's Travel Associates et OctopusTravel.com sont bel et bien présentes sur le salon de Deauville. Ces deux marques occupent le stand E169-F168, précise Christophe Van Damme, directeur commercial France d'OctopusTravel by Travelport.

Télex...

Respectueux de l'environnement, Marsans édite cet hiver ses brochures sur papier recyclé. Le TO reconduit par ailleurs l'édition de ses brochures interactives sur Internet.

Agis Voyages fait un sans-faute

En forte croissance, la société vient de permettre à l'enseigne Havas Voyages de retrouver l'avenue de l'Opéra, à Paris.

Débarqué dans le tourisme en octobre 2001 après une première carrière dans le transport et les déménagements, François Calvino, directeur d'Agis Voyages, trace sa route. Tout d'abord membre d'Agis Voyages avec la reprise de deux agences à Versailles et La Queue-les-Yvelines (78), il est depuis septembre 2006 un adepte de la franchise Havas Voyages (le réseau du groupe TUI/Nouvelles Frontières), et aujourd'hui à la tête de six points de vente. "J'ai choisi Havas Voyages pour la simplicité et la transparence du modèle, ainsi que pour la notoriété de la marque, explique François Calvino. Elle m'a permis d'attirer une nouvelle clientèle, plus haut de gamme."

Une succursale chez Peugeot

Il y a quelques semaines, il a réalisé l'ouverture très remarquée d'une boutique à Paris, avenue de l'Opéra, à la place de l'ex-agence Litour. "Spécialisée dans les vols ethniques pour le Liban, elle a été liquidée en janvier, n'ayant pu sur-



François Calvino, le directeur d'Agis Voyages a choisi l'enseigne Havas "pour la simplicité et la transparence du modèle."

monter la guerre qui a frappé ce pays durant l'été 2007", ajoute le patron. "Nous conserverons cette clientèle qui sera traitée dans un nouvel espace aménagé au sous-sol." Son projet sur "l'avenue du Tourisme" a bénéficié du soutien d'Havas Voyages, trop heureux de reprendre pied dans cette artère qui accueillit jadis la Planète Havas Voyages (avant son passage sous la marque Thomas Cook, puis sa fermeture en 2005).

Agé de 41 ans, François Calvino a également ouvert récemment une succursale (sorte d'implant loisirs) au sein de la société Peugeot, à Vélizy (78). "Nous nous sommes substitués au comité

d'entreprise, avec un potentiel de 8000 clients loisirs." Prochaine étape : Internet, avec notamment la réactivation de la marque Grand-weekend.com. "Nous avons plusieurs projets en cours, sachant que j'ai déposé une vingtaine d'adresses. Ces sites viendront compléter notre stratégie d'ouvertures d'agences, en fonction des opportunités", conclut François Calvino, qui prévoit de réaliser un volume d'affaires de 12 M€ cette année, contre 1 M€ en 2001!

● STÉPHANE JALADIS

FOCUS

- Volume d'affaires : 8 M€ en 2006.
- Bénéfices : 16000 €.
- Six agences : Paris, Versailles, La Queue-les-Yvelines, Montigny-le-Bretonneux, une succursale à Vélizy et un plateau d'affaires à Voisin-le-Bretonneux.
- 25 salariés.

Switch défend la commission variable

Le site professionnel du voyageur permet désormais aux agences de fixer elles-mêmes leur marge.

Switch innove toujours plus. Depuis 18 mois, le TO s'est ouvert aux agences et leur verse une commission variable (de 2% à 22%), selon la période de réservation. Au cours des derniers mois, le taux de rémunération moyen atteint ainsi 13%. Reste que les ventes demeurent faibles, et concernent principalement des séjours en République dominicaine. "Les agences de voyages représentent seulement 5% de notre chiffre d'affaires [120M€ en 2006, NDLR]. Elles n'ont pas bien compris le fonctionnement de la

commission variable", regrette Jean-Pascal Siméon, PDG de Switch.

Le prix s'affiche de manière invisible pour le client

Mais il en faut plus pour décourager le fougueux patron. Switch a donc décidé de muscler son site dédié aux professionnels. Sur www.switch-to.fr, les agences ont désormais accès à la majorité de ses croisières à la cabine et de ses séjours. Dans sa toute nouvelle mouture, le site leur permet par ailleurs de décider elles-mêmes de

leur propre rémunération (qui s'ajoute à la commission accordée par le voyageur).

Les vendeurs peuvent paramétrer leur taux de marge, en un clic de souris. Le nouveau prix s'affiche automatiquement, de manière invisible pour le client final. Le bon de commande et la facture (avec l'entête de l'agence) peuvent être éditées dans la foulée. A noter que les agences motivées peuvent tester le site à distance, avec l'aide d'une personne du service de réservations de Switch, pour bien s'approprier cet outil.

● LINDA LAINE