

ENTREPRISES

Ces voyagistes français qui réussissent

Face aux sites Internet, les tour-opérateurs les plus dynamiques misent sur des prestations haut de gamme.

MATHILDE VISSEYRIAS

[@MVisseyrias](#)

TOURISME Des clients fidèles. Un chiffre d'affaires en croissance de 22% l'an dernier, à 230 millions d'euros. Le voyagiste NG Travel, créé en 2008 par Olivier Kervella, un ancien de Look Voyages, doit une bonne partie de son succès à ses clubs : chez Kappa Club (des hôtels 4 et 5 étoiles), 40% des clients reviennent d'une année sur l'autre. Le voyagiste marseillais Exotismes a, lui, tout misé sur les îles tropicales. Et sur la technologie : ses relations avec les agences de voyages distributrices de ses produits reposent sur un site performant. Avec un chiffre d'affaires de 115,76 millions d'euros en 2016, il fait partie des voyagistes français les plus dynamiques.

Pourtant, la France n'est pas un marché facile pour ces organisateurs de voyages à forfait (des séjours tout compris avec transport et hébergement). Selon le dernier baromètre Odopo-Raffour, les Français n'ont jamais été aussi nombreux à partir en vacances. Mais ils prisent peu les services des tour-opérateurs. D'abord parce que la majorité des Français passent leurs vacances dans leur pays. Ensuite, ceux qui voyagent à l'étranger se passent d'intermédiaires. Avec des sites Internet comme Booking ou Expedia, le consommateur construit son propre voyage en achetant vols et hébergement à la carte. «*Le métier de tour-opérateur consistant à vendre des simples séjours packagés avec de l'aérien est totalement bouleversé*», rappelle Éric Bismuth, président du fonds Montefiore (actionnaire de Voyageurs du

monde et de MisterFly).

Services personnalisés

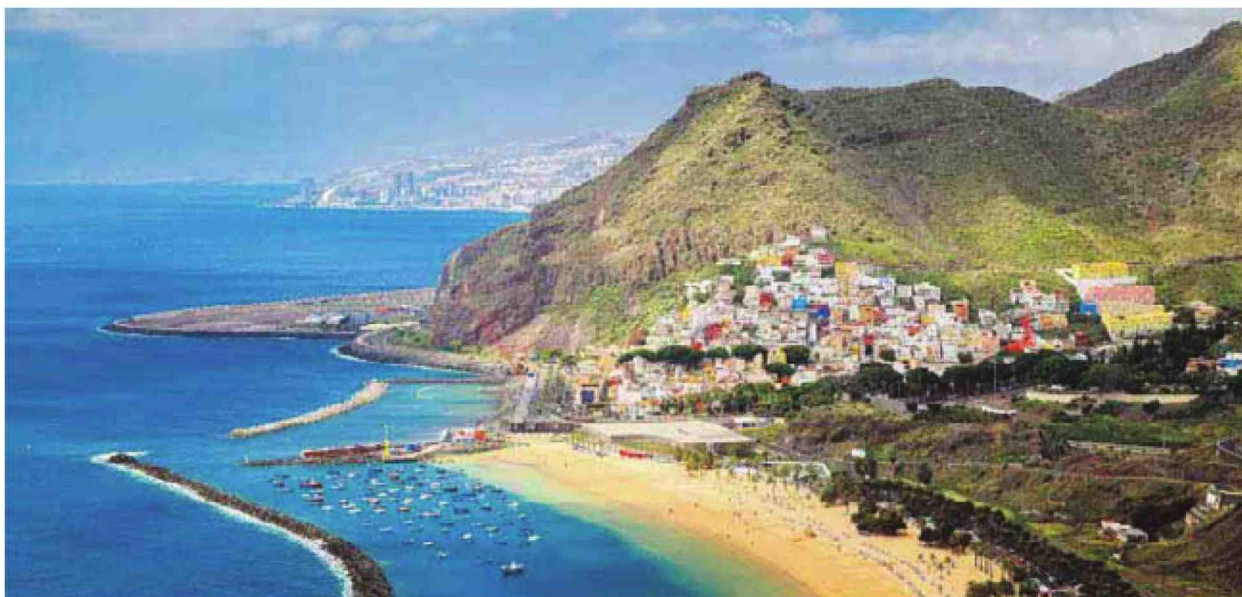
En Allemagne, le marché du voyage organisé représentait en 2017 un chiffre d'affaires de 34 milliards d'euros. En France, les voyagistes se partagent un gâteau de 4,5 milliards d'euros pour la saison 2016-2017 (close fin octobre), selon le Seto, leur syndicat professionnel. Le géant allemand TUI (Nouvelles Frontières, Marmara, Look Voyages, Transat France) a beau être le numéro un en Europe, il est dans le rouge en France. Son concurrent, Promovacances-Fram, est, lui, pénalisé par les pertes du voyagiste toulousain. Après des années de pertes, le Club Med se dit rentable mais il ne publie plus ses chiffres depuis qu'il appartient au groupe chinois Fosun.

«*Les gagnants ne sont pas les plus gros. Ce sont souvent des aventures entrepreneuriales*, affirme Jean-Pierre Nadir, fondateur du site EasyVoyage. *Voyage Privé, par exemple, a été le premier à lancer un modèle de vente directe original, 100% Internet. Le breton Salaün a su se réinventer en passant d'auto-cariste à organisateur de circuits en bus haut de gamme dans le monde.*»

Ces professionnels ont misé sur des segments très spécifiques avec des voyages haut de gamme. Leurs paniers de vente sont plus élevés. Ils justifient leurs commissions avec des services personnalisés. C'est le cas de Voyageurs du monde. La société, cotée en Bourse, est en croissance continue en misant sur le voyage sur mesure et d'aventure. Plus petit, le voyagiste

Les Maisons du voyage (qui appartient au Groupe Figaro) a augmenté de 18% son chiffre d'affaires, à 50 millions en 2017. Il mise sur des circuits itinérants en répondant sur devis à des demandes de clients. «*C'est 100% flexible, 100% sans prise de risque financier et sans date imposée. Les gens qui font appel à un tour-opérateur comme nous ont les moyens. Ils veulent de la personnalisation*», explique Arthur Courtinat, directeur général.

NG Travel annonce un résultat d'exploitation de l'ordre de 3%. La croissance rentable est sa priorité. Ainsi, le voyagiste a renoncé aux Canaries, pourtant en plein essor, estimant qu'il avait trop à perdre dans la guerre des prix qui y fait rage. «*Nous investissons sur notre technologie et des concepts originaux*, explique Olivier Kervella. *D'emblée, j'ai brisé un tabou en travaillant avec des compagnies régulières et très peu de charters. La multiplication des compagnies aérienne low-cost a bouleversé le métier de voyagiste. Pourtant très peu ont changé de fonctionnement. Acheter des sièges dans des charters jusqu'à un an à l'avance est devenu plus risqué et moins rentable.*» ■



Le voyageur NG Travel a renoncé aux Canaries (ici une plage de l'île de Tenerife) estimant qu'il avait trop à perdre dans la guerre des prix qui y fait rage.