

>>> **CONTENT/PAS CONTENT**

**Jean-Luc Dufrenne,**  
président du Snav Nord-Picardie

PAGE 15



>>> **MANAGEMENT**

**Qui recruter pour relever  
le défi des m-technologies ?**

PAGE 6



# Le Quotidien du Tourisme

N° 3574/3575 MARDI 24 MAI / MERCREDI 25 MAI 2011 • PRIX : 2 € - 9, ALLÉE JEAN PROUVÉ 92587 CLICHY CEDEX - TÉL. 01.41.40.33.89 - FAX. 01.41.40.34.17 - E-MAIL : QUOTIDIEN@EDITIONS-LARIVIERE.FR

## AU SOMMAIRE

■ **L'anti-low cost  
d'AF opérationnel  
en octobre ?**

La compagnie devrait ouvrir sa première base à Marseille où elle doit normalement commencer à mettre en œuvre son nouveau concept en octobre prochain.

ÉCHOS DU BUSINESS PAGE 4

### ■ **Edito**

*Retour à la normale*

PAGE 2

■ **Châteaux et Hôtels  
Collection et  
Exclusive Hotels  
fusionnent**



**CHÂTEAUX  
& HÔTELS  
COLLECTION®**

*Le charme, le vrai.*



**EXCLUSIVE HOTELS**

*Charme & Caractère*

Les deux chaînes volontaires vont proposer près de 700 hôtels de charme indépendants.

ÉCHOS DU BUSINESS PAGE 8

■ **Marmara ouvre  
son premier club  
en Rép. Dom.**

Le Club Marmara Tropical Punta Cana situé sur la côte est totalise 310 chambres réparties entre un bâtiment principal de deux étages et quatre petits pavillons.

REGARD SUR LES NOUVEAUTÉS PAGE 11

## >>> LE FAIT DU JOUR

# USA L'âge d'or des TO est-il révolu ?



25 TO français ont fait le déplacement jusqu'à San Francisco pour assister au 43<sup>e</sup> Pow Wow. Depuis 3 ans, notre marché fait mieux que ses voisins, gommant les effets désastreux de l'affaire des passeports biométriques et permettant aux opérateurs de retrouver des volumes d'avant 2001. Mais l'Amérique est aussi devenue plus facile d'accès en direct pour les clients qui fabriquent eux-mêmes leurs voyages... **PAGES 2 ET 3**

## >>> ÉCHOS DU BUSINESS

# « Visit Europe avait besoin d'un directeur à Paris »

PAGE 8



**PROMO**

**LOUIS  
CRUISES**

Croisière de 8J/7N  
À bord de l'ORIENT QUEEN  
Au départ de Marseille les 12, 19 et 26 JUIN

**Odysée Mauresque :**  
Marseille-Majorque-Almería-Málaga-Tanger-Ibiza-Barcelone-Gênes-Marseille

**Prix à partir de : 449€\***  
par pers en pension complète et frais portuaires inclus.

\*cabine intérieure standard en base double. Offre non cumulable avec d'éventuelles autres offres et dans la limite des stocks disponibles (hors boissons, hors assurances, hors pourboires, hors surcharge carburant).

Informations et réservations au : 01 42 66 97 25 reservation1@louis-cruises.fr



**EDITORIAL**  
PATRICK LOPEZ

## Retour à la normale

Le Pow Wow, le grand salon du tourisme des États-Unis, se tient cette année à San Francisco. Les échos du scandale new-yorkais seront probablement un peu amortis d'autant que les journaux californiens s'intéressaient à une affaire autrement plus croustillante pour eux : l'aveu de l'adultère de leur ex-gouverneur Arnold Schwarzenegger. Autre pays, autres mœurs. Les gauloises dont la presse populaire s'indigne sur la côte est peuvent-elles indisposer opérateurs touristiques américains ? C'est loin d'être certain, si je puis utiliser cette litote. *Business is business !* Les Français font mieux que les autres pays sur ce marché. Une progression à deux chiffres que la seule parité de la monnaie européenne par rapport au dollar ne saurait expliquer car elle est également favorable pour nos voisins de la zone euro qui ont joué petit bras l'an dernier. À quoi serait dû cet engouement alors même que les contraintes sécuritaires auraient de quoi freiner l'ardeur de nos touristes tout comme la nouvelle taxe de 14 dollars par pax ? D'abord les États-Unis restent probablement la destination qui fascine le plus les Français. Un imaginaire nourri par la puissance « culturelle » américaine à travers son cinéma et la dépendance de nos chaînes télévisées aux séries US. Ce qui aurait dû permettre à nos concitoyens de se familiariser avec la dureté de la justice locale... Ensuite, on peut considérer que la reprise est technique. Les professionnels du tourisme ont eu du mal à remonter la pente après 2001. Il aura fallu 8 ans pour que les TO retrouvent des volumes égaux à ceux qu'ils connaissaient avant la tragédie du 11-Septembre. Pas aidés non plus par les pouvoirs publics français qui se sont fourvoyés dans la délivrance des nouveaux passeports biométriques... Les chiffres d'aujourd'hui ne seraient donc qu'un retour à la normale.

# Le Quotidien du Tourisme

Espace Clichy « Le Sirius », 9, allée Jean-Prouvé, 92587 Clichy cedex.  
Vous pouvez joindre votre correspondant en composant le 01.41.40 suivi du n° indiqué.  
Président-directeur général, directeur de la publication : Patrick Casasnovas. Directeur général adjoint : Frédéric de Watrigant.  
RÉDACTION : tél. 01.41.40.33.75 - fax : 01.41.40.34.17  
e-mail : quotidien@editions-lariviere.fr  
Directeur de la rédaction : Patrick Lopez (33.75).  
Rédacteur en chef (Internet) : Nicolas Barbéry (33.74).  
Distribution : David Savary (33.80). Transports : Mathieu Garcia (33.76).  
Transports/Croisières : Jean-Baptiste Héguy (40.94). Production/Hôtellerie : Sarah Douag (33.81), Florence Brunel (33.83).  
Secrétaire générale de rédaction : Myriam Abergel (33.79).  
Maquette : Cécile Chapelain, Philippe Calloix (33.77).  
Site Internet : Laurent Guéna (33.78).  
PUBLICITÉ : tél. 01.41.40.33.89 - fax. 01.41.40.34.18.  
Directeur commercial : Henrich Body (33.84).  
Directeur de publicité : Bruno Rogani (56.15).  
Directrice de clientèle : Virginie Vatin (56.91).  
Maquette : Thibault Cailliet (40.95).  
Assistante de publicité : Magali Viette (33.89).  
Annonces classées : Jean-Marc Pien (32.75), Aurélie Legoux-Zarco (40.92), Charlene Depaepe (32.75), fax. 01.41.40.34.13.  
e-mail : annonces@editions-lariviere.fr.  
Abonnements et vente par correspondance : tél. 01.47.56.54.00, fax : 01.47.56.54.01.  
e-mail : abo@editions-lariviere.fr ou vpc@editions-lariviere.fr.  
TARIFS : 1 an 119 € TTC. Agent de voyage et étudiant : 76 € TTC sur justificatifs. Tarifs étrangers et abonnements groupés : nous contacter au 01.47.56.54.00.  
Promo des abonnements : Carole Ridereau : 01.41.40.33.48.

Le Quotidien du Tourisme est édité par les Editions LARIVIERE, SAS au capital de 3.200.000 €. 12, rue Mozart - 92587 Clichy Cedex. Tél. 01.41.40.33.32. Fax. 01.41.40.32.50.  
Président directeur général : Patrick Casasnovas.  
Commission paritaire : 1210 T 87470 - Dépôt légal 1er trimestre 2011.  
TVA Intracommunautaire : Editions Larivière - FR 96572 071 884.  
Imprimerie de Compiègne, Groupe Morault, avenue Berthelot, 60200 Compiègne.

## >>> LE POW WOW A LIEU EN CE MOMENT À SAN FRANCISCO

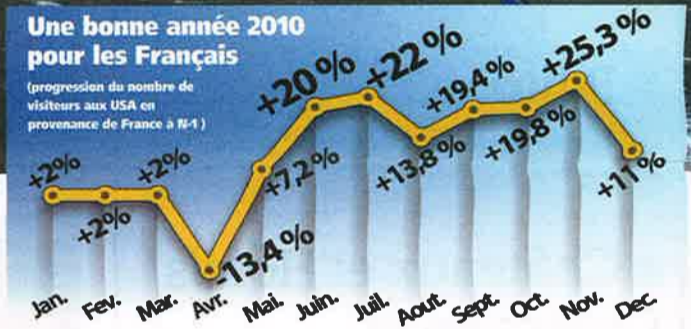
# USA L'âge d'or des TO est-il révolu ?

C'est sur fond d'affaire DSK, d'intempéries violentes et de tour de vis sécuritaire que la 43<sup>e</sup> édition du Pow Wow s'est ouverte dimanche.

CETTE ANNÉE, pas moins de 25 opérateurs français – contre 18 l'année dernière – ont fait le déplacement jusqu'à San Francisco en Californie afin d'assister à la 43<sup>e</sup> édition du Pow Wow, le grand rendez-vous de l'industrie du tourisme américain. Outre des acteurs classiques comme Thomas Cook, Compagnie des États-Unis, Jetset ou Vacances Transat, se joignent à la fête cette année des challengers opérant essentiellement sur Internet, comme Voyageprivé.com, Evaneos ou Planetveo. Attractivité de la destination ou veille stratégique, des agences Mice comme Boulevard de la Stim, BMS, Alterego, Amplitudes et Blue Yellow sont également venues prendre la température. Si elle est plutôt fraîche dans la baie de San Francisco (entre 13°C et 18°C à peine), dans les allées du salon, l'inoxydable optimisme américain réchauffe et rassure les plus sceptiques : 2011 sera une « année États-Unis ». « La destination est très populaire. Notre carnet de commandes est très chargé pour juillet et août mais plus calme pour mai et juin. Nous espérons quelques VDM mais les surcharges

carburant freinent les ardeurs des acheteurs impulsifs » nous explique Florence Trouillard de Jetset. Spécialiste des USA version circuits, Vacances Transat estime pour sa part que le dollar favorable et les troubles politiques dans le monde arabe « poussent les gens à mettre le cap à l'Ouest ». « Notre production et notre politique tarifaire du 'juste prix' nous font gagner des parts de marché sur le segment des circuits accompagnés et individuels. Nous sommes cette année en progression à 2 chiffres sur les USA » résume, heureux, Patrice Caradec, patron de Transat France. Après un hiver laborieux, la Compagnie des États-Unis s'est, elle, bien rattrapée en mars et avril. « Depuis, nous avons moins de dossiers mais ils sont à très haute contribution » poursuit Nora Gherras, responsable de la production. Au top 3 des destinations préférées de ses clients : New York, les parcs nationaux et le trio Los Angeles-San Francisco-Las Vegas. En dépit de la hausse des prix de l'aérien et d'un marché intérieur très

dynamique, la jeune femme compte bien sur des demandes de dernière minute. Moins optimiste bien que leader sur la destination, Thomas Cook ne s'attend pas à une année « fabuleuse » sur les États-Unis. Directrice de la production Amérique du Nord, Barbara Livney rappelle que les deux dernières années furent excellentes mais que la fragmentation actuelle du marché rend les ventes plus compliquées. « Oui, les USA attirent toujours beaucoup de Français mais ils ne passent plus forcément par les TO pour s'y rendre. Internet a changé la donne. En province par exemple, les autocaristes cartonnent sur les États-Unis mais travaillent en direct. Beaucoup de petites agences font de même. Quant au client, il est autant informé que vigilant sur les prix. Chez Thomas Cook, nous nous efforçons de toujours apporter de la valeur ajoutée. C'est une bataille sans relâche. » ■ SD Sarah.douag@quotidiendutourisme.com



## >>> AÉRIEN

# XL Airways gagne le pari de Las Vegas

UNE DEMI-HEURE en hélico au-dessus du Grand Canyon contre la « modique » somme de 175 dollars, ce n'est visiblement pas le genre de chose qui rebute la clientèle française. La preuve ? La société Papillon, spécialisée dans le domaine, a vu son chiffre d'affaires généré par les Français augmenter de 33 % en un an. Pour Robert Graff, son vice-président marketing, cette hausse est notamment due à l'ouverture de vols directs entre Paris et Las Vegas par XL Airways. Après New York il y a 3 ans, la compagnie française a en

effet décidé de se lancer, il y a un an maintenant, en vols directs saisonniers vers la capitale du jeu, qui est aussi une parfaite porte d'entrée vers les grands parcs nationaux américains. XL opérera deux vols par semaine, les jeudis et dimanches, de fin mai à fin septembre. Cette année, explique-t-on du côté de la compagnie, les engagements pour la saison sont supérieurs de 20 % à ce qu'ils étaient à la même période l'année dernière (ce qui n'est pas un mal, vu l'augmentation du prix du kérosène). Cela s'explique sans doute, d'une

part, par le fait qu'après une première année d'activité, la ligne a sans doute gagné la confiance du marché. Et d'autre part, par la cote dont bénéficient d'un point de vue plus général les États-Unis auprès des Français, principalement grâce au taux de change favorable entre euros et dollars. La clientèle de la compagnie se compose de passagers partant à la découverte de l'Ouest américain et de personnes se rendant à Las Vegas... pour Las Vegas et ses attraits plus sulfureux, souvent en courts séjours. Pour l'anecdote, si la compagnie ne peut

évidemment pas identifier formellement qui sont les joueurs qui voyagent avec elle, elle peut néanmoins se faire une petite idée à travers la vente des... sur-classements en aéroport (350 € par sens). Une proposition susceptible de tenter ceux qui partent à Vegas pour « flamber » ou qui en reviennent les poches pleines de dollars. Le concept a l'air de fonctionner puisque la compagnie a décidé de l'étendre aux ventes à bord, c'est-à-dire après le décollage de ses appareils. ■ MG



>>> **PARTENARIAT**

# Euram donne accès à 3 500 hôtels Hilton en temps réel

**EURAM** vient de mettre en place un partenariat avec le groupe Hilton Worldwide permettant aux agences d'accéder aux disponibilités, actualisées en temps réel, de 3 500 établissements en Amérique du Nord. L'idée est née l'an dernier sur le Pow Wow, mais il aura fallu plusieurs mois pour développer les outils technologiques nécessaires à sa réalisation. « Un partenariat d'une telle ampleur est une grande première pour nous », se réjouit Peter Keijers, PDG du TO 100% BtoB. Concrètement, cela permet de visualiser les disponibilités en temps réel, de choisir parmi plusieurs catégories de chambres et de bénéficier des promotions de dernière minute. « L'agent de voyage pourra choisir l'hébergement selon davantage de critères : le nombre de lits et leur taille, l'accès Internet inclus ou non et parfois même l'étage où est située la chambre », détaille le PDG. La politique de prix du TO reste identique : les tarifs sont indiqués en net et les agences sont libres de marger à leur convenance. Les 3 500 hôtels couvrent les 10 marques Hilton, des plus prestigieuses (Waldorf Astoria, Conrad et Hilton) aux plus économiques (Doubletree by Hilton, Embassy Suites, Hilton Garden Inn, Hilton Grand Vacations, Hampton Hotels, Homewood Suites by Hilton

et Home2 Suite by Hilton). Pour nouer ce partenariat, le groupe Hilton a exigé du TO qu'il mette en place le règlement par carte de crédit virtuelle. « C'est un système très répandu aux États-Unis mais pas en Europe. Quand la réservation est enregistrée sur notre site, le montant de la facture est inscrit sur une carte de crédit virtuelle avec un numéro unique dans une banque à Francfort. La réservation et le numéro de la carte sont envoyés à l'hôtel concerné. Et quand le client quitte l'hôtel, ce dernier encaisse l'argent qui est sur la carte », explique Peter Keijers. Ainsi, il n'y a plus de risque de discussion sur les prix après la résa, et le délai de paiement est raccourci pour l'hôtelier puisqu'il ne passe plus par la centrale d'Hilton. Mais que les agences se rassurent. Euram promet que cette nouveauté n'entraînera aucun changement : les agences devront toujours régler le solde du dossier 3 semaines avant le départ et « les clients ne risqueront plus de se voir demander de régler la facture une deuxième fois sur place par l'hôtelier, ce dernier étant sûr d'être payé », assure Peter Keijers. Le TO, qui avait accès en temps réel aux 1 800 hôtels Choice depuis trois ans, a bien l'intention de poursuivre dans cette voie avec d'autres chaînes. ■ FB

>>> **L'AVIS DE L'EXPERT...**

## Isabelle Gelée, présidente du Visit USA Committee France \*

« Nous avons mis huit ans à retrouver le seuil du million de visiteurs français »

Les chiffres viennent de tomber, le marché français a encore progressé en 2010. Quelle est votre analyse ?

**La France progresse depuis 3 ans et c'est une bonne nouvelle. En même temps, on ne pouvait que progresser après les années de galère que nous avons traversées. L'affaire des passeports nous avait bien fait plonger. C'est un juste retour des choses selon moi. Je vous rappelle tout de même qu'après le 11-Septembre, il nous a fallu 8 ans avant de retrouver le seuil du million de visiteurs. C'est long. Globalement nous sommes satisfaits et même optimistes. Les instances américaines vont peut-être enfin arrêter de nous regarder comme n'étant que le troisième marché européen.**



La taxe d'entrée de \$14 est en vigueur depuis plusieurs mois maintenant. Peut-elle être un frein au tourisme ?

**Je ne pense pas. Les professionnels et leurs clients ont intégré le fait qu'il faut désormais payer une taxe pour entrer aux États-Unis. Le plus dur a été d'expliquer la mise en place de l'ESTA qui n'était pas obligatoire, puis qui l'est devenu, sans compter les escroqueries sur Internet où des sites non homologués faisaient payer l'autorisation alors qu'à l'époque elle était gratuite. Mais heureusement tout cela est derrière nous. Reste à savoir ce qu'ils vont faire de l'argent récolté et qui est destiné à la promotion des USA à l'étranger. On parle de 200 millions de dollars. La Corporation for Travel Promotion, bureau censé gérer ce budget, vient de nommer Jim Evans comme premier président (ancien patron de Best Western et Hyatt aux USA). Je serais curieuse de savoir comment il entend utiliser cet argent. La France va-t-elle enfin profiter d'un budget de promotion... j'attends de voir. Je ne serais pas surprise de les voir à nouveau investir sur des marchés acquis comme le Mexique, le Canada, l'Angleterre ou le Japon. Et privilégier les nouveaux marchés émetteurs qui nous font déjà de l'ombre : la Chine et l'Inde.**

Quel message allez-vous porter au Pow Wow cette année ?

**Mon message est très clair. La France est le troisième marché émetteur européen derrière le Royaume-Uni et l'Allemagne, deux pays qui ces dernières années ont réalisé des performances moyennes, voire médiocres. Les Britanniques vont dans leur famille et dépensent moins qu'un Français en vacances. Il est temps de nous considérer à la hauteur de nos résultats et non plus comme un challenger.**

PROPOS RECUEILLIS PAR SARAH DOUAG

(\* Le Visit USA Committee est l'équivalent d'un OT des USA.

## La France, un marché dynamique avec une croissance de 11,4 % en un an

En 2010, la France a encore fait partie des marchés émetteurs étrangers en progression (en nombre de visiteurs mais non en dépenses). Si l'on en croit les récents chiffres de l'Office of Travel & Tourism Industries, organisme rattaché au département du Commerce, 1 342 207 Français se sont rendus aux États-Unis l'an dernier, ce qui représente une croissance globale de 11,4%. Ces résultats permettent à l'Hexagone de talonner derrière le Royaume-Uni - qui, malgré ses 1 726 193 visiteurs n'a, lui, progressé que de 2,3%. Dans le détail (voir infographie ci-contre), on s'aperçoit qu'au premier trimestre 2010, la fréquentation touristique en provenance du marché français était en légère progression de 2% par rapport à l'hiver 2009. Au total,

entre janvier et mars, les États-Unis ont accueilli 215 419 Français, répartis comme suit : 58 729 pax en janvier, 81 705 en février et 74 985 en mars. Le mois d'avril frappé par l'épisode du volcan islandais a, lui, chuté de 13,4% totalisant 116 126 pax. Ce n'est qu'à partir du mois de mai que les chiffres sont remontés en flèche, pour ne plus redescendre : 109 177 pax en mai (+7,2%), 112 305 en juin (+20%), 187 378 en juillet (+22%), 187 832 en août (+13,8%), 109 770 en septembre (+19,4%), 135 471 en octobre (+19,8%), 86 234 en novembre (+25,3%) et enfin 102 495 en décembre dernier (+11%). Pas de grosse surprise donc, puisque c'est toujours au troisième trimestre que les touristes viennent en nombre vivre leur rêve américain, avec en juillet, en août et en septembre 464 980 pax au total sur ces trois mois de 2010. ■ SD



**JEU CONCOURS  
MOTU ET TWO**

**Hilton French Polynesia**  
Moorea - Bora Bora

**Air Tahiti Nui**

DU 23 AU 29 MAI 2011

**JOUEZ ET GAGNEZ UN VOYAGE POUR 2 PERSONNES EN POLYNÉSIE OFFERT**

par les hôtels Hilton de Polynésie Française et la compagnie aérienne Air Tahiti Nui.

Vous découvrirez en exclusivité le **MOTU ET TWO**, la nouvelle évasion sur une île privée proposée par les hôtels Hilton Moorea Lagoon Resort & Spa et Hilton Bora Bora Nui Resort & Spa.

Participez dès maintenant à notre jeu concours sur le site internet **www.motufortwo.com**

De nombreux lots et souvenirs polynésiens sont en jeu !

Extrait de règlement : Jeu gratuit sans obligation d'achat organisé par la société Hilton French Polynesia sur le site Internet www.motufortwo.com. La participation au jeu se déroule du 23.05.2011 au 29.05.2011 à minuit. Les lots à gagner : 1 voyage en Polynésie (Hébergement et Vol Paris/Papeete/Paris) pour 2 personnes d'une valeur approximative de 6400 € TTC • 10 perles noires d'une valeur approximative de 200 € TTC • 20 parcs d'une valeur de 12 € TTC. Le présent règlement est déposé via depotjeux.com auprès de la SCP CASTANIE et TALBOT, Huissiers de Justice : 11 bd Saint-Jean - BP 624 - 60006 BEAUVAIS Cedex.