

Havas Voyages : le réseau en croissance veut faire son trou sur les golfs

Un volume d'affaires en progression de 1,9%



Envoyer à un ami



Imprimer



Partager cet article

Havas Voyages a réalisé une bonne année 2013, grâce à l'acquisition de nouveaux comptes affaires chez les PME et PMI. Le réseau compte également développer un offre de séjours golfs en partenariat avec l'opérateur spécialisé Golfy.



Voir la vidéo

Havas Voyage se lance sur les greens.

Le réseau a annoncé mardi 11 février un partenariat avec [Golfy](#), un opérateur regroupant 138 parcours dans le monde, afin de proposer une sélection de séjours, de programmes d'initiations et de perfectionnements.

"Nous souhaitons répondre à la demande de nos agences, qui avaient besoin d'une offre structurée sur un marché aujourd'hui fragmenté" explique Michel Dinh, le directeur général d'Havas Voyages.

Deux coffrets ont été créés : *Echappée* qui s'adresse aux débutants et *Trajectoire*, un programme de coaching pour se perfectionner

en six mois. Une brochure *Odyssée Golf* vient couronner l'offre, avec 27 séjours dans 5 destinations.

Le réseau compte notamment s'appuyer sur cette niche porteuse afin de séduire de nouveaux clients grands comptes.

En effet, sur l'année 2013, le voyage d'affaire a réalisé d'excellentes performances grâce à l'acquisition de 1000 nouveaux clients, majoritairement des PME-PMI. Celles-ci réalisent aujourd'hui 60% de l'activité d'Havas.

Deux plateaux ont d'ailleurs été ouverts à Lyon et Strasbourg afin de prendre en charge ce surplus d'activité.

"Les PME constituent un véritable relais de croissance. Nous voulons les accompagner dans tout le processus de commande, depuis l'ordre de mission jusqu'à l'émission de la note de frais" poursuit Michel Dinh. De nouvelles solutions pensées pour les déplacements professionnels sont également développées.

Quand les nouvelles technologies deviennent un allié

AUTRES ARTICLES

- **BCD Travel : l'outsider du voyage d'affaires recrute à Lille**
- **ATPI, agence business travel recrutera 14 personnes au 1er trimestre 2014**
- **Voyage d'affaires : mêmes les petites agences sont "corporate business friendly"**
- **Voyage d'affaires : l'AFTM rassemble plusieurs associations autour d'un "plaidoyer européen"**
- **Le coût du voyage d'affaires devrait connaître une hausse modérée en 2014**

Concernant l'activité loisirs, qui pèse 39% du chiffre d'affaires, Michel Dinh se réjouit de la performance des quatre voyagistes du [Club Gold](#) (Asia, Pierre&Vacances, MSC, Voyamar) dont les prises de commandes depuis le 1er novembre sont en progression de 73%, soit bien au delà des objectifs contractuels.

"Ces résultats prouvent la pertinence de nos choix par rapport au marché ainsi que la discipline du réseau" se félicite de DG. Au total, 50 TO sont référencés, dont 12 en Silver et 34 en Bronze.

Autre succès, celui du panier moyen en agence, qui a progressé 4,6% pour s'établir à 2946 euros. Soit deux fois plus que sur le site internet (1400 euros)

"Cette tendance confirme notre positionnement multicanal et renforce notre croyance dans la valeur ajoutée de nos Travels Planners" assure Michel Dinh.

En effet, depuis le lancement de sa stratégie [Odyssee 2015](#), le réseau tente de sortir de la dictature du prix afin de mettre en avant l'expertise de ses conseillers voyages, rebaptisés désormais Travels Planners.

Un positionnement qui doit également lui faire prendre un virage digital. *"La technologie n'est pas un frein mais une opportunité pour le réseau physique "* assure le DG.

Le trafic sur son site internet, lancé en 2011, a progressé de 50% l'an passé, et le volume d'affaires sur les packages de 60%.

Il lui permet désormais de nourrir sa base de données grâce aux 7500 demandes de devis (+45%) et aux 30 000 appels renvoyés vers les points de ventes.

Une belle illustration de la nouvelle tendance du [web-to-store](#).



Rajeunir la clientèle grâce aux campagnes de communication

Cependant, Havas Voyages a revu à la baisse ses ambitions en terme de points de ventes. Plus question pour le moment d'ouvrir 600 agences, comme prévu dans la feuille de route Odyssee.

Son périmètre devrait rester stable, avec 351 agences, dont 214 en propre et 137 en franchisées. Ces dernières ont réalisé un volume d'affaires en progression de 2,29%.

"Nous allons créer une gouvernance nationale doublée de rendez-vous semestriels afin de mettre en place une harmonie de service et une cohérence dans tout notre réseau " précise Michel.

Enfin, dernier défi : rajeunir sa clientèle. D'après une étude lancée avant sa grande campagne de communication, la notoriété du réseau atteint 82% auprès des plus de 50 ans. *"Notre marque est solide et reconnue, mais nous devons aujourd'hui séduire les plus jeunes, notamment les de 30- 50 ans"* espère Michel Dinh.

Un challenge difficile auquel est confronté l'ensemble de la profession.

Havas Voyages : chiffres clés 2013

Volume d'affaires = 800 M€ en progression de 1,9%
Prises de commandes chez les tour-opérateurs + 3,9%
Résultat opérationnel + 29%
Nombre de transactions + 5,8%.
Hôtellerie + 19,8%
Aérien + 1,7%,
Nombre d'agences : 351 dont 214 en propre et 137 franchisés.

Rédigé par Laury-Anne CHOLEZ le Mardi 11 Février 2014
Lu 380 fois

☆☆☆☆☆ Notez