

DISTRIBUTION

Havas Voyages : moins d'agences mais une marque mieux perçue



Le réseau Havas Voyages, qui totalise aujourd'hui 351 points de ventes (376 en janvier 2012) dont 137 franchisés, a réalisé sur l'année 2013 un volume d'affaires de "810 ME", un résultat "équivalent" à l'exercice 2012.

L'ambition de porter le nombre de points de ventes à 600 à l'horizon 2015 reste

envisageable mais ça n'est pas la priorité. "La crise nous oblige à réfléchir différemment" explique Michel Dinh, directeur général du réseau.

Et de mettre en avant "le trafic total en augmentation de 1,9% par rapport à 2012, ainsi que le nombre de transactions en croissance de 5,8%". L'activité d'Havas Voyages se répartit à 60,6% pour les entreprises et 39,4% pour les particuliers. Le réseau s'enorgueillit d'avoir gagné 1 000 nouveaux clients affaires et inauguré deux plateaux d'affaires, à Strasbourg en octobre, et à Lyon en décembre dernier. Sur l'activité loisirs, le dossier moyen est en croissance régulière à 2 946 euros (+ 4,6%). "Depuis le 1er novembre, nous sommes à + 73% en prises de commandes sur les 4 TO membres du club Gold (Asia, MSC, Pierre & vacances et Voyamar) ce qui prouve que nous pilotons bien nos ventes" affirme Michel Dinh qui rappelle que "depuis 2005, le réseau est rentable".

Afin de monter en puissance, Havas Voyages (892 collaborateurs) prévoit en 2014 d'activer différents leviers comme la mise en avant d'offres promotionnelles, l'emplacement de corners croisières dans les agences, ou encore la création de produits golf. "On voit bien que la marque s'installe" se réjouit Michel Dinh.

David Savary, mardi 11 février 2014 (12h53)

Article lu 160 fois