



Communiqué de presse – 4 juin 2010

Assemblée générale TourCom

Richard Vainopoulos fait de la sécurité l'atout n°1 de TourCom

Dans son discours prononcé à l'occasion de l'Assemblée générale de TourCom, le 4 juin, Richard Vainopoulos a souligné la recherche croissante de sécurité par les acteurs du tourisme, au sein d'un marché de plus en plus incertain. Selon lui, le modèle de TourCom offre le maximum de garanties aux agences de voyages, notamment à travers sa centrale de paiement. Soulignant que la sécurité est l'affaire de tous, il a rappelé les responsabilités des tour-opérateurs et des pouvoirs publics dans ce domaine.

Un réseau avec centrale : le seul modèle d'avenir face aux risques

« Grâce à notre centrale de paiements, nous disposons d'un formidable outil pour garantir votre sécurité financière et vous protéger. En refusant de déréférencer brutalement un fournisseur en difficulté, ce qui reviendrait à abandonner les agences qui ont des réservations en cours avec lui, nous vous protégeons. En bloquant l'argent jusqu'au retour du client, nous vous protégeons aussi, si le TO dépose le bilan ».

« Concernant l'épisode du volcan, dans la mesure où les départs n'ont pas été effectués, notre devoir c'est de vous protéger contre une nouvelle défaillance d'un fournisseur, surtout à l'heure où certains d'entre eux sont fragilisés. C'est la raison pour laquelle nous conservons l'argent en sécurité jusqu'à la date du report, sur des comptes rémunérés dont vous percevrez bien sûr les intérêts. La situation des agences dépourvues de centrale de paiement est toute autre. Comme elles paient leurs fournisseurs avant le départ, en cas de dépôt de bilan ou de refus de report, l'argent versé sera perdu et elles devront rembourser de leur poche les clients. Dans un marché aussi incertain que le nôtre, le seul modèle d'avenir, le seul qui permettent de sécuriser votre activité, c'est celui d'un réseau avec centrale de paiement. Dans ce domaine, je crois que le débat est clos ».

TourCom Prod : une diversification sécurisée qui a le vent en poupe

« La vraie sécurité, c'est celle qui encadre et qui garantit votre activité à moyen et à long terme. C'est tout l'objectif de TourCom Prod qui permet de vendre des groupes et des packages dynamics dans les mêmes conditions de sécurité que la vente de TO référencés. C'est un marché d'avenir, j'en veux pour preuve les excellents chiffres que nous avons enregistrés : 7 millions € en 2009 contre 5 millions en 2008. Et déjà près de 6,5 millions d'euros au 31 mai 2010 ! Un recrutement aura lieu cette année chez TourCom Prod pour notamment aider à établir les devis groupes et à la carte. »

La sécurité : un atout commercial à exploiter pour les agences de voyages

« Les clients expriment un besoin de sécurité croissant. J'y vois pour ma part davantage une opportunité qu'une contrainte parce que la sécurité fait partie de notre valeur ajoutée par rapport à nos concurrents et, en tout premier lieu, par rapport aux agences 100% en ligne. Les consommateurs l'ont bien compris pendant la crise du volcan : ceux qui avaient réservé en agence ont pu constater la mobilisation et la disponibilité de leurs interlocuteurs. Ceux qui ont acheté leur voyage auprès des pure-players ou auprès des low-costs, ont été ni plus ni moins lâchés dans la nature. La communication de la distribution a été excellente pendant la crise du volcan ; tout le monde a pu constater la réactivité et la disponibilité des agences de voyages. Il ne faut pas s'arrêter là. TourCom va y contribuer en vous proposant prochainement un kit de communication qui présente et explique les garanties offertes par les agences. Nous avons mené une étude auprès d'un panel de consommateurs pour bien identifier leurs attentes et tester l'efficacité de chaque argument. »

La sécurité des clients : une responsabilité partagée avec nos fournisseurs

« Pendant la crise du volcan, fort heureusement, de nombreux TO ont fait preuve de bon sens et ont coopéré efficacement avec le réseau. En revanche, d'autres se sont retranchés derrière la force majeure pour ne pas porter assistance aux clients (c'est le cas de certaines low-cost qui sont aujourd'hui punies) ou pour ne pas rembourser (c'est le cas de certains TO) ».

« Du côté des compagnies, la protection financière des passagers en cas de faillite fait son chemin en Europe. Je suis personnellement intervenu auprès de l'Union européenne, en allant à Bruxelles, pour que l'option retenue ne soit pas une simple assurance facultative mais bel et bien une garantie financière obligatoire. Il n'est plus acceptable de faire peser sur les voyageurs et les professionnels du tourisme le risque croissant des banqueroutes aériennes. Et il n'est plus acceptable qu'il existe un tel déséquilibre entre les obligations financières des agences de voyages et celles des compagnies aériennes.

Préserver la garantie des TO par l'APS

« Après République Tours, Planète, la CIT, le dépôt de bilan de Marsans a rappelé l'importance de la garantie des TO par l'APS. Or un arrêté du gouvernement vient de modifier les conditions de calcul de la garantie financière des TO pour la vente de forfaits aux agences. Les TO passent de 2 à 0% de garantie tandis que les distributeurs passent de 6 à 10%. En d'autres termes, le risque est de faire peser sur les agences de voyages l'intégralité de la responsabilité d'une défaillance du tour-opérateur. J'ai alerté Raoul Nabet et Georges Colson sur les dangers de cette mesure, notamment pour les agences dépourvues de centrales de paiement. Je leur ai demandé de se rapprocher sans tarder du gouvernement pour modifier les règles de calcul de la garantie d'ici la fin de l'année. »

Pouvoirs publics : une tendance à se défausser sur la distribution

« Il n'est pas exagéré de dire que dès qu'un nouveau risque survient, dès qu'une nouvelle crise éclate, une nouvelle obligation est mise à notre charge par le ministre en charge du dossier. Il y a M. Kouchner qui a décidé de faire peser sur les agences de voyages le remboursement des frais de rapatriement assurés par l'Etat. Il y a M. Hortefeux qui veut renforcer les obligations d'information des agences pour lutter contre le terrorisme. Il y a Mme Bachelot qui veut nous mettre à contribution pour lutter contre les épidémies en effectuant une veille sanitaire. Ces lubies de ministres seraient comiques si elles n'étaient pas aussi lourdes de conséquences pour des professionnels déjà fragilisés par la crise. Nous sommes prêts à coopérer, nous sommes prêts à aller au-delà de nos obligations et nous l'avons prouvé. Mais nous ne pouvons pas servir en permanence de variable d'ajustement ni de bouc émissaire pour des pouvoirs publics dépassés. »

A propos :

TourCom créée en 1990, rassemble aujourd'hui 540 agences de voyages en France. TourCom c'est : 1,5 milliard d'euros de volume d'affaires, un acteur incontournable sur le marché des voyages d'affaires (65% du volume) comme sur le marché du tourisme (35%) ainsi qu'un grand nombre d'accords privilégiés avec les principaux fournisseurs du marché (47 tours opérateurs, 47 compagnies aériennes, 125 000 hôtels dans le monde, 5 loueurs de voitures....).

Agence Point Virgule :

Elodie Repellin, 01 73 79 50 64 - 06 09 38 63 73
erepellin@pointvirgule.com

TourCom :

Richard Vainopoulos, 01 44 70 18 92
richard@tourcom.fr