



Nouvelles Frontières / Carlson Wagonlit : accord stratégique autour d'Havas Voyages pour créer un poids lourd français

"Créer le troisième réseau français d'agences de voyages", tel est l'objectif du partenariat stratégique envisagé depuis plusieurs mois (cf. CE du 23 octobre 2009) et signé hier par le tour-opérateur et distributeur Nouvelles Frontières (NF) et Carlson Wagonlit travel (CWT), leader dans le voyage d'affaires, autour de la marque Havas Voyages.

Selon les termes de cet accord, prévu pour dix ans, l'ensemble du réseau CWT soit 352 agences, portera l'enseigne Havas Voyages, qui compte aujourd'hui 170 agences. L'objectif, a précisé M. Bertrand MABILLE, directeur général de CWT France, est de devenir "un des trois grands dans la distribution en France". Le nouvel ensemble compte actuellement "522 agences et l'objectif est de monter à 600, voire 650 agences d'ici trois ans", ce qui constitue "un bon maillage pour couvrir les grandes et moyennes agglomérations". Avec 600 agences, Havas Voyages serait alors en troisième position derrière le réseau AS Voyages, issu de la récente fusion entre Sélectour et Afat Voyages (1.170 agences), Thomas Cook et Jet Tours (640) et devant Tourcom (540).

Havas Voyages a été racheté il y a plus de cinq ans par le groupe Nouvelles Frontières (filiale du tour-opérateur britannique TUI Travel, numéro un en Europe du voyage loisirs). M. Jean-Marc SIANO, président du directoire du groupe NF, a déclaré être "ravi qu'Havas, grande marque généraliste, retrouve une place de choix" dans la distribution française. "Jusqu'à présent, Nouvelles Frontières n'était pas distribué dans des réseaux tiers", a-t-il souligné.

M. Bertrand MABILLE estime lui que cet accord permettra à son entreprise spécialisée dans le voyage d'affaires de se doter "d'une marque de distribution à plus forte notoriété". Les premières enseignes Havas Voyages par Carlson Wagonlit Travel apparaîtront au cours de l'été. Le site internet CWT passera quant à lui aux couleurs d'Havas Voyages dès juin. Havas Voyages distribuera en outre la production d'une sélection d'autres tours-opérateurs comme Club Méditerranée, Fram ou Kuoni.

Ce partenariat s'inscrit dans un mouvement de concentration, de rapprochement et d'intégration des différents acteurs du voyage et du tourisme ces dernières années. Dans la distribution, la fusion d'Afat et de Sélectour est l'exemple le plus récent (cf. CE du 10 avril 2009) après le rachat par Thomas Cook en 2008 du tour-opérateur haut de gamme Jet Tours.