

Les groupes sauveront-ils la saison touristique ?

Le secteur des voyages n'est pas épargné par la crise. Si les individuels peinent à franchir la porte des agences, les groupes semblent être au rendez-vous.

C'est une réalité : la crise impacte le tourisme. Les tour-opérateurs diminuent leur stock, les compagnies aériennes réduisent la voilure. Et parallèlement l'activité des agences de voyages est au ralenti. La clientèle individuelle se fait plus rare, et attend le dernier moment pour réserver. Il en est de même pour les GIR. Les groupes constitués affichent plutôt une certaine stabilité, mais adoptent de nouveaux comportements.

Les GIR sont en baisse

Partiront ou partiront pas ? Dans cette période de crise, les professionnels ne veulent rester optimistes : "Il y aura inévitablement moins de clients en 2009, mais l'envie de partir est toujours là. Les vacances, c'est sacré !" Des propos confirmés par le dernier baromètre Opodo révélant que 55 % des Français affirment avoir l'intention de partir en vacances cette année. Pourtant, les individuels ne se précipitent pas pour pousser les portes des agences de voyages. Pour preuve : les prises de commande pour la saison s'étaient du 1^{er} novembre 2008 au 30 avril 2009 accusent une chute de 30 %, selon le Snav. Ce comportement se répercute fort logiquement sur les GIR, les individuels regroupés. "Il y a un manque réel d'inscriptions, confirme Sylvain Duval, directeur commercial du groupe Berthelet. Les réservations enregistrées concernent pour l'instant les vacances de Pâques, mais rien n'est entrainé sur l'été, dont les premières inscriptions sont habituellement réalisées dès janvier." Par rapport à la même période de l'an passé, l'entreprise annonce ainsi une baisse de 20 à 30 % sur ses produits GIR en autocar, par exemple. Chez les Voyages Lefort, elle est de 12 % en GIR, 10 % chez Simplon Voyages,



etc. Les clients sont frieux. Ils attendent la dernière minute pour s'inscrire, tout en espérant pouvoir profiter d'une promotion.

Budgets serrés au maximum

Autre tendance, les budgets se resserrent. Conséquence, le contenu des programmes est allégé (moins d'excursions, par exemple). Mais tous les professionnels ne sont pas logés à la même enseigne. Ginhoux Voyages, par exemple, annonce + 8 % en GIR, et des ventes déjà confirmées pour les mois à venir. "Elles sont plus importantes sur des produits autocar qu'avion. De fait, les destinations privilégiées sont la France et l'Europe, sur la base d'un panier moyen oscillant entre 400 et 700 euros", relève Bruno Ginhoux, responsable marketing, qui ne cache cependant pas quelques inquiétudes. "Les GIR sont constitués de retraités âgés disposant d'un réel pou-

voir d'achat. Mais leurs enfants et petits-enfants subissent la crise de plein fouet, ce qui pourrait les amener à les aider financièrement et donc à se priver de partir en voyage." Certaines priorités vont devoir passer avant d'autres.

"L'incertitude des clients créée par la conjoncture va conduire cette année à un tassement du marché", note Paul Royer, Pdg de Royer Voyages. Mais les clients se décideront plus tard. "Cet état de situation ne sera pas facile à gérer en raison d'une offre réduite des tour-opérateurs. Ceci pourrait empêcher des ventes, faute de disponibilité."

Mettre le paquet sur l'action commerciale

En attendant, c'est le calme plat. L'attentisme des clients fait naviguer les professionnels à vue. "Pour être sûr de remplir nos voyages en autocar, nous sommes obligés de redoubler d'efforts au niveau de nos

VITE DIT...

► Sur le mois de janvier, le carnet de commandes des membres du Ceto, l'association de tour-opérateurs, est en baisse de 20 %. Le moyen-courrier chute de 24 %, et le long-courrier de 13 %. Au global, sur l'hiver, la tendance serait d'une diminution des réservations d'environ 10 %.

► Pour cette année, l'Association internationale de transport aérien (Iata) prévoit une perte de 2,5 milliards de dollars pour les compagnies aériennes et une baisse de 3 % du volume passagers.

► Selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), le tourisme international va stagner ou reculer de 2 % cette année, pour la première fois depuis 2003. L'Europe sera la région la plus affectée. L'OMT s'attend également à ce que les "Amériques fassent légèrement mieux que l'Europe, mais pas aussi bien que l'Afrique, le Moyen-Orient et l'Asie".

30 % des Français partiront à l'étranger

Selon une enquête réalisée par Promotourisme*, 30 % des Français qui partiront sur la base d'un hébergement marchand cet été envisagent de partir à l'étranger. Un constat que le cabinet spécialisé explique notamment par un phénomène de report des séjours en dehors de nos frontières prévus l'an dernier et un besoin de rêve et d'évasion dans un contexte anxiogène.

Par ailleurs, 21 % des Français annoncent un budget en baisse de 21 %, tous séjours confondus (40 % disent utiliser les comparateurs de prix). Ils sacrifieront le superflu (boutiques, restaurants, etc.). D'un autre côté, ils segmenteront encore plus leurs vacances, tout en diminuant la durée de chaque séjour. Pour ceux qui disposent d'un revenu conséquent, ils multiplieront les courts séjours. Pour les autres, ils ne partiront qu'une fois, mais pour des vacances de près de deux semaines en moyenne, et au même endroit, tout en dépensant plutôt moins que l'an dernier.

*Enquête réalisée entre le 13 et 22 janvier 2009 auprès d'un échantillon de 1 002 internautes.



PÉDALE DOUCE SUR LES ACTIVITÉS PAYANTES

2008 : les vacances des Français s'ajustent à leur pouvoir d'achat, la dernière étude du Credoc* cherche à savoir dans quelle mesure les tensions financières actuelles constituent le principal obstacle aux départs et comment les individus s'organisent pour partir malgré tout. "Le malaise actuel des Français au regard de leur pouvoir d'achat a pu faire craindre un net recul du taux de départs en vacances, indique en guise d'introduction l'organisme. Pourtant, on constate à travers cette étude que 52 % affirment avoir passé au moins quatre nuits consécutives en vacances en 2008." Entre juin 2007 et juin 2008, 48 % des Français déclarent ne pas être partis et n'envisagent pas non plus de partir prochainement. Les catégories qui partent le plus sont aussi celles qui privilégient les week-ends et les courts séjours. Le poste "vacances" est un de ceux sur lesquels 49 % des personnes interrogées déclarent le plus se restreindre. Mais c'est chez les bas revenus et dans les classes moyennes que les restrictions sur les vacances sont le plus durement ressenties, révèle l'étude. C'est le manque d'argent qui constitue la principale explication des non-départs. Mais la contradiction du pouvoir d'achat et la conjoncture difficile contribuent aussi à réduire les dépenses que les partants sont prêts à consacrer à leurs congés. 32 % déclarent ainsi ne pas être en

mesure de consacrer cette année autant d'argent aux voyages qu'au cours des années précédentes. Or malgré ces difficultés, il apparaît que les Français tiennent trop à leurs vacances pour y renoncer. Ainsi, 38 % indiquent avoir fait en 2008 des économies destinées à financer leurs futurs loisirs. Et surtout, une majorité de partants s'organise afin de partir moins cher. 29 % de ceux qui se sont offert récemment un séjour ont décidé de partir hors saison, près d'un quart a fait en sorte de réserver ses vacances très longtemps à l'avance (24 %), et 18 % ont adopté des formules de séjour tout compris. Les achats de dernière minute "à prix cassés" et les low-cost ne sont pas non plus en reste puisqu'ils séduisent plus d'un vacancier sur huit. Enfin, les Français se disent prêts à faire des concessions pour s'offrir des congés. Comment ? 65 % envisagent de pratiquer moins d'activités payantes sur place, 64 % d'aller moins souvent au restaurant, 56 % choisiront une destination moins éloignée, 52 % pencheront pour l'hébergement dans la famille, et 46 % se rendront chez des amis. Enfin, 51 % sont prêts à adopter un hébergement moins confortable. Et 50 % un moyen de transport moins coûteux.

*Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie.

actions commerciales", constate Véronique Sauvée, responsable de la production groupes et individuels chez Voyages Girardot Organisation. Elle souligne par ailleurs que les ventes sur Pâques affichent un bon niveau, alors que le mois de mai tarde à décoller, et que l'été démarre timidement. Si la clientèle des GIR rend les professionnels soucieux, qu'en est-il des groupes constitués ? Sont-ils au rendez-vous ?

Les groupes constitués se maintiennent

A en croire les professionnels, l'activité groupes constitués semble mieux se porter. Il y a cependant "une certaine frilosité" au niveau des réservations. Les prises de décision sont beaucoup plus tardives. Parfois seulement à un peu plus d'un mois avant le départ ! "Si l'on compare à la même période de l'an passé, le nombre des demandes de devis est équivalent. Mais en cette période de crise, ils tardent de plus en plus à se concrétiser", confirme Sylvain Duval, qui note qu'une forte proportion de la clientèle est le porte son choix sur du produit autocar plutôt qu'aérien. La France, l'Allemagne, l'Italie ou encore l'Espagne arrivent en tête des destinations privilégiées. Et là encore, comme pour les GIR, les programmes sélectionnés se rédui-

sent en terme de visites. "Il faut arriver à faire mieux avec moins bien", regrette Sylvain Duval. Même sentiment chez Michel Voyages. "Si notre clientèle groupes constitués se maintient au niveau des ventes, explique Annie Chevret, responsable de la production autocar, on enregistre une baisse du pouvoir d'achat. Cela se traduit par la suppression d'une journée au programme ou par un choix d'hôtels qui passe de trois à deux étoiles." Les professionnels se remettent sans cesse sur l'ouvrage pour trouver un compromis entre un contenu qui tienne la route et un budget serré au maximum.

Les négociations battent leur plein

"La tendance à négocier les prix est beaucoup plus marquée en ces temps difficiles", note pour sa part Didier Baudron, directeur production chez Simplon Voyages. "Les clients essaient d'obtenir une baisse de l'ordre de 15 à 20 % sur le prix initial", ajoute Sylvain Duval. Si la clientèle issue des associations continue à être "bon an mal an" au rendez-vous, celle des comités d'entreprise est en perte de vitesse. Et pour cause, le contexte n'est pas le même. Certains professionnels ont même dû faire face à des annulations. Et si les CE partent quand même, "le nombre de participants est plus réduit", relève Paul Royer, qui annonce une hausse de 5 % des ventes groupes en ce début d'année, toutes destinations confondues. "Il faut dire que l'an passé nous avons mené une politique active et ciblée auprès de cette clientèle", poursuit-il. Royer Voyages a ainsi organisé un salon dédié aux responsables de groupes, édité une nouvelle brochure et assuré un suivi commercial régulier. "Il ne faut pas céder à la tendance alarmiste, conclut Annie Chevret. Même s'il est plus difficile de décrocher un marché aujourd'hui, on n'est pas dans un scénario catastrophe. Il faut être positif, tout en restant réactif et vigilant."

Catherine Mautalent