

Travel Europe

Objectifs mesurés pour Austro Pauli Visit France

Après le rachat de l'activité tour-operating d'Austro Pauli Visit France par Travel Europe, ses deux dirigeants, Anton et Helmut Gschwentner, ont dévoilé leur stratégie.

C'est un nouveau départ pour le groupe Austro Pauli Visit France (APVF). Son rachat en mars dernier par l'Autrichien Travel Europe lui permet d'envisager l'avenir sous de meilleurs auspices. Le TO cédé par Véronique Pauli doit cependant redresser la barre : il a perdu 300 000 euros en 2008. Pour Anton et Helmut Gschwentner, les nouveaux patrons d'APVF, la priorité sera donc "de ne pas perdre trop d'argent cette année (150 000 euros maximum, ndlr) et de revenir à l'équilibre en 2010." La priorité est "à la rentabilité".

Ils ont annoncé une augmentation de capital d'APVF de 1,5 million d'euros d'ici un mois. Une réduction du personnel n'est actuellement pas à l'ordre du jour, "mais les équipes devraient rester en l'état". Les commerciaux, eux, seront fusionnés. "L'activité achats sera probablement basée en Autriche, la France regroupera les secteurs marketing, réalisation de brochures...", annonce Anton Gschwentner.

Christian Orfino, dg d'APVF, conserve son poste. Il sera appuyé par Nathalie Monteillet (directrice de production Europe), Pascale Gaston (directrice de production

France) et Sylvie Nahon (directrice commerciale).

Développer une synergie

Spécialiste des GIR et des groupes constitués, et partenaire privilégié des autocaristes, Travel Europe ajoute ainsi à son portefeuille de clientèle celle des individuels, qui constituent à ce jour 65 % des clients APVF. De plus, le TO a tissé au fil des ans une collaboration étroite avec les réseaux de distribution et dispose d'un site B to B. C'est aussi l'opportunité pour l'Autrichien de développer son offre sur des destinations où il n'est pas suffisamment présent. C'est le cas de Madère, mais aussi de la France. "La production France d'Austro Pauli Visit France est un atout non négligeable, elle est complète, souligne Anton Gschwentner. Nous n'excluons pas l'idée de promouvoir cette offre auprès de marchés étrangers comme l'Autriche, l'Allemagne, la Pologne, l'Espagne, le Royaume-Uni, la Croatie ou encore le Portugal."

Rationalisation en marche

Il est cependant question de "rationaliser du côté des productions d'APVF", annonce aussi le nouveau patron. Exit par exemple les trois bro-



Entourant Christian Orfino, directeur général d'Austro Pauli Visit France, les frères Gschwentner, Anton (à gauche) et Helmut.

chures *Thalasso, Familles et France*, qui devraient n'en faire qu'une à l'hiver prochain. La brochure Israël, destination lancée récemment, devrait être maintenue pour l'instant, en attendant les résultats. Pour l'Italie, "il est possible d'améliorer les achats, donc les prix, poursuit-il. La brochure week-ends en Europe pose plus de problème. Mais on peut se spécialiser sur des destinations, proposer des départs de province, amener du stock ou trouver des produits uniques. Il s'agit de trouver des formules qui soient les plus avantageuses pour les clients." Un des autres objectifs de Travel Europe sera de créer une nouvelle marque, et de trouver

des locaux. Le siège d'APVF à Vincennes arrive en fin de bail.

Travel Europe, dont le siège est à Stans au Tyrol, possède des filiales à Paris (Destination Europe), Prague, Cracovie, Budapest, Pula et Dubrovnik. Il dispose également d'un hôtel quatre étoiles luxe (le Wellnesshotel Schwarzbrunn) de 121 chambres, basé également à Stans. Forte de 230 salariés, le TO a réalisé l'an passé un chiffre d'affaires de 70 millions d'euros et fait voyager 142 000 clients. L'effectif d'Austro Pauli Visit France est, quant à lui, de 50 salariés. L'an passé, son chiffre d'affaires s'établissait à 35 millions d'euros pour un nombre de 60 000 clients. ■