

# DOSSIER DE PRESSE

---

## CREATION DU 1<sup>ER</sup> RESEAU D'AGENCES DE VOYAGES EN FRANCE



### Contacts Presse

**Pour Selectour Voyages :**

**Sophie ORIVEL** : 06 32 10 69 71 ou 01 55 07 12 10 poste 404#. e-mail : [sorivel@selectour.fr](mailto:sorivel@selectour.fr)

**Pour AFAT Voyages :**

**Annie BLIN**, AB3C : 06 70 64 76 27 ou 01 53 30 74 00. e-mail : [annie@ab3c.com](mailto:annie@ab3c.com)

**Barbara JAUZION** : 05 61 12 61 61. e-mail : [barbara.jauzion@afatvoyages.fr](mailto:barbara.jauzion@afatvoyages.fr)



# SOMMAIRE

---

Edito .....	1
Le contexte et les enjeux .....	4
Le projet : créer le 1 <sup>er</sup> réseau d'agences de voyages en France .....	6
La marque .....	8
La nouvelle structure et la nouvelle organisation .....	9
La gestion du projet .....	10
Les dates clefs .....	11



## Création du 1er réseau français d'agence de voyages

**N**ous constatons depuis quelques années des évolutions fortes du marché du voyage : nos agences ont toujours su s'y adapter avec succès. Aujourd'hui, nos deux réseaux, Selectour et AFAT Voyages, ont décidé de s'associer pour aller plus loin en créant le **1<sup>er</sup> réseau d'agences de voyages français** car :

- les marchés se concentrent et se bi-polarisent, tant dans le domaine du voyage d'affaires que dans celui du loisir : **nous créons le premier pôle du secteur en France**
- internet prend des parts de marché significative dans notre secteur : **nous devenons incontournable et multi-canal.**
- il faut gagner en compétitivité et pérenniser nos entreprises: **nous mutualisons les achats et les investissements afin de garantir la meilleure rentabilité et la technologie la plus performante à nos agences.**

Le rapprochement AFAT Voyages - Selectour n'est ni une association, ni une alliance, **mais une fusion.** Avec 1170 agences, nous créons ainsi le 1<sup>er</sup> réseau d'agences de voyages en France :

### Un réseau « nouvelle génération ».

- 1<sup>er</sup> réseau en puissance d'achat et en puissance de vente « tourisme »
- 1<sup>er</sup> réseau en nombre de collaborateurs
- 1<sup>er</sup> réseau en maillage du territoire

**Pour nos clients,** ce nouveau réseau d'agences de voyages permettra de renforcer la qualité de service et la compétitivité tarifaire tant pour leurs déplacements professionnels que pour leurs vacances.

Depuis des années, AFAT Voyages et Selectour, bien que concurrents partagent des valeurs communes fortes : le service et la proximité du client, la responsabilité et le dynamisme d'entrepreneurs indépendants, des hommes et des femmes experts et passionnés par leur métier. Ce sont ces valeurs qui permettent aujourd'hui d'organiser cette fusion avec sérénité.

**Jean-Pierre MAS**

Président d'AFAT Voyages

**François Xavier de Boüard**

Président de Selectour Voyages



## Le contexte et les enjeux

### Le marché

**F**usions, rachats, concentrations, rapprochements... le monde de la distribution de voyages et de la production touristique a évolué rapidement ces dernières années, pour arriver aujourd'hui à une bipolarisation des marchés :

- la moitié des ventes du tourisme est contrôlée par les deux groupes intégrés Thomas Cook et TUI,
- 70 % du marché affaires est contrôlé par American Express et Carlson Wagonlit Travel,
- les concentrations, les rapprochements et les intégrations se multiplient : tous les acteurs du secteur cherchent un nouveau souffle, une nouvelle puissance.

Dans ce changement de paysage économique, il faut également prendre en compte le développement de l'internet : plus de 6 milliards d'euros de voyages sont vendus en ligne, dont 1,3 milliards d'euros de forfaits.

→ Dans ce contexte, nous devenons incontournable et multicanal.

### Pérenniser et développer

**F**ace à ces bouleversements économiques, il est donc devenu primordial pour les réseaux indépendants d'agir pour pérenniser leurs entreprises. Ne rien envisager, c'est continuer à faire vivre des modèles qui ont leurs limites telles que :

- l'hétérogénéité des agences,
- le manque de représentation « réellement » nationale,
- la faiblesse « relative » de notoriété et de contenu de marque,
- la faiblesse du multi-canal et des moyens technologiques,
- des moyens marketing peu puissants par rapport aux principaux acteurs du marché qui disposent de budget de communication entre 3 et 5 fois supérieur.

AFAT et Selectour font le même métier et doivent relever les mêmes défis. Unir leurs forces et leur savoir-faire permettrait de disposer de moyens à la hauteur de leurs concurrents, voire supérieurs, pour dépasser ces limites.

→ Dans ce contexte, nous créons un réseau nouvelle génération

## Gagner en compétitivité et productivité

**E**nfin, ce contexte nous impose de gagner en compétitivité et productivité pour :

- **mieux acheter** pour avoir les meilleures offres aériennes, tourisme... afin de garantir la meilleure compétitivité à nos clients,
- **mieux acheter** pour diminuer les frais de fonctionnement des agences.
- **mutualiser les investissements technologiques** et proposer des solutions innovantes, à forte valeur ajoutée pour les clients tourisme et affaires afin de gagner en productivité.

➔ Dans ce contexte, nous garantissons la meilleure compétitivité aux agences du nouveau réseau



## Le projet : créer le 1er réseau d'agences de voyages en France

### Fusionner AFAT et Selectour pour créer le 1er réseau d'agences en France,

**E**n discussion depuis le mois de novembre 2008, (ce projet a réussi à rester confidentiel pendant plus de 4 mois), les conditions sont réunies aujourd'hui, pour envisager le rapprochement, non pas sous la forme d'une association ou d'une alliance **mais bien sous la forme d'une fusion** :



**Ce rapprochement permet de créer le 1er réseau d'agences distributeur de voyages en France, dans une logique multicanal alliant la proximité, le service client et une présence conquérante sur le net.**

### 1er réseau d'agences en France en nombre d'agences

**C**ette union représentera le plus beau maillage de France, présent de façon homogène sur tout le territoire, avec 500 agences de plus que son concurrent le plus proche et représentant le :

- le 1er réseau en nombre d'agences (1.170 points de vente),
- le 1er réseau d'agences de voyage de loisirs et d'affaires
- le 1er réseau en nombre de collaborateurs experts (4 000 experts tourisme et affaires)

**Ce maillage assurerait également une présence dans 98 départements en France (sur 100) avec**

- des agences dans **610 villes** dont 80% sans doublons
- **un maillage fin** des principales villes françaises avec une présence dans
  - toutes les villes de plus de 100 000 habitants
  - 75% des villes de plus de 50 000 habitants
  - 60 % des villes de plus de 20 000 habitants
- **peu de concurrence frontale** : il n'y a que 12 cas d'agences labellisées situées à moins de 100 mètres l'une de l'autre.

## 1er réseau d'agences en France en puissance d'achat

Sur le plan financier, cette union représentera le 1er réseau en puissance d'achat avec 2.8 milliards d'€ de chiffre d'affaires qui se décomposent :

<b>Critères</b>	<b>Chiffres du nouvel ensemble AFAT + Selectour</b>
<b>Volume d'affaires total</b>	<b>2 800 millions d'€</b>
<b>TO</b>	800 millions d'€
<b>Production, réceptifs, groupes</b>	780 millions d'€
<b>Aérien</b>	950 millions d'€
<b>SNCF</b>	210 millions d'€
<b>Maritime</b>	60 millions d'€
<b>REX cumulé (2007)</b>	<b>31 millions d'€</b>



---

## Une stratégie marketing dynamique pour optimiser le nouvel ensemble, un réseau nouvelle génération avec :

**U**ne marque principale porteuse du nom du nouveau réseau, qui reflétera ces nouvelles valeurs :

- multicanal,
- proximité géographique,
- proximité technologique.

Dans une recherche de performance et d'optimisation, des études seront réalisées au préalable et les évaluations nécessaires seront menées pour aboutir à la mise en place rapide, efficace et financièrement maîtrisée d'une nouvelle plate-forme de services innovante et unique sur le marché français.

Cette marque principale pourra soit faire l'objet de la création d'une nouvelle marque, soit être une évolution des marques existantes.

**Des marques complémentaires viendront seconder la marque principale.** Une réflexion est menée autour d'une deuxième enseigne, de marques de producteurs ou de celles de mini-réseaux associés.

**Un groupe de travail paritaire** piloté par 4 administrateurs et des spécialistes des marques a été constitué et les adhérents seront associés à la construction de cette marque principale.



## La nouvelle structure et la nouvelle organisation

---

### La structure juridique

**L**a fusion des deux réseaux implique l'adhésion à une coopérative unique, 100% AFAT/Selectour, à laquelle chaque agence adhèrera.

Cette coopérative bénéficiera des conditions d'achat les meilleures recensées dans les deux ensembles préexistants et s'appuiera sur une société de services qui regroupera les structures existantes et qui proposera de nouvelles prestations.

Elle mettra en place un plan de synergies permettant d'optimiser et de rationaliser sa performance.

### Une gouvernance harmonisée

Le premier conseil d'administration sera composé de 18 membres, élus par tous, représentant à parité chaque réseau.

**L**a Présidence de la coopérative et la Présidence de la « société de services » seront respectivement assurées par un administrateur de chaque réseau.



## La gestion du projet

---

### **Le comité de pilotage**

**D**epuis novembre 2008, chaque Conseil d'Administration a désigné des représentants pour étudier la faisabilité de ce projet et concevoir la fusion jusqu'à l'Assemblée Générale Extraordinaire prévue en novembre 2009. Ces représentants constituent le comité de pilotage.

**Ce comité de pilotage, sous l'égide des deux Présidents François-Xavier de Bouïard (Selectour) et Jean-Pierre Mas (AFAT) est composé d'administrateurs :**

- Jean-Luc Dufrenne, Jean-Marie Séveno et Pierrick Rouillard pour AFAT,
- Bernard Manenc et Jean Ghibaudo pour Selectour

ainsi que d'opérationnels : Jean-Noël Lefeuvre et Nadine Pawlak pour AFAT et Gilles Berl et Philippe de Saint Victor pour Selectour.

**Jusqu'en novembre 2009, ce comité de pilotage :**

- travaillera sur les structures juridiques et les règles de gouvernances,
- supervisera les travaux des commissions (maillage, marketing, contrats, ...).

**L'ensemble de ces propositions est soumis aux Conseils d'Administrations d'AFAT et de Selectour.**



## Les dates clefs

---

### **9 avril**

- Assemblées Générales simultanées de Selectour et d'AFAT Voyages.

### **Avril-Juin**

- Mise en place de commissions de travail marketing, maillage, contrats...

### **Juin**

- Tour de France commun de présentations et d'échanges avec les adhérents.

### **Septembre**

- Validation du projet par les Assemblées Générales Extraordinaires de chaque réseau

### **Novembre**

- Assemblée Générale Extraordinaire constitutive de la Coopérative.

### **Novembre/Décembre**

- Premier Congrès commun.

### **Janvier 2010,**

- Lancement effectif du nouveau réseau sur un plan opérationnel
- Premières forces de ventes communes.