RICHOU, PARTENAIRE DU CHOLET BASKET ENTREPRISE

Tourisme : « On n'avait encore jamais vu ça »

La crise a des répercussions sur les vacances. Pas de catastrophisme, mais pour la première fois le leader choletais Richou consent des promotions.

RICHOU
...un monde de découvertes !

Entretien

Daniel Richou, PDG de l'entreprise choletaise Richou. En ces temps de crise économique, le tourisme semble plutôt morose. Le point avec le leader local du voyage.

Grâce à sa propre production de séjours et à des promotions inédites, le voyagiste Richou affronte la crise économique qui touche aussi le tourisme.

Quelles variations constatez-vous dans la demande de votre clientèle cette année ?

Dans leur ensemble, les réservations baissent. Mais l'entreprise Richou a deux activités principales : c'est une agence de voyage, et nous sommes aussi voyagistes, c'est-à-dire que nous produisons nos propres séjours. Cette dernière partie, qui représente la majorité de notre chiffre d'affaire, est moins touchée que l'activité d'agence traditionnelle, pour laquelle on a largement reculé de 10 %. Ce n'est pas la catastrophe mais il faut être réaliste. Il y a eu le 11 septembre et d'autres situations compliquées, mais je n'avais encore jamais traversé de période comme celle-ci. Pour la toute première fois, nous faisons des promotions.

Les voyageurs ont-ils un nouveau profil ?

Il y a plusieurs profils de clientèles. Celle dont le budget ne permet plus de partir comment avant, celle qui a l'habitude de voyages types croisières ou circuits. Pour ces derniers, la crise ne change pas vraiment la donne, ils vont partir quand même. En général, les gens qui avaient l'intention de voyager à l'international vont partir malgré tout, mais peut-être dans des pays moins loin, ou alors par d'autres moyens de transports que l'avion. Avec l'autocar par exemple, on retrouve des prix plus compétitifs. Au total, on a moins de clients, c'est certain, mais dont le budget moyen est nettement supérieur. En tant que voyagiste, nos clients sont surtout des retraités ou des gens qui n'ont plus de famille à charge et qui en profitent. Pour l'agence de voyage, on fait face à des gens qui ne peuvent plus se permettre ces dépenses.

Y-a-t-il un basculement de cette clientèle vers vos offres de tourisme local ?

Non, on ne peut pas dire que ceux qui ne partent plus en long courrier se rabattent automatiquement vers des séjours locaux. Au niveau individuel, ce tourisme-là concerne des petits budgets qui pourront moins partir cette année, les chiffres baissent légèrement. Mais en ce qui concerne les groupes, la demande de destinations locales marchent comme avant. Je pense que pour 3-4 jours en bord de Loire, les gens se motivent les uns les autres.

Le séjour « pas loin, pas longtemps », c'est une demande que vous avez tout de même de plus en plus...

C'est un séjour qui se développe oui, mais pas du fait de la crise. C'est avant tout parce qu'avec les vols low costs, les coûts sont beaucoup moins importants qu'avec les vols réguliers classiques. On peut partir un week-end à Prague pour trois fois rien aujourd'hui.

Quelle est la particularité de la clientèle choletaise ?

La crise ne touche pas plus les choletais que les nantais par exemple, en terme de chiffres. Mais à Cholet, la confiance que nous accorde la clientèle est un avantage encore plus profitable en temps de crise. Aujourd'hui, en cherchant un billet sur internet, on n'est pas sûr de la fiabilité, notamment financière, de la compagnie aérienne. Du coup, beaucoup de gens viennent nous voir pour être certains d'acheter un trajet qui ne se sera pas volatilisé d'ici la date de départ, ce qui malheureusement peut arriver avec des compagnies en faillite.

Recueilli par
Nolwenn GUILLOU.

Ouest France – Jeudi 9 juillet 2009