

**RICHOU**  
*Agence de Voyages - Loisirs & Affaires*



# **Richou Group se dote d'un nouveau siège social**

L'agence choletaise de voyages et de transports investit 4 millions dans de nouveaux locaux.

**PAGE 5**

# Le nouvel horizon de Richou

L'agence de voyages et de transports va emménager, en juillet 2018, dans un siège flambant neuf, juste à côté des bureaux actuels. L'investissement est de taille pour Richou Group : 4 millions d'euros.



Voici une vue du futur siège social de Richou Group, le long de la rue Sadi-Carnot. Juste à côté des bureaux actuels qu'on distingue à droite du document.

**Freddy REIGNER**  
freddy.reigner@courrier-ouest.com

**I**l ne devrait pas passer inaperçu. Jean-François Richou a le sourire en coin quand il évoque le futur siège social de l'entreprise familiale. Remarquez, le directeur général de Richou Group n'a pas tort : le futur bâtiment est imposant. Avec une superficie de 1 200 m<sup>2</sup>, sans compter le sous-sol, l'édifice à la façade résolument moderne sera bien visible le long de la rue Sadi-Carnot. Alors que le marché du voyage est plus que jamais soumis aux soubresauts géopolitiques, le groupe né à Yzernay en 1952 n'a pas hésité à se lancer ce « nouveau challenge » comme le précise Daniel Richou, le président de Richou Group, qui ajoute : « On avait besoin de cette nouvelle configuration. Aujourd'hui, nos locaux ne sont pas fonctionnels, ni opérationnels. Et puis, on a confiance en l'avenir. » D'ailleurs, malgré la conjoncture, l'entreprise maintient bon an mal son chiffre d'affaires de 50 millions d'euros et un personnel stable (230 salariés, dont 50 à Cholet). Richou Group va même bientôt ouvrir une 28<sup>e</sup> agence, la première depuis 2013. Ce sera à Royan en Charente-Maritime. Un tour de force pour certains, puisque le Maghreb, autrefois pourvoyeur de la majorité des voyages,

est en cale sèche suite aux attentats. « Il nous faut compenser, et on le fait plutôt bien », explique Daniel Richou. Par exemple, aujourd'hui, on propose des nouvelles niches, comme les voyages à vélo ou en trekking. Il y a dix ans, il n'est pas certain qu'on aurait pu le proposer. L'événementiel et le voyage scolaire et linguistique sont également des axes de développement. »

## 70 % du chiffre d'affaires avec les voyages « maison »

D'une manière générale, c'est le voyage à la carte qui est en pleine progression. Personne ne voulant faire le même voyage que son voisin... « Il faut savoir aussi qu'on fait 70 % de notre chiffre d'affaires sur nos voyages clés en main, que nous concevons nous-mêmes », remarque Jean-François Richou. Ce sont des produits qu'on maîtrise, notamment au niveau du coût. C'est une forme de sécurité pour nous. Pour les clients aussi, car c'est là qu'on imprime notre marque de fabrique, notre image. »

Une image qui va prendre un coup de jeune avec le nouveau siège social et le futur organigramme. En effet, Daniel et Dominique Richou - les deux fils du fondateur de l'entreprise - vont bientôt céder leur place à la troisième génération de Richou : Jean-François (pour la partie agence de

voyage) et Stéphane (pour la partie transports). L'affaire familiale est une saga, qui s'adapte au fil des années aux différentes modes et tendances. D'ailleurs, il y a un an et demi, Richou Group ouvrait une ligne d'autobus - Flixbus - reliant Nantes à Toulouse. Et bientôt une deuxième, vers Paris ? C'est en cours de réflexion. Ce qui est acté, en revanche, c'est la réalisation d'un nouveau garage à Doué-la-Fontaine de 600 m<sup>2</sup>, l'une des deux bases du groupe en matière de transports avec Yzernay, berceau de la famille. Là, où Aimé et Jeanny ont tout

lancé, tout construit. Que de chemin parcouru depuis.

## LE CHIFFRE

**1 250**

Soit en euros le panier moyen d'un client chez Richou Group. « C'est en progression », note Jean-François Richou. C'est ce qui explique le maintien de notre chiffre d'affaires. Car dans le même temps, on a moins de clients. »



Cholet, hier. Jean-François Richou, directeur général délégué de Richou Group (ici à gauche), en compagnie de son père, Daniel, président du groupe créé à Yzernay.

## Le Maghreb baisse, l'Iran et l'Afrique du sud émergent

Localement, les agences de voyages constatent de nouvelles tendances dans un contexte plutôt porteur.

Que ce soit dans le secteur des voyages d'entreprises ou du tourisme privé, les agences choletaises jugent le marché local « plutôt bon ». En volume, les clients ne manquent pas. Mais les destinations évoluent. Dans un contexte géopolitique sensible, les pays d'Afrique du Nord, l'Égypte et la Tunisie en tête, ne sont plus à la mode. La Turquie non plus. Quand on veut partir au soleil avec un budget raisonnable, on choisit d'autres destinations. « L'Espagne fonctionne très bien, note-t-on à l'agence Thomas Cook. Les Baléares, l'Andalousie ou les Canaries notamment. La Grèce marche bien également. » Pour



Les clubs des Canaries ou des Baléares ont notamment la cote.

les destinations plus lointaines, l'Asie est toujours très prisée, en particulier l'été. Mais de nouveaux acteurs

se dégagent. L'Afrique du sud prend le relais de ses voisins la Tanzanie ou le Kenya. Plus inattendu, l'Iran

s'impose. « Beaucoup de personnes veulent y partir, indique Cécile, de Préférence voyages. Ça donne l'impression d'être assez sécurisant. Cuba, qui s'est également ouvert il y a peu, progresse. L'avantage, c'est que ces destinations ne sont pas à l'autre bout de la planète. » L'inflation du dollar et l'arrivée de Donald Trump au pouvoir devraient à l'inverse freiner la demande vers les États-Unis. Globalement, les clients réservent de plus en plus tôt pour profiter de tarifs moins élevés sur les destinations lointaines. Pour la Méditerranée notamment, la période actuelle est propice. Chez Thomas Cook, « en ce moment, c'est très chargé. En janvier, février et mars, il y a les dernières inscriptions pour l'hiver et les réservations pour l'été. »

V.L.