

L'Égypte, voyage tendance de l'été



CHOLET. Les agences de voyages connaissent leur grande période de réservations. L'Égypte est une des destinations privilégiées par les Choletais, explique Jean-François Richou. PAGE 5

« L'Égypte revient à la mode »

Les agences de voyages choletaises connaissent leur grande période de réservations pour les vacances d'été. Dans le top : les pays du Maghreb et les destinations nordiques.



Cholet, jeudi. Dans la nouvelle agence du siège, Richou voyages s'adapte aux dernières tendances des touristes.

Photo CO - Carl GUILLET

Carl GUILLET
carl.guillet@courrier-ouest.com

Elles vivent leur « plus fort mois de l'année en termes de réservations ». Les vacances, et par la même occasion les agences de voyages de Cholet ne connaissent pas vraiment la crise. Et sont aux premières loges pour noter les dernières tendances côté destination.

EN HAUT DE LA PYRAMIDE

« Il y a un retour des pays du Maghreb », constate Jean-François Richou, directeur de la branche agences du tour-opérateur choletais Richou voyages. L'Égypte surtout. « Elle redevient tendance, alors que ça s'était totalement arrêté », a noté Nadine Chupin, responsable de l'agence Préférences voyages de Cho-

let. La destination souffrait jusque très récemment d'une image d'un pays dangereux, sujet aux attentats. « On l'avait carrément retirée de nos brochures, souligne aussi le patron de Richou voyages. La destination était boycottée. » Aujourd'hui, « on a même dû rouvrir des dates, face à la demande. On fait aussi des vrais cartons sur la Jordanie. » Ces dernières années, les réservations s'étaient reportées sur le Portugal, l'Espagne et l'Italie.

Le voyageur constate également un engouement pour les pays nordiques. « L'Europe du Nord marche très bien. L'Islande surtout. »

L'HIVER AU SOLEIL

Quant à cet hiver, les voyageurs ont préféré le soleil... à la neige, note l'agence Préférences voyages.

« C'est une mode. Peut-être due à un automne très pluvieux. » Les Antilles, l'Égypte, encore elle, et les îles Canaries font partie des destinations les plus demandées.

SÉJOUR À LA CARTE

En agence, de plus en plus de clients, souhaitant voyager en groupes d'amis, réservent des voyages sur mesure, « à la carte ». « Les produits sont de plus en plus personnalisés en fonction des attentes et du budget des clients », explique Jean-François Richou. Des touristes qui cherchent aussi à voyager en plus petit nombre. « On organise des voyages limités à un certain nombre de personnes. Chaque année, davantage de nos destinations proposent ce genre de dates. Les gens sont prêts à payer plus cher pour être moins nombreux. »

ANTICIPATION

L'heure est aussi à une diversification croissante de l'offre, « pour s'adresser à une clientèle plus large », dit le jeune patron. L'entreprise propose notamment du trekking et depuis « trois ou quatre saisons » des voyages à vélo, par exemple sur les bords du Danube. Autre tendance, les réservations de dernière minute « ne font plus trop recette », remarque Nadine Chupin. « Les clients anticipent de plus en plus. Il y a aussi de moins en moins de choix aujourd'hui. » L'agence note « une tendance à réserver trois à six mois en avance ». Il est donc déjà temps de préparer ses vacances d'été... « Les bons plans, c'est maintenant ! »

Douze nouvelles agences de voyages en dix ans

Le groupe Richou voyages, qui emploie plus de 200 salariés, s'est installé depuis octobre dans un siège social flambant neuf.

Après quarante ans de bons et loyaux services, l'ancien siège du 24, rue Sadi-Carnot était devenu trop petit. Depuis le 22 octobre dernier, le groupe Richou occupe un bâtiment flambant neuf, quelques mètres seulement plus loin. Un projet vieux de dix ans, puisque la première parcelle avait été achetée en 2008. Coût total : 4 millions d'euros. 1 200 m² de bureaux modernes, agréables et spacieux pour la cinquantaine de salariés qui y travaillent. « On a prévu une marge si on recrute dans les services », précise Jean-François Richou, directeur de la branche agences de voyages.

« Installer Richou comme une marque »

L'occasion d'amorcer une nouvelle dynamique pour le groupe, qui a pour l'occasion changé son logo : le



Cholet, jeudi. Le nouveau siège du groupe codirigé par Jean-François Richou, abrite une cinquantaine de salariés.

Photo CO - Carl GUILLET

fameux arbre du voyageur ne disparaît pas totalement, mais est révisité. « Le « r » de Richou est aussi écrit en minuscule, ajoute le patron. Ce n'est pas pour renier notre nom de famille, mais installer Richou comme une marque. » Le logo sera petit à petit décliné dans toutes les agences et sur les autocars du groupe né à Yzernay.

Une agence pilote

Dans son nouveau bâtiment, le voyageur a également déménagé l'ancienne agence de voyages de Cholet. Un bureau très relooké, « plus accessible », « qu'on va décliner dans toutes nos agences ». Une agence pilote, aussi, qui teste depuis la rentrée l'ouverture en continu. Elle est ainsi ouverte de 9 à 19 heures du jeudi au

samedi. « Je suis convaincu que cela va avoir un impact dans l'activité de nos agences. »

29 agences

Ça plane pour le groupe, 3^e autocariste français et parmi les trente premiers tour-opérateurs. La branche voyageur a ouvert une douzaine d'agences ces dix dernières années. Royan, la dernière en date, est la 29^e. Après une croissance de 8 à 9 % en 2017, Richou a ainsi enregistré un chiffre d'affaires de 50 millions d'euros, dont 40 millions pour la branche voyage (organisation et agences de voyage), et 10 millions pour la branche historique, le transport (de voyageurs, mais aussi de scolaires). « Nous n'aurons pas la même croissance en 2018, mais nous nous maintenons, ce qui est déjà énorme », note le directeur. Les agences vendent essentiellement les voyages conçus par l'entreprise, qui représentent 70 % de son chiffre d'affaires. Le groupe emploie jusqu'à 250 équivalents temps plein en haute saison.

C.G.