



Ases s'écrit en bleu

Revue de presse Février 2016

- 25 articles Vacances Bleues
- 8 articles sur le marché & l'actualité du tourisme
(Total = 33 articles)

Articles Vacances Bleues

1. Vacances Bleues récolte les fruits de sa stratégie
paca.cci.fr, 29 février 2016
2. Vacances Bleues voit la vie en rose
La Provence, 29 février 2016
3. Vacances Bleues se déploie dans l'immobilier haut de gamme
lesechos.fr, 26 février 2016
4. Vacances Bleues : l'activité Groupes progresse d'un million d'euros en 2015
La newsletter de tourmag.com, 25 février 2016
5. En avant les Colos !!!
ressources-solidaires.org, 25 février 2016
6. Vacances Bleues veut pérenniser sa stratégie
fr.news.yahoo.com, 25 février 2016
7. Vacances Bleues veut pérenniser sa stratégie
marseille.latribune.fr, 24 février 2016
8. Ce qui marche chez Vacances Bleues
tourhebdo.com, 24 février 2016
9. Vacances Bleues : l'activité Groupes progresse d'un million d'euros en 2015
ouverture-voyage.fr, 24 février 2016
10. Vacances Bleues : l'activité Groupes progresse d'un million d'euros en 2015
tourmag.com, 24 février 2016
11. Nouvelle vague d'ouvertures pour Vacances Bleues
businews.fr, 24 février 2016
12. EDF Commerce Méditerranée : plus de 1000T d'émissions de CO2 évitées
Corse Matin, 23 février 2016
13. Chic à l'hôtel
Le Parisien, 14 février 2016
14. Vacances Bleues ; des séjours dédiés aux séniors
hellocoton.fr, 14 février 2016

15. Nos bonnes adresses
L'Ancien d'Algérie, 12 février 2016
16. 2016 : l'année du changement pour Vacances Bleues
tourismedegroupe.busetcar.com, 11 février 2016
17. Couple : où partir pour la Saint Valentin ?
mariefrance.fr, 10 février 2016
18. Vacances Bleues poursuit son recentrage sur l'hôtellerie
lhotellerie-restauration.fr, 10 février 2016
19. Vacances Bleues, Classe Affaires devient Vacances Bleues Business
deplacementspros.com, 8 février 2016
20. Rendre le village attractif
Dernières nouvelles d'Alsace, 7 février 2016
21. Classe Affaires devient Vacances Bleues Business !
assistanteplus.fr, 5 février 2016
22. Le voyage solidaire : un retour aux fondamentaux pour les comités d'entreprises
tourmag.com, 4 février 2016
23. Pour la Saint-Valentin, offrez-vous un voyage en amoureux... A 35 minutes de Paris
abc-luxe.com, 4 février 2016
24. La ville de Dax lance la vente. Amateurs d'art-déco, à vous de lever la main...
presslib.com, 1 février 2016
25. EDF Commerce Méditerranée : plus de 1000T d'émissions de CO2 évitées
laprovence.com, 1 février 2016

Articles sur le marché & l'actualité du tourisme

1. Donatello est de retour après un an d'absence
lehotouristique.com, 1 février 2016
2. Infographie : le top 10 des sites de voyage
lehotouristique.com, 1 février 2016
3. Destinations de vacances : les tops et les flops
lefigaro.fr, 5 février 2016
4. L'hôtellerie française devrait reprendre des couleurs en 2016
quotidiendutourisme.com, 11 février 2016
5. Best Western poursuit sa montée en gamme
tourhebdo.com, 16 février 2016
6. Hôtellerie : Hilton détrône IHG et se scinde en trois
lesechos.fr, 26 février 2016
7. L'hôtellerie familiale se regroupe pour ne pas disparaître
lesechos.fr, 29 février 2016
8. Six mois après la loi Macron, 1,5 millions de voyages par autocar
lesechos.fr, 1^{er} mars 2016

Articles Vacances Bleues



Vacances Bleues récolte les fruits de sa stratégie

Le voyageur marseillais, spécialisé dès sa création dans les vacances des seniors, a progressivement diversifié son activité. Il est à présent à la fois tour-opérateur, organisateur de séminaires, chaîne hôtelière. La stratégie mise en place il y a deux ans porte aujourd'hui ses fruits. Celle-ci visait à développer sa politique d'acquisition afin de conforter son activité sur trois métiers : l'hôtellerie, les clubs et les résidences de vacances. Objectif atteint puisque l'entreprise a réalisé en 2015 un chiffre d'affaires de 84 M€, en hausse de 1,2 % par rapport à 2014. De nouvelles acquisitions sont prévues en 2016 et 2017 notamment sur la côte méditerranéenne.



LOCALE

HÔTELLERIE

Vacances Bleues voit la vie en rose

C'est avec un ton résolument optimiste que Nicolas Dechavanne a présenté il y a quelques jours les résultats du groupe hôtelier marseillais Vacances Bleues et ses perspectives pour 2016. Dans un contexte assez tendu en 2015, en particulier pour les tour-opérateurs, la société - historiquement tournée vers les seniors - a bien tiré son épingle du jeu, avec un chiffre d'affaires de plus de 84 M&euro, en hausse d'un million par rapport à 2014, soit 1,2 % de plus, pour un résultat net d'exploitation de 1,5 M&euro,

Le président du directoire voit confortée la stratégie mise en place depuis deux ans, basée notamment sur l'agrandissement du portefeuille de cette entreprise aux trois métiers : l'hôtellerie proprement dite, mais aussi les clubs et les résidences de vacances. "La règle c'est un emplacement premium, 100 à 150 unités de logements et une situation entre mer et montagne", souligne Nicolas Dechavanne qui met en avant les quatre dernières acquisitions du groupe en deux ans : elles ont permis une croissance de 7,6 % du chiffre d'affaires estival. Parmi celles-ci, le prestigieux hôtel Belle Plagne 2 100, en Savoie, a été acquis avec le concours de la Caisse des dépôts et consignations (entrée depuis fin 2014 au capital à hauteur de 21 %, l'actionnaire principal demeurant l'association Vacances Bleues). "Avec un chiffre d'affaires de 80 M&euro, l'apport de la CDC et les emprunts, notre capacité d'investissement et de développement est illimitée dans les années qui viennent" soulignait le patron, pour qui la seule limite demeure de "pouvoir payer le loyer". La politique du groupe en matière de développement de son parc est d'ailleurs le fruit d'un subtil équilibre entre acquisition de fonds et de murs, ou uniquement mandat de gestion.

Nicolas Déchavanne, président du directoire de Vacances Bleues, a présenté les bons résultats du groupe

De nouvelles acquisitions interviendront en 2016 et 2017, avec pour cible prioritaire la côte méditerranéenne, puis en 2018, avec l'entrée dans le groupe d'une nouvelle pépite : le Splendid de Dax, joyau classe de 170 chambres, pourvu de 1 600 m² de salles de séminaire.

Car l'autre atout de Vacances Bleues, c'est de travailler à la fois sur sa clientèle historique de seniors (que le groupe souhaite fidéliser dès 50 ans, en misant sur des produits "à forte personnalité", capable d'attirer toute la "tribu" familiale), mais aussi de plus en plus sur le tourisme d'affaires et l'international. En 2015, la part du chiffre d'affaires réalisée à l'international a ainsi augmenté de 100 % mais la marge de progression reste importante puisque les étrangers ne représentent que 3 % aujourd'hui de la clientèle touristique.

Dans cette quête de vacanciers internationaux, Vacances Bleues s'appuie sur son offre hôtelière de luxe, mais aussi sur une nouvelle stratégie commerciale. Outre le centre d'appels installé au centre-ville de Marseille, dans les locaux du siège social de la société, le groupe dispose d'un nouveau site internet et espère une croissance de 10 % de ses ventes en 2016 grâce à cet outil mais aussi via les plateformes de réservation en ligne. De quoi élargir le public de 200 000 clients que touche déjà cet acteur, positionné parmi les vingt plus gros opérateurs français.

Marie-Cécile Berenger



Vacances Bleues se déploie dans l'immobilier haut de gamme

L'opérateur touristique renforce son offre de logement pour gagner de nouveaux clients chez les jeunes seniors. Il vise 7.000 lits en 2017.

La clarification de la stratégie commerciale de Vacances Bleues commence à porter ses fruits. Sur un marché touristique dégradé qui peine face à l'abondance de l'offre, le virage résolument jeunes senior pris par son nouveau président Nicolas Dechavanne permet à l'opérateur d'enregistrer une croissance de 5,5% sur la gestion des 25 hôtels, clubs et résidences constituant son coeur de métier. Au global, l'entreprise a réalisé 84,1 millions d'euros de chiffre d'affaires l'an passé en accueillant près de 200.000 clients, et dégagé un résultat net d'exploitation de 1,5 million d'euros. « La nouvelle personnalité de la marque axée sur la qualité de nos produits et des services touche cette clientèle », assure le président. Son parc bénéficie d'un taux de remplissage de 67% avec un panier moyen de 570 euros par personne.

150 chambres à La Plagne

Pour maintenir son rythme de croissance, l'enseigne s'est dotée des moyens d'accroître son offre en accueillant la Caisse des dépôts et consignations à hauteur de 21% du capital de sa foncière vacances bleues patrimoine. « Nous sommes en capacité d'investir plus de 60 millions d'euros dans l'acquisition de murs et leur rénovation », détaille Nicolas Dechavanne. Depuis, il a enrichi son parc de deux nouveaux ensembles qui s'ajoutent à trois acquisitions depuis 2013 à Serre-Chevalier, Fayence (Var) et Bénodet (Finistère). Le dernier, inauguré cet hiver à la Plagne, a englouti 11 millions d'euros pour 150 chambres au pied des pistes. Il devrait réaliser 1,4 million d'euros de chiffre d'affaires cette saison.

7.000 lits en bord de mer

Deux nouvelles opérations seront négociées cette année sur le littoral méditerranéen, puis 2 autres en 2017 et le double en 2018, parmi lesquels l'hôtel Splendide de Dax. Il y a quelques mois, Vacances Bleues a remporté la concession du bail emphytéotique de cet immeuble art déco de 170 chambres et 1600m¹ de salles de séminaire dans lesquelles il investit 16,5 millions d'euros. A cette date, le parc immobilier de l'opérateur totalisant plus de 7.000 lits en bord de mer, à la montagne et en ville. Voire plus s'il remporte le patrimoine de la caisse de retraite Humanis qu'il convoite : six hôtels à Paris, Biarritz et sur la Côte d'Azur.

Avec la maîtrise de cette force de frappe immobilière, le groupe marseillais entend devenir la référence touristique des plus de 50 ans en proposant dans tous ses établissements une gamme de service homogène de haute tenue : personnalisation de l'accueil, port des bagages à l'arrivée, restauration à l'assiette... Les seniors représentent déjà 60% di chiffre d'affaires de l'opérateur et fournissent l'essentiel de sa croissance : 4% prévus cette année.



Vacances Bleues : l'activité Groupes progresse d'un million d'euros en 2015

11,8 M€ de chiffre d'affaires sur l'activité groupes

Rédigé par La Rédaction

Le Groupe Vacances Bleues a annoncé 84,1 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2015, en hausse de 1,2%. L'activité groupes progresse également d'un million d'euro à 11,8M€.



Nicolas Déchavanne, président du Directoire de Vacances Bleues est arrivé en septembre 2013 avec 3 objectifs : développer le portefeuille, optimiser la gestion des charges de ses hôtels et réunir une nouvelle équipe commerciale - Photo DR

Le Groupe Vacances Bleues annonce un **chiffre d'affaires record de 70 millions d'euros**, réalisé sur son cœur de métier : l'hôtellerie.

L'année 2015 est ainsi marquée par une croissance de 5,5% sur la partie exploitation et une **progression de 100% sur le chiffre d'affaires effectué à l'international**.

Sur ce marché, Vacances Bleues atteint 1,5 millions d'euros avec la signature de **plus de 30 nouveaux partenariats avec des TO européens**.

Les ventes réalisées à travers la commercialisation d'hôtels partenaires et de séjours à l'étranger étant en recul, **le chiffre d'affaires consolidé s'élève à 84,1 millions d'euros en 2015**, avec une croissance au global de 1,2 % soit 1 million d'euros de plus qu'en 2014.

Le résultat net d'exploitation s'établit à 1,5 M€. En 2016, Vacances Bleues compte réaliser une progression de 4% de son chiffre d'affaires. Sur les ventes en ligne, le Groupe souhaite aussi accroître de 10 % les revenus des ventes par ce biais grâce au lancement de son nouveau site Internet.

Le nombre de groupes sur la prod "étranger" en hausse



De son côté, l'activité groupes **est en progression de 1 M€ en 2015, à 11,8M€.**

Vacances Bleues note une évolution avec des groupes de sportifs (vélo, randonneurs) et des groupes thématiques (bridgeurs...).

Les attentes de la clientèle ont aussi changé, **tous les groupes se font quasi sur-mesure** : date arrivée / départ, contenu des excursions, programmes d'activités et choix des menus à l'avance.

Le nombre de groupes progresse également sur la production "étranger" avec là encore **des devis réalisés sur-mesure** en fonction des demandes des clients.

L'entreprise a recruté une responsable des ventes internationales : Diane Piron qui a signé de nombreux contrats avec des tour-opérateurs tels que Jet Air, Interchalet, James Villa ou Thomas Cook, afin de développer les clientèles individuelles et groupes sur les marchés nord-européens.

Enfin, concernant le portefeuille d'hôtels, l'établissement de Belle Plagne 2100 a intégré le Groupe fin 2015 et devrait générer **1,4 millions d'euros en 2016**. Vacances Bleues étudie aussi des projets pour intégrer de nouveaux hôtels à son parc et a pour ambition de prendre en **gestion 2 hôtels par an en moyenne**.

Vacances Bleues en chiffres

- 140 destinations en France et à l'étranger
- 25 hôtels gérés en direct dont 7 en propriété
- 1 agence commerciale à Paris
- 1 centre d'appel renforcé avec 18 conseillers
- 84,1 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2015
- 900 collaborateurs
- 200 000 clients

BROCHUREENLIGNE.COM® vous présente



Individuels Printemps Eté 2016



Groupes 2016



Pour en savoir plus sur les brochures en ligne, contactez
Gentiane ROMANET
Manager Brochuresenligne.com
TEL : +33 4 91 58 57 54
gentiane@brochuresenligne.com

Tags : groupes, résultats 2015, unegroupe, vacances bleues

Notez

Source :
<http://www.tourmag.com>



En avant les Colos !!!

Union Nationale des Associations de Tourisme et de Plein Air

C'est avec ce titre engageant que nous soulignons l'engagement de l'UNAT en faveur de ce secteur à l'occasion de la sortie des actes de notre dernier colloque : « Les Colos un Enjeu pour la Jeunesse !!! ».

Il s'agit ici du 4ème opus après « Quelles Colos pour 2020 ? », « Des Colos Innovantes », « Très Proche, Très Loin » et avant notre prochaine édition le 18 Novembre 2016 consacrée à « la mutualisation dans les colos : expériences et réussites ».

Cela démontre à l'envi que les organisateurs et les partenaires des colos se mettent en mouvement pour valoriser et redévelopper ce formidable projet du faire et du vivre ensemble pour les enfants, les adolescents et...les adultes !

Notre colloque n'est donc pas une simple action événementielle, il est avant tout un lieu de construction et de réflexion collective.

Il est aussi un lieu de rassemblement et de mobilisation qui s'est caractérisé cette année par la proclamation d'un Manifeste : « Les Colos, un enjeu politique et éducatif pour l'avenir de la jeunesse » qu'avec nos amis de la JPA, en mars, mois du printemps, nous allons essaimer largement auprès des collectivités, des CE, des partenaires institutionnels et syndicaux sans oublier nos représentants politiques.

Dans la famille UNAT, le secteur enfants/ados n'est bien entendu pas le seul à bouger, le premier séminaire des directeurs(trices) généraux(ales) du secteur Villages Vacances qui s'est réunie en Janvier sous la houlette de son administrateur, Alex Nicola (DG de VCS) dans le cadre enchanteur des Chalets de Priand, site de Vacances Bleues à Megève a été unanimement apprécié.

Dans une grande convivialité, une dynamique constructive de travail a permis de faire émerger des décisions fortes et porteuses d'avenir pour le Tourisme Social et Familial.

Alors En avant les Villages Vacances, En avant les Colos, En avant le Tourisme Social et Solidaire !!!

Sylvain CRAPEZ, Délégué Général



Vacances Bleues veut pérenniser sa stratégie

La diversification a toujours du bon mais le retour au cœur de métier est généralement payant. Et ce n'est pas la stratégie déployée par Nicolas Déchavanne, arrivé à la présidence du directoire de Vacances Bleues en septembre 2013, qui prouvera le contraire. Les résultats sont là pour l'attester : avec un chiffre d'affaires total de 84,1 M€ et une croissance au global de 1,2 %, le retour au métier de l'hôtellerie (qui réalise à lui seul 70 M€) semble avoir été la juste orientation. Et celle-ci évidemment " doit être pérennisée" dit Nicolas Déchavanne. Les deux autres métiers du groupe, le tour-opérateur et le partenariat (vente de prestations de concurrents aux clients Vacances Bleues) pèsent respectivement pour 10 M€ et 4 M€.

Rythme de croisière

Pour l'accompagner, le groupe a voulu faire grossir son portefeuille d'où l'acquisition de trois nouvelles adresses en propre, " ce qui est une vraie satisfaction car cela accroît notre rentabilité" , précise le président du directoire. Via la foncière montée avec la Caisse des Dépôts et des Consignations, c'est un hôtel de 150 chambres à La Plagne qui a également été acquis en janvier dernier. 2016 verra un deuxième achat, 2017 suivra la tendance, 2018 sera elle, une année avec 3 à 4 acquisitions. " Puis nous serons un rythme de croisière de 2 à 3 nouveaux établissements par an" , explique Nicolas Déchavanne.

"Nous devons être capable d'accroître notre périmètre avec des hôtels de 100 à 150 unités de logements, sur des emplacements premium, plutôt à la mer ou à la montagne. Par opportunité nous regardons aussi les possibilités qui se présentent en centre-ville".

C'est MICE

Sur le marché du MICE (Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions) Vacances Bleues a également revue sa communication et son positionnement. Ainsi Classe Affaires devient Vacances Bleues Business.

"Nous

(...) Lire la suite sur La Tribune.fr

marseille.latribune.fr

Pays : France

Dynamisme : 7



Page 1/2

[Visualiser l'article](#)

Vacances Bleues veut pérenniser sa stratégie



(Crédits : DR) Le retour aux fondamentaux, tel est le credo depuis deux ans de la chaîne hôtelière basée à Marseille. Un choix qui paye au vu des résultats affichés et qui devrait être renforcé.

La diversification a toujours du bon mais le retour au cœur de métier est généralement payant. Et ce n'est pas la stratégie déployée par Nicolas Déchavanne, arrivé à la présidence du directoire de Vacances Bleues en septembre 2013, qui prouvera le contraire. Les résultats sont là pour l'attester : avec un chiffre d'affaires total de 84,1 M€ et une croissance au global de 1,2 %, le retour au métier de l'hôtellerie (qui réalise à lui seul 70 M €) semble avoir été la juste orientation. Et celle-ci évidemment "*doit être pérennisée*" dit Nicolas Déchavanne. Les deux autres métiers du groupe, le tour-opérateur et le partenariat (vente de prestations de concurrents aux clients Vacances Bleues) pèsent respectivement pour 10 M€ et 4 M€.

Rythme de croisière

Pour l'accompagner, le groupe a voulu faire grossir son portefeuille d'où l'acquisition de trois nouvelles adresses en propre, "*ce qui est une vraie satisfaction car cela accroît notre rentabilité*", précise le président du directoire. Via la foncière montée avec la Caisse des Dépôts et des Consignations, c'est un hôtel de 150 chambres à La Plagne qui a également été acquis en janvier dernier. 2016 verra un deuxième achat, 2017 suivra la tendance, 2018 sera elle, une année avec 3 à 4 acquisitions. "*Puis nous serons un rythme de croisière de 2 à 3 nouveaux établissements par an*", explique Nicolas Déchavanne.

marseille.latribune.fr
Pays : France
Dynamisme : 7[Visualiser l'article](#)

"Nous devons être capable d'accroître notre périmètre avec des hôtels de 100 à 150 unités de logements, sur des emplacements premium, plutôt à la mer ou à la montagne. Par opportunité nous regardons aussi les possibilités qui se présentent en centre-ville".

C'est MICE

Sur le marché du MICE (Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions) Vacances Bleues a également revue sa communication et son positionnement. Ainsi Classe Affaires devient Vacances Bleues Business.

"Nous sommes sur une montée en gamme. Ce travail oblige à être exigeant et il a un impact, par ricochet, positif sur l'activité de loisir. Dans le MICE il y a une vraie recherche de fraîcheur, la volonté de sortir d'un espace trop formel. Nous voulons y mettre un peu de fun et d'énergie. Nous sommes en train d'acquérir une vraie identité sur ce segment".

Les moyens de ses ambitions

Tout ce repositionnement s'est accompagné d'un accroissement de moyens sur le commercial. Une responsable des ventes BtoB, un nouveau directeur commercial et une responsable des ventes internationales ont renforcé les équipes. Un renforcement qui s'inscrit aussi dans un monde qui bouge, où nombre d'acteurs peinent à enregistrer des résultats positif et où inévitablement, un phénomène de concentration va se produire à plus ou moins moyen terme. *"Les plus fragiles vont disparaître. Mon ambition est que Vacances Bleues soit capable d'intégrer cette évolution. Il fait donc être capable de charmer"*, martèle Nicolas Déchavanne.



Ce qui marche chez Vacances Bleues



Nicolas Dechavanne, président du directoire de Vacances Bleues, a présenté le 24 février à Marseille, les perspectives de développement du groupe. ©N. Bureau du Colombier

Le groupe compte aujourd'hui un parc de 25 établissements en France et mise sur deux ouvertures par an.

Vacances Bleues a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 84,1 M€ en 2015, en hausse de 1,2%. Pour 2016, les perspectives demeurent encourageantes avec hausse prévisionnelle du chiffre d'affaires de 4%, à la faveur de l'élargissement du portefeuille d'hôtels, de villages club et de résidences.

L'exploitation des 14 hôtels a généré à elle seule 70 M€ en 2015 (+5,5%), un record selon le groupe. "*Un chiffre d'affaire historique sur un marché du tourisme qui traverse des bouleversements avec l'arrivée de gros faiseurs tels qu'Expedia et Booking. De nouveaux comportements sont apparus avec le développement des Airbnb et l'augmentation des séjours en familles ou chez des amis*", a précisé Nicolas Dechavanne, président du directoire de Vacances Bleues, le 24 février à Marseille où se trouve siège social du groupe. Si l'hôtellerie est au beau fixe, l'activité tour operator a reculé de 12% pour s'établir à 14,1 M€. L'an dernier, 200 000 clients, seniors à 60%, ont fréquenté les hôtels, résidences et village clubs de Vacances Bleues avec un taux d'occupation moyen de 67% et une dépense moyenne par personne de 570 €.

Deux acquisitions par an

L'arrivée en 2013 de la Caisse des Dépôts au capital de Vacances Bleues Patrimoine (à hauteur de 21%) a donné un nouvel élan au développement du réseau hôtelier en favorisant de nouvelles acquisitions. Ainsi sur six hébergements ouverts depuis 2013, trois l'ont été grâce au soutien financier de la Caisse des Dépôts. Il s'agit de l'hôtel Royal Nice (acquis en 2013), l'hôtel des Jardins de Deauville (acquis en 2015) et l'hôtel savoyard Belle Plagne 2100 (acquis en 2016). Parallèlement, le groupe a ouvert la résidence hôtelière Les jardins d'Arvor à Bénodet, la résidence hôtelière Le Château de Camiole dans le Var et le Club des Alpes d'Azur à Serre Chevalier.

Pour 2016, l'expansion du groupe se fera du côté de la Méditerranée avec deux ouvertures programmées et deux nouvelles acquisitions prévues en 2017. En avril 2018, l'hôtel Le Spondid ouvrira ses portes au terme d'importants travaux de rénovation (16,5 M€).

www.tourhebdo.com
Pays : France
Dynamisme : 28[Visualiser l'article](#)

En 2016, le groupe mise sur une hausse de 4% de son chiffre d'affaires grâce notamment à l'augmentation des ventes en ligne (+10%). "Nous avons investi 300 000 € dans un nouveau site internet, la part des OTA Booking et Expedia devrait croître et nous avons signé de nouveaux contrats avec des TO", annonce Marianne Yung, directrice marketing de Vacances Bleues qui a signé 30 partenariats avec des TO européens.

"*Nous serons présents dans les catalogues de tours opérateurs belges, anglais, allemands*", ajoute la responsable commerciale. Après une année chahutée sur les voyages à l'étranger, Vacances Bleues a retravaillé son offre voyages et développé les ventes sur les canaux de vente groupes et individuels. A noter également le changement de logo du groupe et le remaniement de l'équipe commerciale avec l'arrivée de Jean-François Planteblat et de Diane Piron, respectivement nouveau directeur commercial et responsable des ventes internationales, et la nomination de Marc Levrel comme responsable des ventes BtoB.



www.ouverture-voyage.fr

Pays : France

Dynamisme : 35



[Visualiser l'article](#)

Vacances Bleues : l'activité Groupes progresse d'un million d'euros en 2015

Le Groupe Vacances Bleues a annoncé 84,1 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2015, en hausse de 1,2%. L'activité groupes progresse également d'un million d'euro à 11,8M€. Le Group... Lire la suite sur Tour mag



Vacances Bleues : l'activité Groupes progresse d'un million d'euros en 2015

11,8 M€ de chiffres d'affaires sur l'activité groupes Le Groupe Vacances Bleues a annoncé 84,1 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2015, en hausse de 1,2%. L'activité groupes progresse également d'un million d'euro à 11,8M€.



Nicolas Déchavanne, président du Directoire de Vacances Bleues est arrivé en septembre 2013 avec 3 objectifs : développer le portefeuille, optimiser la gestion des charges de ses hôtels et réunir une nouvelle équipe commerciale - Photo DR

Le Groupe Vacances Bleues annonce un **chiffre d'affaires record de 70 millions d'euros, réalisé sur son cœur de métier : l'hôtellerie.**

L'année 2015 est ainsi marquée par une croissance de 5,5% sur la partie exploitation et une **progression de 100% sur le chiffre d'affaires effectué à l'international.**

Sur ce marché, Vacances Bleues atteint 1,5 millions d'euros avec la signature de **plus de 30 nouveaux partenariats avec des TO européens.**

Les ventes réalisées à travers la commercialisation d'hôtels partenaires et de séjours à l'étranger étant en recul, **le chiffre d'affaires consolidé s'élève à 84,1 millions d'euros en 2015**, avec une croissance au global de 1,2 % soit 1 million d'euros de plus qu'en 2014.

Le résultat net d'exploitation s'établit à 1,5 M€. En 2016, Vacances Bleues compte réaliser une progression de 4% de son chiffre d'affaires. Sur les ventes en ligne, le Groupe souhaite aussi accroître de 10 % les revenus des ventes par ce biais grâce au lancement de son nouveau site Internet.

De son côté, l'activité groupes **est en progression de 1 M€ en 2015, à 11,8M€.**

Vacances Bleues note une évolution avec des groupes de sportifs (vélo, randonneurs) et des groupes thématiques (bridgers...).

Les attentes de la clientèle ont aussi changé, **tous les groupes se font quasi sur-mesure** : date arrivée / départ, contenu des excursions, programmes d'activités et choix des menus à l'avance.

Le nombre de groupes progresse également sur la production " étranger " avec là encore **des devis réalisés sur-mesure** en fonction des demandes des clients.



L'entreprise a recruté une responsable des ventes internationales : Diane Piron qui a signé de nombreux contrats avec des tour-opérateurs tels que Jet Air, Interchalet, James Villa ou Thomas Cook, afin de développer les clientèles individuelles et groupes sur les marchés nord-européens.

Enfin, concernant le portefeuille d'hôtels, l'établissement de Belle Plagne 2100 a intégré le Groupe fin 2015 et devrait générer **1,4 millions d'euros en 2016**. Vacances Bleues étudie aussi des projets pour intégrer de nouveaux hôtels à son parc et a pour ambition de prendre en **gestion 2 hôtels par an en moyenne**.

Vacances Bleues en chiffres

- 140 destinations en France et à l'étranger
- 25 hôtels gérés en direct dont 7 en propriété
- 1 agence commerciale à Paris
- 1 centre d'appel renforcé avec 18 conseillers
- 84,1 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2015
- 900 collaborateurs
- 200 000 clients



Nouvelle vague d'ouvertures pour Vacances Bleues



Vacances Bleues a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 84,1 M€ en 2015, en hausse de 1,2%. Pour 2016, le groupe table sur une nouvelle progression de son activité de 4% en élargissant son offre hôtelière et en misant sur la progression des ventes en ligne. En janvier, le groupe a inauguré un établissement en Savoie. Il nourrit de nouveaux projets, cette fois sur la côte Méditerranéenne.

Vacances Bleues, qui se positionne clairement auprès des plus de 50 ans, a accueilli 200 000 clients en 2015 dans ses 24 établissements (14 hôtels, 6 villages clubs et 4 résidences dans l'hexagone). Avec un taux d'occupation moyen de 67% et une dépense par personne de 570 €, les hôtels ont généré un chiffre d'affaires record de 70 M€ en 2015 (+5,5%). « Un chiffre d'affaire historique sur un marché du tourisme qui traverse des bouleversements avec l'arrivée de gros faiseurs tels qu'Expedia et Booking. De nouveaux comportements sont apparus avec le développement des Air b and b et l'augmentation des séjours en famille ou chez des amis », a précisé Nicolas Dechavanne, président du directoire de Vacances Bleues lors de la présentation des résultats du groupe le 24 février à Marseille.

D'avantage gestionnaire que propriétaire, Vacances Bleues a bénéficié de l'arrivée de la Caisse des Dépôts en 2013 au capital de Vacances Bleues Patrimoine (21%) pour asseoir son portefeuille immobilier.

« Nous avons engagé en 2013 une action forte pour accroître le nombre d'hôtels. Après l'achat de l'hôtel Royal sur la Promenade des Anglais à Nice et d'un établissement de 70 chambres à Deauville, l'hôtel savoyard Belle Plagne 2100 (150 chambres) a rejoint le réseau en janvier 2016 pour un investissement de 11 M€ », détaille Nicolas Dechavanne qui annonce 5 nouvelles acquisitions, deux en 2017 et trois en 2018. Cette même année, l'hôtel Splendid de Dax, pour lequel Vacances Bleues a signé un bail emphytéotique et déboursé 16,5 M€ pour sa rénovation, ouvrira enfin ses portes.

PHOTO : Nicolas Dechavanne, président du directoire de Vacances Bleues, a annoncé le 24 février à Marseille, un chiffre d'affaires record pour l'activité hôtelière (Photo N.B.C).



échoplanète.com

COMMUNICATION

L'actualité des partenaires

EDF Commerce Méditerranée Plus de 1000 tonnes d'émissions de CO₂ évitées

Dans le cadre du Réseau pour la Performance Energétique, EDF Commerce Méditerranée a réuni, il y a trois ans, onze entreprises (Leclerc de Hyères, Up Sud, ARI, Caisse d'Epargne, Crédit Agricole Alpes Provence, CAF des Bouches-du-Rhône, Société Paul Ricard, SA Villages Clubs du Soleil, Vacances Bleues, Bonnans SA, Groupe Canavèse) qui se sont engagées à diminuer leur consommation et leurs émissions de gaz à effet de serre. A l'heure du bilan, l'objectif initial de 6 % de réduction des émissions a été dépassé : 1069 tonnes équivalents de CO₂ ont été économisées sur les sites de ces entreprises, ce qui représente 6,86 % de leurs émissions. Pour arriver à ce résultat, les onze entreprises se sont réunies tout au long de ces trois années avec un expert en efficacité énergétique d'EDF et ont partagé leurs expériences et bonnes pratiques mises en œuvre sur leurs sites. « **La réussite du RPE Provence témoigne de l'efficacité de ce dispositif. Grâce au**



travail réalisé par ses membres et par l'expert en efficacité énergétique d'EDF Entreprises, l'économie de gaz à effet de serre réalisée représente une économie équivalente à la consommation d'une petite voiture citadine qui envisagerait de faire 165 fois le tour de la Terre ! », assure Bruno Keramsi, Manager Commercial Grandes Entreprises chez EDF Commerce Méditerranée. Une satisfaction partagée par l'ensemble

des entreprises qui témoignent, grâce au RPE, de leur engagement concret en faveur de la maîtrise de la demande énergétique, tout en pérennisant leur compétitivité. Pour rappel, une tonne de CO₂ équivaut à 6200 km réalisés avec une voiture de petite cylindrée, 5300 km réalisés avec un 4 x 4 neuf et un aller-retour Paris/New-York (environ 12 000 km).



Découverte - Evasion

■ BONS PLANS TOURISME

Chic à l'hôtel

Week-end en mars. Le réseau Châteaux & Hôtels Collection renouvelle son opération promotionnelle Tous à l'hôtel permettant de séjourner en couple, le week-end du 10 au 13 mars, à moitié prix dans près d'une centaine d'adresses chics un peu

partout en France. La chambre standard est ainsi à 75,50 € au lieu de 151 € au Moulin d'Hauterive en Bourgogne ou encore à 132 € au lieu de 264 € au Château de Montvillargenne à Gouvieux-Chantilly en Picardie.
www.chateauxhotels.com.

Vacances Bleues : Des séjours dédiés aux séniors

 [redaction](#)  14/02/2016  [Laissez un commentaire](#)

Vacances Bleues c'est 140 destinations en France et dans le monde en 2015 et surtout près de 830 salariés dévoués au bonheur de ses 190 000 vacanciers de l'année 2015. Que ce soit dans des hôtels particuliers ou dans de grandes propriétés, il existe toujours un hôtel [Vacances Bleues](#) là où vous vous rendez. Et vous pourrez même y retrouver les collections d'arts privées de Vacances Bleues.



Mais c'est aussi ...

Des offres adaptées à tout âge, aux enfants et adultes, mais surtout aux séniors. Entre ami ou seul, vous serez regroupés autour d'un projet commun et vous aurez l'opportunité de faire connaissances avec des personnes partageant les même hobbies qui vous. Vacances Bleues organise des [vacances](#) avec différents programmes et thèmes très diversifiés. On retrouve des randonnées avec découvert de la faune et de la flore locale jusqu'à la maîtrise ou tango ou de nombreuses autres danses latines. Mais Vacances Bleues développe aussi des voyages solidaires avec Voyager Autrement.

Des séjours dédiés aux séniors

Les [vacances pour seniors](#) offrent une garantie 100% détente dans de nombreux centre thermal réputé depuis l'Antiquité. On retrouve entre autre un spa de plus de m² dans la villa de Marlioz. Les séniors profiteront d'offres adaptés avec des tarifs préférentiels pendant les périodes scolaires, des séjours en all inclusive que ce soit en France où à l'étranger. A l'étranger, en [escapade à Prague](#) ou en croisière sur le Danube, 3 garanties vous sont mises en avant. On retrouve le confort, la sécurité et un prix transparent.

Vacances Bleues garde au cœur de ses projet de favoriser l'échange et le lien en proposant des séjours de qualités correspondant aux envies de chacun car pour Vacances Bleues, vous devez oser penser à vous.

**Carnet d'adresses****Nos bonnes adresses**

Nos lecteurs trouveront ici l'adresse et les conditions d'acquisition des propositions diverses contenues dans ce numéro :

→ INFORMATIONS JURIDIQUES (pages 12-13)

« **Ma maison du troisième âge** » : prix 13,50 €. A commander auprès du Service juridique et social national de la FNACA : 37/39, rue des Gâtines, 75020 Paris (chèque à l'ordre du Service juridique et social national de la FNACA).

**→ VACANCES - LOISIRS 2016
(pages 21-22-23)****Page 21 : croisières fluviales avec CroisiEurope**

- **De Strasbourg à Amsterdam** : du 1^{er} au 6 avril : à partir de 609 €
- **De Paris à la côte fleurie** : du 13 au 20 avril : 849 €
- **Vallée du Rhin romantique** : du 25 au 30 avril : 760 €
- **De Porto vers l'Espagne** : du 25 juillet au 1^{er} août : 1 439 €
- **Combinés 3 fleuves**
- **Rhin - Moselle - Seine** : du 7 au 15 mai : 1 190 €
- **Seine - Loire - Gironde** : du 16 au 29 août : 2 675 €

Page 22 : Centre Familiaux de Vacances

*Prix par personne sur la base
de deux personnes par chambre*

- **Errota-Berria à Ascain (Pays Basque)**
- **Mini-séjours en février : 5 jours / 4 nuits**
Du 20 au 24 février : 284 €
Du 24 au 28 février : 284 €
- **Semaine de printemps** : du 12 au 19 mars : 499 €
- **Semaine Pascale** : du 26 mars au 2 avril : 519 €
- **Le Mont-Blanc à Flumet (Savoie)**
- **Semaine Pascale** : du 26 mars au 2 avril : 459 €
- **Semaine promo** : du 16 au 23 avril : 459 €

Page 22 : séjours en France

- **Escapade en Normandie** : du 18 au 23 avril : 590 €
- **La Grande-Motte** : du 4 au 11 juin : 730 €
- **Château de Montvillargenne à Chantilly** : du 15 au 18 juillet : 580 €
- **Grasse** : du 18 au 24 septembre : 750 €

Page 23 : croisières maritimes et circuits

- **Croisière à bord de la Belle de l'Adriatique** :
- **Croatie et Monténégro** : du 28 avril au 5 mai : 1 369 €
- **Croisières à bord du MS Berlin** :
- **Splendeurs ibériques** : du 14 au 21 mai : à partir de 1 470 €
- **Angleterre et Ecosse** : du 31 mai au 9 juin : à partir de 1 805 €
- **Italie** : du 30 septembre au 8 octobre : à partir de 1 423 €
- **Voyages et circuits en étoile** :
- **Séjour au Monténégro** : du 14 au 21 mai : 1 060 €
- **Séjour à Malte** : du 28 mai au 3 juin : 1 080 €
- **Corse** : du 11 au 18 juin : 1 480 €
- **La conquête de l'Ouest** : du 9 au 22 mai : 2 250 €
- **Norvège : splendeur des fjords** : du 15 au 22 juin : 1 615 €
- **Les trains panoramiques suisses** : du 12 au 15 septembre : 1 220 €
- **Québécois** : du 12 au 21 octobre : 1 860 €
- **« Au cœur de l'Indochine »** : du 24 novembre au 5 décembre : 1 695 €

→ LECTURE - LOISIRS (page 26-27)

- **L'amitié, ce soutien dans la tourmente - Pilote de Piper, Algérie 1956** (par Gilbert-Claude Toussaint). Prix : livre broché : 20,90 € ; ebook : 9,90 €. Disponible en librairie à la commande.
- **Histoires croisées des peuples de la Méditerranée. Mare Nostrum** (par Jacques Goudrot). Prix : 28 €. Disponible en librairie à la commande.
- **Fragile futur ou l'Homme devant son destin** (par André Girard). Prix : 12 €. Disponible en librairie à la commande.
- **Antenne chirurgicale 214. Correspondance d'un appelé infirmier-anesthésiste pendant la guerre d'Algérie 1957-1958** (par Jacques Girault). Prix : 16 € (+ 5 € de frais de port). À commander chez l'auteur : Jacques Girault, 230, rue du Clarensac, 34270 Saint-Mathieu-de-Trévières.
- **Un corse en mer. Royale, MarMar, Plaisance 1959-2011** (par Jean-Paul Jannin). Prix : 28 €. Disponible en librairie à la commande.
- **1954 - 1962 : Chroniques d'une drôle d'époque** (par Michel Sabourdy). Prix 39 € (port compris). A commander directement au journal L'Ancien d'Algérie : 37-39, rue des Gâtines, 75020 Paris.



2016 : l'année du changement pour Vacances Bleues



© DR

Nouveau positionnement, nouveau logo, nouvelle charte graphique sur le catalogue et les différents outils de communication, nouvelle accroche..., en ce début d'année 2016, Vacances Bleues ouvre une nouvelle page de son histoire.

Pour célébrer ses 45 ans en cette année 2016, le groupe Vacances Bleues s'est offert "un coup d'éclat" tout en affichant une nouvelle identité. Arrivé à la Présidence du groupe en septembre 2013, Nicolas Dechavanne avait annoncé son souhait de lancer une dynamique de développement en instaurant un "véritable travail de fond autour de la stratégie". Ainsi, Vacances Bleues a vu son parc hôtelier s'agrandir avec cinq nouvelles adresses : Les Jardins d'Arvor à Benodet, Les Alpes d'Azur à Serre-Chevalier, Les Jardins de Deauville entre Pont#L'Evêque et Deauville, le Château de Camiole à Callian, dans le Var, et tout récemment l'hôtel Belle Plagne à La Plagne. Le groupe Vacances Bleues a également travaillé autour d'une nouvelle offre avec des séjours à thèmes et des animations dans l'air du temps pour partir à l'assaut d'une nouvelle cible : les jeunes seniors et leur tribu.

Nouveau positionnement donc, mais aussi nouveau logo écrit en lettres vintage rappelant les Années Folles et la Belle Epoque, qui s'accompagne d'une nouvelle charte graphique, épurée et contemporaine, déclinée sur le catalogue et les différents outils de communication. Et une nouvelle accroche : "Oser s'écrit en bleu"..., une "invitation à l'évasion et au lâcher-prise", souligne le communiqué du groupe, fort de 140 destinations en France et à l'étranger. Le site internet a également fait peau neuve.

En 2015, le groupe Vacances Bleues a affiché un chiffre d'affaires de 70 millions d'euros réalisé sur son cœur de cible : l'hôtellerie. L'année 2015 a ainsi été marquée par une croissance de 5,5% sur la partie exploitation et une progression de 100% sur le chiffre d'affaires effectué à l'international. Sur ce dernier marché, Vacances Bleues a atteint 1,5 million d'euros avec la signature de plus de 30 nouveaux partenariats avec des tour-opérateurs européens. "Après une année 2015 chahutée sur les voyages à l'étranger, Vacances Bleues a retravaillé son offre et développé les ventes sur les marchés groupes et individuels", conclut le communiqué, ajoutant que l'objectif est aussi d'accroître de 10% les revenus des ventes via internet.

Pour en savoir plus :

<http://www.vacancesbleues.com>

www.mariefrance.fr
Pays : France
Dynamisme : 27



Page 1/2

[Visualiser l'article](#)

Couple : où partir pour la Saint Valentin ?

"Visuel indisponible"

Diaporama : <http://www.mariefrance.fr/saint-valentin/saint-valentin-top-des-destinations-en-france-237156-237156.html>

Photo 11/14

Château de [Montvillargenne](#), Chantilly
Le forfait Saint Valentin :

Di#ner Saint Valentin au [Vilargène](#)
Nuit en chambre double
Petit-déjeuner buffet
Coffret de chocolats

À partir de 419 euros pour 2 personnes le 13 février
À partir de 369 euros pour 2 personnes le 14 février

www.chateaudemontvillargenne.com

Photo 12/14

Château de [Montvillargenne](#), Chantilly
Menu Saint Valentin :

- Cocktail « Cupidon » et ses patiences
- Duo de foie gras de canard et sa gelée Mojito, tomate d'amour craquante
- Filet de bar poêlé, crème de petits pois au gingembre, bacon croustillant et perles de légumes
- Granité passionnément coco
- Canette laquée, sauce griottine, mousseline Madame Du Barry et pomme Anna
- Les amoureux « Fruits rouges et chocolat »
- Café et mignardises

www.chateaudemontvillargenne.com

Vous avez envie de prendre l'air et de pimenter votre Saint Valentin ? Direction les plus belles régions de France pour un séjour romantique inédit.

La Saint Valentin approche et vous n'avez encore rien organisé ? Pas de panique, il vous reste quelques jours pour programmer un week-end idyllique en amoureux.



Vacances Bleues poursuit son recentrage sur l'hôtellerie

Le groupe touristique, à la fois tour-opérateur et opérateur hôtelier, affiche des résultats en hausse pour 2015 à 84,1 M€ tirés par ses activités dans l'hôtellerie (70 M€, + 5,5 % sur un an).

L'Hôtel Belle Plagne a été racheté murs et fonds par Vacances Bleues pour 11 M€.

La stratégie de Vacances bleues lancée en 2013 par son président **Nicolas Dechavanne** montre aujourd'hui sa pertinence. En choisissant de se recentrer sur l'hôtellerie, ainsi que sur le segment de clientèle des 50 ans et plus, le groupe a réussi à finir l'année 2015 avec un résultat de 84,1 M€, en hausse de 5,5 % pour sa partie hôtelière (70 M€). Depuis trois ans, le groupe assure la montée en gamme de ses hôtels associée à une politique de services adaptés.

Dans le même temps, le groupe - qui a bénéficié de l'entrée de la Caisse des dépôts dans son capital en juillet 2014 - poursuit un développement très ciblé : *"Des établissements situés sur des emplacements premium, en bord de mer ou à la montagne"* explique son p.-d.g. En 2015, trois nouveaux sites ont rejoint Vacances bleues : à Deauville (Calvados), à Serre-Chevalier (Hautes-Alpes) et à Fayence (Var). *"Nous recherchons un développement équilibré,"* explique Nicolas Dechavanne. *"Ainsi, sur les trois derniers hôtels, seul celui de Deauville a été racheté murs et fonds, et sur les 26 établissements que nous exploitons, nous ne sommes propriétaires que de huit d'entre eux."* En 2016, le groupe entend poursuivre son développement. Le récent rachat murs et fonds d'un hôtel de 150 chambres à Belle Plagne (Savoie) pour 11 M€ devrait être suivi par deux autres projets cette année. *"Notre objectif est de faire entrer trois hôtels par an dans le réseau,"* explique le dirigeant.

De nouveaux outils sur internet

Vacances bleues poursuit également son effort de commercialisation à l'international avec la création d'un bureau spécifique et crée de nouveaux outils sur le web destinés à fidéliser ses clients et améliorer sa visibilité. *"Bien que le site internet ait été entièrement revu en 2015 avec plus de 300 000 € d'investissements, nous n'avons encore que 10 % de réservations directes,"* regrette Nicolas Dechavanne. L'enseigne compte s'appuyer sur les commentaires clients postés sur les réseaux sociaux, avec comme idée de faire de ses meilleurs clients des ambassadeurs.



Vacances Bleues, Classe Affaires devient Vacances Bleues Business

Le Groupe Vacances Bleues s'offre un lifting. Il adopte une nouvelle identité visuelle : logo, based line, catalogue et site Internet. Pour accompagner cette évolution du positionnement, sa branche de tourisme d'affaire, Classe Affaires devient Vacances Bleues Business.



Château de Montvillargenne

La marque de tourisme d'affaires de Vacances Bleues, Classe Affaires, créée en 2010, suit l'évolution opérée par le Groupe et devient Vacances Bleues Business. Le communiqué souligne que " *À travers cette marque spécialisée dans le tourisme d'affaires, l'incentive et la clientèle corporate, Vacances Bleues propose aux sociétés organisatrices d'événements des séjours où les temps de travail sont ponctués d'activités de loisirs. C'est cette partie loisirs, dont le Groupe est spécialiste, qui fait la force de la marque Vacances Bleues Business, car elle est un véritable moteur dans la cohésion d'une équipe*".

L'entreprise s'est positionnée principalement sur le marché des 3 étoiles. Elle privilégie les installations face à la mer ou en plein centre-ville. Tous ses établissements proposent des salles à la lumière du jour, des équipements sportifs et de loisirs, des espaces bien-être... Ils accueillent aussi bien la réunion de travail de 10 personnes au team building de 600 personnes, en passant par des activités de découvertes culturelles ou sportives, ainsi que des soirées à thèmes, dîners de gala...

Les sites Business de la marque

- Château de Montvillargenne – Hôtel – Chantilly (Oise) (seul hôtel 4 étoiles du catalogue)
- Belle Plagne – Hôtel – La Plagne 2100 (Savoie)
- La Villa du Lac – Hôtel & Résidence – Divonne-les-Bains (Ain)
- Le Château de Camiole – Résidence – Fayence (Var)
- Les Jardins de Deauville – Hôtel – Deauville (Calvados)
- Les Jardins de l'Atlantique – Club – Sables-d'Olonne (Vendée)
- Provinces Opéra – Hôtel – Paris Grands Boulevards (Paris rive droite)
- Villa Modigliani – Hôtel – Paris Montparnasse (Paris rive gauche)



ORBÉY Conseil municipal

Rendre le village attractif

Le conseil municipal d'Orbey s'est réuni le 1^{er} février sous la présidence du maire, Guy Jacquy.

LE MAIRE a tout d'abord présenté la nouvelle bibliothécaire à l'assemblée du conseil municipal et lui a souhaité la bienvenue. Valérie Génnerat est en poste à la bibliothèque municipale depuis début janvier, où elle a pris la succession de Christine Henry, partie à la retraite.

Après l'adoption du compte rendu de la réunion du 14 décembre, le débat des orientations budgétaires pour 2016 a été ouvert. Le maire a présenté les résultats 2015 et les projets majeurs pour l'année à venir. La réduction des dotations de l'État (-160 000 € depuis 2013) a dû être compensée par des économies de fonctionnement (un agent parti en retraite n'est pas remplacé) et par l'augmentation des taxes locales, ceci pour maintenir la capacité d'autofinancement des investissements. Les projets majeurs pour 2016 sont la réfection de la route de Remomont, l'aménagement en local associatif de l'ancienne école des Hautes Huttes, la destruction de la friche industrielle Hussor (prévue au printemps) et sa reconversion dont l'étude est en cours.

Un autre grand projet sera au centre des discussions : « Comment rendre plus attrac-

tif notre village ? Comment faire connaître notre territoire pour attirer des jeunes couples et redresser la courbe de vieillissement ? » Donner une impulsion politique et concevoir un marketing qui sache mettre en valeur ce qui existe déjà (les services à la population, les écoles, l'environnement, le tissu commercial et artisanal, l'offre culturelle, l'offre touristique, la vitalité des associations...) mais aussi définir les leviers pour agir et mettre en place des actifs concrets avec un financement adapté, sont les objectifs que s'est fixés le conseil municipal d'Orbey. Le maire demandera l'appui d'un chef de projet pour l'étude afin de mettre en place des axes de travail chiffrés.

Maintien de l'activité du Beau Site par VVF Vacances bleues jusqu'à 2028

Une bonne nouvelle a été la confirmation du maintien de l'activité du Beau Site par VVF Vacances bleues jusqu'à 2028 au moins. « Il faut aussi que les gens qui viennent en vacances trouvent des distractions intéressantes sur place. Nous n'avons pas de maisons à colombages multicolores, nos commerces ferment, il faut trouver autre chose et peut-être faire autrement ». L'adoption du budget 2016 fera l'objet de la prochaine réunion du conseil municipal. Les autres points prévus à l'or-

dre du jour ont tous été approuvés. Parmi eux, l'approbation de la modification des statuts de la communauté de communes pour la création de bornes de recharge pour véhicules électriques, la fixation de la rémunération des agents recenseurs, l'approbation de deux échanges de terrains, l'un au Surcenord avec l'association des Enfants du Champ de la Croix, l'autre avec un particulier au lieu-dit La Masure.

Nouveau règlement intérieur à la bibliothèque

Trois points ont été rajoutés à l'ordre du jour : le nouveau règlement intérieur de la bibliothèque, la nomination d'un estimateur de dégâts de grands cervidés pour la durée du bail de chasse, l'autorisation donnée au maire pour la signature des factures, (montants et destination) avant l'adoption du budget 2016. Ces trois points ont été approuvés à l'unanimité.

La commission culture a présenté la liste des programmes qui seront diffusés dans la presse. À noter la présentation de documentaires suivis d'un débat dans la salle du cinéma. Renseignements et dépliants sur les programmes sont disponibles à l'entrée du cinéma d'Orbey. ■

► La prochaine réunion du conseil municipal aura lieu le 7 mars.

Classe Affaires devient Vacances Bleues Business !

Publié le 05/02/2016

 Partager

 Tweeter

 J'aime



Nouveau positionnement, nouveau logo, nouvelle charte graphique déclinée sur le catalogue et les différents outils de communication et nouvelle accroche : « Oser s'écrit en bleu »... Pour célébrer ses 45 ans en 2016, le groupe Vacances Bleues s'offre un coup d'éclat et affiche une nouvelle identité. Il invite désormais ses clients à « Oser » et Vacances Bleues montre l'exemple en osant le changement !



La marque de tourisme d'affaires de Vacances Bleues, Classe Affaires, créée en 2010, suit l'évolution opérée par le Groupe et devient **Vacances Bleues Business**.

Le business associé aux loisirs

À travers cette marque spécialisée dans le tourisme d'affaires, l'incentive et la clientèle corporate, Vacances Bleues propose aux sociétés organisatrices d'événements des séjours où les temps de travail sont ponctués d'activités de loisirs. C'est cette partie loisirs, dont le Groupe est spécialiste, qui fait la force de la marque Vacances Bleues Business, car elle est un véritable moteur dans la cohésion d'une équipe.

Des sites stratégiques

Vacances Bleues Business, positionnée principalement sur le marché 3 étoiles* dispose de véritables atouts : implantation stratégique et exceptionnelle face à la mer ou en plein centre-ville, salles à la lumière du jour, équipements sportifs et de loisirs, espaces bien-être... Les équipements sportifs et ludiques de ses hôtels, comme la formation des équipes, permettent de couvrir un large champ allant de la réunion de travail de 10 personnes au team building de 600 personnes, en passant par des activités de découvertes culturelles ou sportives, ainsi que des soirées à thèmes, dîners de gala... Une offre complète pour répondre à toutes les demandes et allier harmonieusement travail et plaisir ; la garantie d'un séminaire réussi !

www.vacancesbleues.com



Le voyage solidaire : un retour aux fondamentaux pour les comités d'entreprises

Une autre façon de voyager

Rédigé par Michèle SANI

Le tourisme solidaire séduit de plus en plus les comités d'entreprises, qui cherchent à voyager davantage dans le respect des populations visitées, de leur culture, de leur environnement. Zoom sur 3 voyageurs solidaires qui font partir des groupes et des CE.



Sur leur stand commun au salon Agora CE, des acteurs du tourisme responsable et solidaire. A gauche, Damien Berel (Voyager Autrement), Stefan Buljat et Denis Skrabo Klapan membres de Bastina Voyages - DR : M.S.

Voyager dans le respect des populations visitées, de leur culture, de leur environnement et tenir compte de la réalité économique de leur quotidien est une démarche que semblent vouloir s'approprier les comités d'entreprises.

Un exemple probant observé au récent salon « Agora » des CE, organisé le 26 janvier 2016 à Paris : l'espace dédié au tourisme était essentiellement animé par des opérateurs du tourisme alternatif et solidaire.

En voici 3 exemples : **Voyager Autrement**, **Migrantours** et **Double Sens**, 3 opérateurs installés sur le marché, immatriculés avec garantie financière et RCP.

Voyager Autrement : « Certains CE subventionnent davantage les voyages solidaires »

« Les comités d'entreprises et les syndicats reviennent à leurs fondamentaux, aux valeurs de solidarité et de

partage qui caractérisent nos voyages.

Ils représentent 25% de notre chiffre d'affaires. Certains subventionnent davantage les voyages solidaires que les classiques. »

Damien Berel est responsable du développement de Voyager Autrement, une marque du groupe « Vacances Bleues » qui gère et exploite des hôtels de loisirs et des résidences locatives (84,1 M€ de CA consolidé en 2015).

Les voyages de ce TO s'effectuent dans de bonnes conditions : vols sur lignes régulières, groupes restreints, transports locaux en minibus, train et bateau.

L'hébergement privilégie les hôtels de charme et de bon confort. Le « plus », ce sont les temps de rencontres avec des acteurs locaux au rang desquels des associations, des ONG travaillant dans la santé, le micro crédit, l'éducation.

Cette démarche est complétée par un engagement financier qui aide à soutenir les projets locaux.

Les programmes sont destinés à des voyageurs qui disposent de beaucoup de temps.

Pour les groupes ponctuels et notamment les CE, le voyageur conçoit des voyages sur-mesure plus courts, moins onéreux.

Il s'adresse aussi aux adolescents (12 à 18 ans). « Des responsables de CE considèrent que les voyages de découvertes et de rencontres dans des pays en développement ou émergents sont un vrai projet éducatif ».

Du Sénégal à Madagascar, de la Roumanie au Guatemala, de Cuba au Bouthan, Voyager Autrement s'ouvre au monde entier. Les 5 destinations phares sont le Vietnam (28%), le Cambodge (18%) suivis par le Népal, l'Inde et le Pérou.

Migrantours : des balades urbaines avec les habitants venus d'ailleurs





Pour la Saint-Valentin, offrez-vous un voyage en amoureux... A 35 minutes de Paris

Nature luxuriante, promenades romantiques, paysages magnifiques et réjouissances gastronomiques, signent une Saint-Valentin placée sous le signe du plaisir, à seulement quelques kilomètres de Paris. Rendez-vous à Chantilly, dans l'Oise, pour un moment d'évasion durant lequel rimeront détente et découverte.

Au **Château de La Tour**, le chef Cédric Boissart signe un menu de Saint-Valentin tout en saveurs subtiles. Le turbot s'accompagne de légumes du Sud sur un lit croquant de parmesan et de mesclun, le Suprême de caille farci au foie-gras en feuilleté se rehausse d'une réduction de porto et purée de panai, et pour la touche sucrée, la ganache au chocolat rencontre l'orange sanguine pour un dessert tout en contraste.



Au **Tiara Château Hôtel Mont Royal**, Benoist Rambaud, chef du restaurant l'Opéra, joue la carte de la sobriété et de l'authenticité. Foie gras et sa gelée de framboises et ses reinettes pomme d'amour ou Saint Jacques et leur douceur de céleri en entrée, Cœur de filet de bœuf charolais en brioche ou Blanc de turbot cuit au bouillon d'épices doux en plat principal, la gastronomie française est à l'honneur.



Enfin, au **Château de Montvillargenne**, l'équipe du restaurant le Vilargène imagine une carte sous le signe de la passion : Duo de foie gras de canard et sa gelée Mojito, Filet de bar poêlé, crème de petits pois au gingembre, bacon croustillant et perles de légumes, granité passionnément coco ou encore Canette laquée et sa sauce griottine. Une Saint Valentin piquante à souhait !

www.abc-luxe.com
Pays : France
Dynamisme : 14



Page 2/2

[Visualiser l'article](#)



Pour prolonger l'expérience, les trois établissements proposent des formules Saint-Valentin qui devraient séduire votre moitié. Dîner, nuit dans l'une des superbes chambres du Château de la Tour, du Tiara Château Hôtel Mont Royal ou du Château de Montvillargenne, petit déjeuner et surprise romantique sont au programme, pour une fête des amoureux qui promet d'être inoubliable.

Menu Saint-Valentin à partir de 99 €/ personne.

Séjour romantique à partir de 155 €/personne.

www.lechateaudelatour.fr

Forfait Saint-Valentin au Tiara Château Hôtel Mont Royal.

À partir de 519 € pour 2 personnes.

www.montroyal-chantilly.tiara-hotels.com

Forfait Saint-Valentin au Château de Montvillargenne.

À partir de 419 € pour 2 personnes.

www.chateaudemontvillargenne.com

La Ville de Dax lance la vente. Amateurs d'art-déco, à vous de lever la main...



Offrez-vous du mobilier de l'hôtel Splendid !

2017, c'est encore loin, et pourtant, quand il s'agit de la réouverture d'un lieu aussi prestigieux que l'hôtel Splendid de **Dax**, mieux vaut s'y prendre à l'avance. Pour l'instant, le plan est parfaitement respecté.

Ainsi, comme annoncé, depuis le 15 janvier, le déménagement de tout le mobilier de l'hôtel a eu lieu ainsi que la vente de tout ce que Vacances Bleues ne souhaitait pas conserver ou restaurer. Depuis la fin du mois, le curage de l'établissement a commencé, sous l'intervention d'une entreprise agréée par les Monuments Historiques.

Ce qu'il faut savoir...



EDF Commerce Méditerranée : plus de 1000T d'émissions de CO2 évitées



Photo archives Patrick Nosetto

Dans le cadre du Réseau pour la Performance Energétique, EDF Commerce Méditerranée a réuni, il y a trois ans, onze entreprises (Leclerc de Hyères, Up Sud, ARI, Caisse d'Epargne, Crédit Agricole Alpes Provence, CAF des Bouches-du-Rhône, Société Paul Ricard, SA Villages Clubs du Soleil, [Vacances Bleues](#), Bonnans SA, Groupe Canavèse) qui se sont engagées à diminuer leur consommation et leurs émissions de gaz à effet de serre. A l'heure du bilan, l'objectif initial de 6 % de réduction des émissions a été dépassé : 1069 tonnes équivalents de CO₂ ont été économisées sur les sites de ces entreprises, ce qui représente 6,86 % de leurs émissions. Pour arriver à ce résultat, les onze entreprises se sont réunies tout au long de ces trois années avec un expert en efficacité énergétique d'EDF et ont partagé leurs expériences et bonnes pratiques mises en œuvre sur leurs sites.

"La réussite du RPE Provence témoigne de l'efficacité de ce dispositif. Grâce au travail réalisé par ses membres et par l'expert en efficacité énergétique d'EDF Entreprises, l'économie de gaz à effet de serre réalisée représente une économie équivalente à la consommation d'une petite voiture citadine qui envisagerait de faire 165 fois le tour de la Terre !", assure Bruno Keramsi, Manager Commercial Grandes Entreprises chez EDF Commerce Méditerranée. Une satisfaction partagée par l'ensemble des entreprises qui témoignent, grâce au RPE, de leur engagement concret en faveur de la maîtrise de la demande énergétique, tout en pérennisant leur compétitivité. Pour rappel, une tonne de CO₂ équivaut à 6200 km réalisés avec une voiture de petite cylindrée, 5300 km réalisés avec un 4 x 4 neuf et un aller-retour Paris/New York (environ 12 000 km).

Articles sur le marché & l'actualité du tourisme

Donatello est de retour après un an d'absence



PRODUCTION | ENTREPRISES | TRAVEL LAB / KUONI FRANCE | ITALIE | DONATELLO | EMMANUEL FOIRY | Le 01 février 2016 à 09h 45
par Pascale Filiâtre

FACEBOOK

TWITTER

LINKEDIN

EMAIL



La nouvelle brochure parle sur l'élégance.

Lundi 1er février est le D-Day pour Donatello, qui reprend son activité avec le lancement de sa brochure et l'ouverture de sa réservation dédiée au sein de Kuoni/Travel Lab.

Une brochure de 136 pages, un nouveau logo, une équipe de réservation en propre... C'est reparti pour Donatello. Après plus d'un an d'absence, le spécialiste de l'Italie, liquidé en février 2015 et repris en avril de la même année par [Kuoni/Travel Lab](#), revient en force et en BtoB.

L'Italie, rien que l'Italie

Fidèle aux "valeurs immuables" de la marque, le groupe Kuoni a bien fait les choses, continuant à parier sur un positionnement qualitatif. "Pendant près d'un demi-siècle, son fondateur a su donner à cette marque, une âme, une élégance, un savoir-faire qui font l'unanimité et ont porté cette entreprise au firmament du tourisme français", écrit [Emmanuel Foiry](#), président de Kuoni/Travel Lab, en ouverture du catalogue, rendant hommage à Antonio D'Apote.

La brochure à la couverture très épurée, qui mêle dans ses pages intérieures croquis et splendides photos, s'inscrit dans cette continuité tout en renouvelant la programmation.

Des incontournables et du dynamique

En cours de distribution auprès de 2 700 agences, et ouvert à la réservation par téléphone et via [pro.kuoni.fr](#) (avec son nouvel outil de

package dynamique Dynamic, inauguré la semaine dernière), le nouveau Donatello, dédié tout entier à l'Italie, présente entre autres sept circuits accompagnés reprenant les "incontournables" du Donatello d'origine (Parthénope, Trinacria...), mais aussi des circuits au volant, une offre d'hôtels pointue, des séjours sur le littoral ainsi qu'en Sicile et en Sardaigne.

"Le catalogue met en valeur la sélection et les coups de cœur Donatello, mais grâce à notre outil technologique Dynamik, nous disposons de l'offre la plus riche possible sur l'Italie", tient à préciser [Matthieu Mariotti](#), le patron de la marque Emotion, également en charge de la production Donatello.

Un lancement festif

Le 9 février prochain, Donatello mettra "les petits plats" dans les "grands plats". Après une conférence de presse détaillant les points forts de la production, plus de 150 agents de voyages participeront à une soirée de lancement, dans les salons Vénitiens des Pavillons de Bercy.

Au cours de cette soirée, un grand challenge de vente sera annoncé et plus de 150 lots dont un scooter Vespa et des voyages seront offerts.

Sur le même sujet

[Donatello sera de retour en février 2016](#)

[Dossier de l'été 2015 : que sont devenus actifs et acteurs de Donatello ?](#)

[Kuoni/Travel Lab relancera vite Donatello](#)

[Cession de Donatello : les salariés crient au coup monté](#)

[Pourquoi Donatello hésite entre BtoB et BtoC](#)

Infographie : le top 10 des sites de voyage



E-TOURISME | SNCF | VOYAGES-SNCF | TECHNOLOGIE | INTERNET | ETUDE | INSTITUTIONNEL | FEVAD | MOBILE | MARC LOLIVIER | MÉDIAMÉTRIE | Le 01 février 2016 à 12h 33 par Linda Lainé

FACEBOOK

TWITTER

LINKEDIN

EMAIL

Voyages-sncf.com

Booking.com



Découvrez le palmarès des principaux sites marchands de voyage et l'évolution de leur audience sur une année, selon Médiamétrie//NetRatings.

Le top 10 des sites de tourisme les plus visités en France au quatrième trimestre 2015 a récemment été dévoilé, lors de la conférence de la Fédération des entreprises de vente à distance (Fevad). Il s'agit du palmarès réalisé par Médiamétrie//NetRatings en termes d'audience, parmi les marchands ou assimilés, puisque Vente-privée Voyages est pris en compte.

Le podium reste inchangé au 4^{ème} trimestre 2015, versus le 4^{ème} trimestre 2014.

Sur le même sujet

[Le top 10 des sites de tourisme](#)

[Qu'achèteront les internautes en 2016 ?](#)

[E-tourisme : les tendances à l'horizon 2017](#)

[Les 9èmes Enjeux E-tourisme en images](#)

[Booking.com affiche un milliard d'utilisateurs](#)

Première conclusion : avec **Voyages-sncf.com**, **Booking** et **Air France** sur les trois premières marches, le podium reste identique, depuis un an. Le spécialiste des ventes flash **Vente-privée Voyages** se glisse juste derrière, et dame ainsi le pion au site de covoiturage Blablacar.

Voyages-sncf.com perd un million de VU

Le premier grand changement concerne la deuxième partie du classement réalisé au regard du nombre moyen de visiteurs uniques : absent du top 10 lors du 4^{ème} trimestre 2014, le spécialiste de la location d'hébergements entre particuliers **Airbnb** se positionne à la 6^{ème} place, que détenait un an plus tôt EasyJet. La compagnie low cost bascule au 8^{ème} rang, qu'occupait fin 2014 **Opodo**, passé à l'as. Edreams est le seul site de la galaxie Odigeo qui réponde présent,

en queue de peloton. Voyage Privé garde son 7^{ème} rang, AccorHotels son 9^{ème}.

In fine, plus de 12 millions d'internautes (25,7%) ont consulté, chaque mois, au moins un des sites du top 10. C'est moins qu'un an plus tôt (27,7%). La plupart des web ont d'ailleurs vu leur trafic diminuer, en glissement annuel. Voyages-sncf.com a ainsi "perdu" un million de visiteurs uniques par mois (à 5,828 millions, sur les seuls ordinateurs). Mais cette diminution de l'audience mesurée depuis les ordinateurs, au profit des tablettes et smartphones, n'engendre pas fatalement un recul des ventes. Tout dépend de l'évolution, dans le même temps, du taux de conversion.

Destinations de vacances : les tops et les flops

🏠 > **ECONOMIE** > **ENTREPRISES** Par  Mathilde Visseyrias | Mis à jour le 06/02/2016 à 09:01 | Publié le 05/02/2016 à 18:38

LE FIGARO PREMIUM

1 mois d'essai offert
sans engagement

LES AUTEURS 

SUR LE MÊME SUJET 

RÉAGIR (38) 

PARTAGER 



IMPRIMER 



On ne choisit pas ses vacances en 2016 comme on le faisait il y a quelques mois. Découvrez vos coups de coeur et les lieux dont vous vous détournez.

LES FLOPS

TUNISIE. La destination, qui était historiquement la destination préférée des Français l'été, attire 5 fois moins qu'avant le printemps arabe. Le nombre de voyageurs français a chuté de 52% en 2014-2015 (du 1er novembre 2014 et fin octobre). 2015 a été noire, avec les attentats terroristes meurtriers contre le musée du Bardo, un hôtel de Sousse et un bus de la garde présidentielle, en mars, juin et novembre. Un couvre-feu décrété le 22 janvier sur l'ensemble du territoire tunisien, interdit désormais tout déplacement de 22h à 5h du matin.

MAROC. Le dernier attentat dans le pays remonte à 2011, sur la place Jemâa El-Fna de Marrakech. Pourtant, depuis le printemps arabe, les tour-opérateurs français ont perdu la moitié de leur trafic vers le pays. Ne serait-ce qu'en 2014-2015 (à fin octobre), ils ont fait voyager 30% de clients en moins qu'en 2013-2014. Cependant, les entrées de Français à la frontière sont presque stables depuis 5 ans. En effet, ils sont de plus en plus à venir au Maroc sans faire appel à un tour opérateur.

EGYPTE. Le pays, qui était avec la Tunisie et le Maroc une destination phare, n'attire pratiquement plus de Français. Depuis le printemps arabe, les ventes de voyages (vol+hôtel) ont été divisées par 20. Le tourisme culturel du Nil et dans une moindre mesure, sur la Mer rouge, n'arrive pas à repartir. Seuls quelques tour-opérateurs très pointus (plongée, culture) ont encore des clients.

TURQUIE. Le nombre de voyageurs français a chuté de 39% en 2014-2015 (à fin octobre). L'attentat commis le 12 janvier 2016, à Istanbul, dans le quartier touristique de Sultanahmet, près de Sainte-Sophie et de la Mosquée bleue, a plombé le tourisme.

JORDANIE. Les ventes vers la destination, qui attirait surtout un tourisme culturel à Petra, ont été divisées par dix en 5 ans.

LES TOPS

ESPAGNE. Le pays et ses îles (Canaries, Baléares) sont en plein boom. Ils sont devenus la première destination de voyages des Français, depuis le printemps arabe. En 5 ans, les ventes de voyages (vol+hôtel) ont doublé depuis 2009-2010. Pour la 3ème année consécutive, le pays a battu un record de fréquentation en 215, en accueillant 68 millions de touristes internationaux (Britanniques et Français en tête).

GRECE. Depuis le printemps arabe, la destination gagne des clients. Malgré la crise économique qu'a traversée le pays, les tour-opérateurs ont fait voyager 21% de clients en 2014-2015 (par rapport à 2013-2014), vers la Grèce continentale.

FRANCE. L'insécurité de nombreux pays à quelques heures d'avions de l'Hexagone, incite les Français à davantage rester chez eux. L'été 2015 a été record, en terme de fréquentation, notamment grâce aux... Français.

Source. SETO, Association qui regroupe les principaux tour-opérateurs français. Les chiffres correspondent au nombre de ventes de voyages à forfait (vol+hôtel).

HÉBERGEMENT

L'hôtellerie française devrait reprendre des couleurs en 2016



Les hôtels luxe et haut de gamme de Cannes ont vu leur RevPar progresser de 15,3% en 2015.

Le secteur devrait bénéficier d'un contexte favorable avec notamment un prix du pétrole bas et l'Euro 2016. Au global, le RevPAR devrait connaître une progression entre 1,1% et 2,1% selon la dernière étude Deloitte In Extenso. Après une année 2015 "compliquée"...

On s'en doutait, l'hôtellerie française a connu une année 2015 marquée par une baisse de fréquentation après les attentats de janvier (Charlie Hebdo, Hyper Cacher). Cette baisse a été "de 3% à 6%" confirme le cabinet Deloitte In Extenso dans sa 18e édition des tendances annuelles de l'hôtellerie.

▪ Flambée des prix des chambres d'hôtels dans les villes hôte de l'Euro 2016

03 Décembre 2015

[SUR LE MÊME SUJET](#)

Au global, la deuxième série d'attentats a fait plonger les taux d'occupation de -10,9% à -14,6% en novembre, selon les catégories et jusqu'à -24,3% en décembre.

2015, année compliquée

Sur l'année, seule l'hôtellerie haut de gamme a vu son occupation progresser (+2,6%, RevPar en hausse de 1,7%), notamment grâce aux performances de la Côte d'Azur. A Cannes, par exemple, les établissements luxe et le haut de gamme ont enregistré une hausse de 15,3% de leur RevPar par rapport à 2014. Si Grand Luxe et Milieu de gamme se sont maintenus par rapport à 2014, le super-économique est en retrait (-1% de RevPar).

A Paris, les hôteliers auront eu un exercice 2015 "compliqué". Avec un Revpar en recul de 5,5% pour le milieu de gamme et de 3,1% pour l'économique. Tandis qu'en régions, météo, calendrier scolaire et événements en nombre ont contribué à "un bilan positif à la fin de l'année", avec toujours les meilleures performances pour les catégories supérieures.

Optimisme sur la croissance pour 2016

Sans surprise, l'hôtellerie haut de gamme devrait encore progresser en 2016. Dans ses projections pour l'année, le cabinet Deloitte In Extenso est optimiste. Tout en rappelant l'enjeu que constitue *"la sécurité du pays et le retour à une situation apaisée"*, il pronostique une progression du RevPar *"entre 1,1% et 2,1%"*, portée par un prix du pétrole bas et le championnat d'Europe de football qui se déroulera en France, du 10 juin au 10 juillet 2016.

Dans le détail, on devrait observer en 2016 un retour de la croissance entre 1,4% et 2,4% pour l'hôtellerie de luxe, entre 2% et 3% sur le milieu de gamme. Plus modestement, la croissance devrait se situer entre 0,9% et 1,9% sur l'économique et entre 0,2% et 1,2% sur le super-économique. Sur le haut de gamme, la reprise se consoliderait, de +1,7% à +2,7%.

Les nouveaux leviers de développement

"Les offres issues de l'économie collaborative, Airbnb en tête, focalisent nombre d'interrogations et de craintes", analyse Joanne Dreyfus, associée Tourisme, Hôtellerie, Restauration chez Deloitte. L'industrie hôtelière doit *"adapter son produit, voire son modèle économique"*.

Pour cela, le cabinet distingue 4 directions "innovantes et créatives":

- **transformation digitale** à marche forcée (proximité avec le client, opportunités d'alliances, amélioration de la connaissance client par exploitation des data).
- dimension vertueuse du **développement durable** (économies en eau et énergie, attractivité).
- **jeunes talents** (donner du sens, gestion plus dynamique des carrières)
- **crowdfunding** (nouveaux financements, défiscalisation des particuliers investisseurs).

Best Western poursuit sa montée en gamme

La chaîne hôtelière accueille deux nouvelles enseignes et renforce la qualité de ses standards pour atteindre l'objectif de 70% d'hôtels 4 étoiles en 2019 contre 58% actuellement.

Share icons: YouTube, Facebook, Twitter, LinkedIn, Email, Print, RSS, etc.

Réagissez

AJOUTER À MES DOSSIERS

3 réaction(s)
Voir toutes les réactions



Quentin Vandevyver et Olivier Cohn, respectivement Président et directeur général de Best Western France, ce matin à Paris. ©C.Perronnet

Lire aussi :

Best Western ouvre son 14e hôtel en Indonésie
(21/09/2015)

Best Western s'installe à Kagoshima au Japon
(18/06/2015)

Le Best Western Premier Opéra Faubourg se métamorphose (diaporama)
(21/04/2015)

Ouverture du premier établissement Best Western à Jakarta
(13/04/2015)

Best Western publie des résultats annuels à la hausse
(11/02/2015)

Best Western va vendre ses hôtels sur Expedia
(09/01/2015)

Expedia et Best Western signent un partenariat mondial
(11/12/2014)

Best Western s'implante au Sri Lanka
(04/07/2014)

Best Western France : les réservations sur mobiles ont progressé de 68% sur un an
(04/03/2014)

Best Western France ne ralentit pas le rythme. La chaîne hôtelière, qui compte 294 établissements dans l'Hexagone allant du 3 au 5 étoiles, se rebaptise Best Western Hotels & Resorts et change l'identité visuelle de sa marque et de ses enseignes Best Western, Best Western Plus et Best Western Premier. Elle en accueille également deux nouvelles : Vib (pour Vibrant) et BW Premier Collection.

"Le groupe est suffisamment confiant dans la qualité de ses produits pour explorer de nouveaux territoires de marque", indique Olivier Cohn, directeur général de Best Western France. La première surfe sur le concept très à la mode des boutique-hôtels 4 étoiles modernes avec de grands espaces communs favorisant les échanges et disposant d'environ 80 chambres. 15 projets ont déjà été identifiés aux Etats-Unis et quatre en France. La seconde s'apparente au style des hôtel MGallery du groupe AccorHotels qui font la part belle au patrimoine et à l'unicité. Les deux premiers établissements sont situés à Rennes et à Strasbourg.

150 millions d'euros investis dans la décoration

Le groupe s'appuie également sur deux autres leviers pour renforcer l'expérience et la satisfaction client : la qualité du produit et celle de l'accueil.

En 2015, Best Western a terminé l'audit qui portait sur la décoration de l'ensemble des hôtels. *"150 millions d'euros ont été investis ces trois dernières années. 7% des hôtels sont encore dans le rouge",* précise le DG.

En 2016, la chaîne va s'attaquer au renforcement de la qualité du Wifi et du petit-déjeuner et mettre à disposition des équipes de réception des plans de formation portant sur l'accueil tout en poursuivant le déploiement du service d'e-conciergerie lancé l'an dernier.

Ces projets interviennent après une année 2015 en demi-teinte en termes de résultats. Le chiffre d'affaires centralisé a atteint 53 millions d'euros, en hausse de 17,4%, alors que le taux d'occupation (65%), le prix moyen (107 euros) et le RevPar (70 euros) sont restés stables. *"Les attentats de Paris du 13 novembre ont impacté les résultats de manière extrêmement forte. A fin octobre, le RevPar affichait une hausse de 5%",* souligne Olivier Cohn, qui prévoit *"un premier trimestre 2016 difficile"*.

Céline Perronnet

Hôtellerie : Hilton détrône IHG et se scinde en trois

CHRISTOPHE PALIERSE / JOURNALISTE | LE 26/02 À 19:17, MIS À JOUR À 19:42



L'Américain Hilton Worldwide Holdings a détrôné le Britannique InterContinental Hotels Group (IHG) en tant que numéro un mondial du secteur - LightRocket via Getty Images

Le groupe américain est le nouveau numéro un mondial de son secteur en nombre de chambres sous enseignes, dépassant le Britannique InterContinental Hotels Group. Hilton va mettre en Bourse une partie de son immobilier et ses résidences en multipropriété.

C'est un autre moment clé pour l'hôtellerie à l'heure où sa consolidation bât son plein. L'Américain Hilton Worldwide Holdings a détrôné le Britannique InterContinental Hotels Group (IHG) en tant que numéro un mondial du secteur en nombre de chambres sous enseignes. Et Hilton est d'autant plus à un tournant qu'il s'achemine vers une **scission**.

À l'occasion de la publication de ses résultats annuels, on a ainsi appris ce vendredi que l'Américain comptait 758.502 chambres sous enseignes pour 4.610 établissements à la fin 2015, à comparer à 744.368 chambres pour IHG avec 5.032 hôtels. Hilton est même plus gros que le Britannique si on isole son pôle résidences en multipropriété, Hilton Grand Vacations, soit 7152 chambres pour 45 résidences exploitées avec un **mandat de gestion**.

Ceci étant, Hilton reste à distance du mastodonte américain que s'apprête à être Marriott International avec l'absorption annoncée de Starwood Hotels & Resorts Worldwide (l'opération devrait être finalisée à la mi-2016). Le nouvel ensemble casse la barre symbolique du million de chambres. Ceci étant, Hilton pourrait à son tour bouger alors que son projet de scission, éventé en décembre, se précise.

TOURISME - TRANSPORT



MISFO : l'énigme toujours insoluble pour les enquêteurs



« Cet exercice comptable ne doit pas masquer la réalité des performances économiques du groupe SNCF »



CMA CGM bascule ses porte-conteneurs géants sur le Pacifique

ARTICLES LES PLUS LUS

1. Du changement dans les avis d'imposition
2. Migrants : combien coûte un camp comme celui de Grande-Synthe
3. Grève dans les transports : le trafic des trains fortement...
4. La SNCF passe 12 milliards de dépréciations dans ses...

INSCRIVEZ-VOUS

NEWSLETTER
INDUSTRIE ET
SERVICES

Votre email

LES ARTICLES ASSOCIÉS

Défilé par Marriott, InterContinental soigne ses actionnaires

L'américain Hilton prépare sa scission

Marriott devient le numéro un mondial de l'hôtellerie

FOCUS

Blackstone

Starwood Hotels
& Resorts
Worldwide

Introduction en
bourse

Hôtellerie

Car la firme a annoncé ce vendredi sa division en trois parties distinctes avec la création, qui serait effective à la fin de l'année, de deux sociétés cotées en Bourse, l'une reprenant une partie de son immobilier, l'autre abritant Hilton Grand Vacations. Pour ce faire, Hilton prévoit une distribution de titres des nouvelles sociétés à ses actionnaires.

La future foncière, qui serait l'une des plus grosses aux Etats-Unis, doit regrouper environ 70 hôtels représentant 35.000 chambres, a indiqué Hilton. A titre de comparaison, son parc en détention ou location réunissait 146 établissements, soit 59.463 chambres, fin 2015. Un ensemble valorisé à plus de 10 milliards de dollars par les analystes.

Blackstone, qui détient encore 45 % de Hilton, peut se frotter les mains. D'autant que son profit net part du groupe a été multiplié par deux en 2015, à 1,4 milliard de dollars, soit une marge nette de 12,4 %...

Christophe Pallierse

@cpallierse [Suivre](#)

L'hôtellerie familiale se regroupe pour ne pas disparaître

STANISLAS DU GUERNY / CORRESPONDANT À RENNES | LE 29/02 À 07:00



En France, 80 % des hôtels sont contrôlés par des familles. - Photo Shutterstock

1 / 2

Selon KPMG, les réseaux d'indépendants s'en sortent malgré les plates-formes de location entre particuliers. Les groupes familiaux régionaux investissent, quand les établissements isolés s'enfoncent dans la crise.

Si les attentats ont pesé sur les chiffres d'affaires des hôteliers, le cabinet Deloitte In Extenso mise sur une progression moyenne de 1,1 à 2,1 % du **chiffre d'affaires** des hôtels en 2016. « 80 % d'entre eux sont contrôlés par des familles », indique Stéphane Botz, le responsable des activités hôtelières au sein de KPMG. Elles doivent s'adapter à la concurrence des plates-formes comme Airbnb, investir pour respecter les normes d'accessibilité voulues par l'Europe et surmonter la concurrence des chaînes. Selon le récent rapport du cabinet Coach Omnium, plus de 1.700 hôtels ont baissé le rideau depuis 2010, alors que 6 hôteliers sur 10 en France chercheraient à vendre leur affaire pour prendre leur retraite ou changer d'activité, car ils n'ont pas nécessairement les moyens notamment de se mettre aux normes européennes exigées pour faciliter l'accès des personnes handicapées.

Marques propres

Les professionnels indépendants qui s'en sortent adhèrent à un réseau, une marque collective comme Best Western ou Logis de France. Toujours selon Coach Omnium, 48 % des hôteliers sont encore absents de ce type de regroupement. Stéphane Botz le dit sans détour : « Les isolés auront beaucoup de mal à tenir, à moins d'être situés à deux pas d'un lieu stratégique dans une grande ville, comme une gare ou un aéroport. » Beaucoup d'entre eux se rapprochent des structures internationales de réservation. « Ils se contentent d'adhérer à des plateformes comme Expedia et Booking.com, moyennant une commission prélevée de 17 %, ce qui leur génère du flux, mais permet rarement de fidéliser une clientèle », indique Jean-Marc Banquet d'Orx, le président

PME & RÉGIONS



Trois groupes familiaux en plein essor

La grague monte dans les départements et les communes sur la taxe de séjour



OGF cache Atrium

ARTICLES LES PLUS LUS

1. Du changement dans les avis d'imposition
2. Migrants : combien coûte un camp comme celui de Grande-Synthe
3. Grève dans les transports : le trafic des trains fortement...
4. La SNCF passe 12 milliards de dépréciations dans ses...

LES ARTICLES ASSOCIÉS

Les 4 étoiles d'affaires Okla disent merci au digital

AccorHotels et Booking changent la donne dans le voyage d'affaires

AccorHotels prêt à ferrailer avec Booking et autres Expedia

FOCUS

Groupe Caisse des dépôts

Bpifrance

Hôtellerie

Olivier Devys

Jean-Marc Banquet

françien du syndicat professionnel Umih. De plus, ces plateformes « *détiennent les informations sur les clients, or la richesse d'un hôtel, c'est son fichier de fréquentation* », indique un professionnel. L'avenir de l'hôtellerie familiale passe par des marques propres, dont les plus prometteuses sont accompagnées par des financiers. Bpifrance vient de prendre une participation dans New Nomads, une société lyonnaise qui développe un concept d'auberge de jeunesse nouvelle génération. Un premier site a été ouvert à Lyon sous le nom de « *Sto Living Hostel* », un second sera inauguré en juin. Puis l'enseigne va s'installer à Paris dans le 20^e arrondissement. L'objectif est d'atteindre les 500 lits. Ex-dirigeant du groupe Accor, Olivier Devys a pris son indépendance pour créer, il y a deux ans, l'enseigne Ekko. Les premiers hôtels de catégorie 4 étoiles, au design moderne, sont situés à Nantes, Lyon et Grenoble. Le dirigeant a prévu d'autres créations à Cannes, Rueil-Malmaison et Bayonne.

En Bretagne, la famille Madoré, composée d'industriels de la métallurgie, a créé il y a plus de vingt ans l'enseigne Brit Hôtel, initialement prévue uniquement pour des implantations bretonnes. Le réseau compte 103 établissements de catégorie 2 et 3 étoiles, dont 18 succursales, tous les autres étant composés d'indépendants exerçant un peu partout en France. Tenus d'afficher l'enseigne Brit Hôtel, ils bénéficient de la centrale de réservation du groupe, de la publicité sur la marque, mais aussi de conditions d'achat groupé pour leurs approvisionnements et d'une stratégie commerciale maison. Pour aider les PME de l'hôtellerie à se développer, bpifrance et la Caisse des Dépôts, mandatés par l'Etat pour maintenir le poids des familles dans l'hôtellerie, viennent d'augmenter le plafond des prêts accordés, qui passe de 300.000 à 400.000 euros sans aucune prise de garantie sur le bien ni sur l'investisseur. ●

Stanislas du Guerny, Les Echos

Correspondant à Rennes

Six mois après la loi Macron, 1,5 million de voyages par autocar

LIONEL STEINMANN / JOURNALISTE | LE 01/03 À 07:00



Plus de 200 lignes existantes cet hiver ont été recensées. - Photo Hamilton/Réa

ENTREPRISE & MARCHÉS

La ministre de la Culture assouplit les règles des films interdits aux moins de 16 ans

Protection des investisseurs : Bruxelles gagne une manche

ARTICLES LES PLUS LUS

1. Du changement dans les avis d'imposition
2. Migrants : combien coûte un camp comme celui de Grande-Synthe
3. Grève dans les transports : le trafic des trains fortement...
4. La SNCF passe 12 milliards de dépréciations dans ses...

Selon France Stratégie, la libéralisation du secteur aurait permis la création de 1.300 emplois directs.

Le marché du transport longue distance par autocar, libéralisé l'an dernier dans le cadre de la loi Macron, prend de l'ampleur. Selon un bilan dressé par France Stratégie six mois après la promulgation de la loi, « 1.300 emplois directs auraient été créés », un chiffre obtenu à partir des données transmises par les compagnies d'autocar. Toujours selon la même source, environ 1,5 million de passagers a été transporté. Ce qui représente, précise l'agence gouvernementale, un peu moins de 2 % du nombre de passagers grandes lignes de la SNCF dans le même laps de temps.

Le ferroviaire n'est menacé que partiellement, estiment les auteurs de l'étude : « Compte tenu des prix et des durées de trajet observées, les autocars paraissent davantage en concurrence avec le covoiturage ou la voiture personnelle. » Selon leurs calculs, effectués sur un échantillon de 11 trajets, le prix moyen d'un déplacement en bus (4,5 centimes au kilomètre) « est presque toujours inférieur au covoiturage », qui affiche, quant à lui, un prix moyen de 6 centimes au kilomètre. Une politique délibérée des opérateurs de ce nouveau marché, qui n'ont jamais caché leur volonté de capter une partie de la clientèle de BlaBlaCar.

Une concurrence pour les TER

Le train longue distance apparaît nettement plus cher (10 centimes par kilomètre dans le meilleur des cas), mais avec un temps de parcours bien plus réduit. Sur les dessertes de moins de 100 kilomètres, par contre, les temps de trajets et les prix des trains régionaux (TER) omnibus et des autocars sont assez semblables, ce qui placerait les deux modes de transport « sur le même créneau », relève l'étude. Une remarque qui n'échappera pas aux Régions, lesquelles subventionnent les TER et ont la possibilité de demander au gendarme du secteur, l'Arater, l'interdiction d'une liaison de moins de 100 kilomètres entre 2 villes si elle estime que

LES ARTICLES ASSOCIÉS

Voyages-sncf.com obligé de s'adapter à l'essor de l'autocar

Le transport par autocar en plein essor en 2015... en attendant d'être rentable

FOCUS

SNCF

Transdev

Transport routier

Transport ferroviaire

celle-ci menace l'équilibre économique de la liaison TER correspondante.

En six mois, les sept opérateurs présents sur le réseau ont multiplié les ouvertures de lignes. L'étude en a recensé plus de 200 existantes cet hiver, sachant que Paris-Lille et Paris-Amiens-Lille, par exemple, sont comptabilisées comme deux lignes différentes, et que le paysage reste très mouvant (plusieurs autres ont ouvert depuis début 2016, alors que certaines ont déjà été fermées par l'opérateur concerné faute de clients).

Les sept compagnies qui se sont positionnées sur ce nouveau marché n'ont pas toute la même stratégie. L'allemand FlixBus et Isilines (filiale du groupe Transdev) desservent les grandes agglomérations, mais ont aussi lancé des liaisons entre des villes de taille moyenne, dont le potentiel de clientèle est plus faible, mais où elles sont en situation de monopole. A l'inverse, Ouibus (groupe SNCF) met le paquet sur les axes les plus porteurs, mais qui sont aussi les plus concurrentés. Paris-Lyon est de ce point de vue la ligne la mieux pourvue, relève l'étude, avec pas moins de 32 trajets quotidiens assurés par six compagnies différentes. Viennent ensuite Paris-Lille (25 fréquences quotidiennes), Paris-Rouen (20), et Paris-Bordeaux (18), proposés à chaque fois par six des acteurs présents sur le marché. ●

Lionel Steinmann, Les Echos

@lioneSteinmann 