



ASSEMBLEE GENERALE DU 26 MARS 2011

Rapport d'activité

Présenté par Jean Louis OLLIVIER, Directeur Général d'ARVEL Voyages

L'année 2010 reflète la continuation d'une situation de crise. L'an dernier nous avons observé une baisse importante des individuels avec un maintien des collectivités. En 2010, c'est l'inverse, les individuels ont une baisse de chiffre hors taxe de 3% alors que la baisse annoncée des groupes se vérifie à hauteur de 35,8%.

Cette situation, conséquence prévisible de la crise, est due à la perte de pouvoir d'achat de nombreux acteurs, à une mise en attente de la consommation de certains postes pour les ménages et au repli sur des vacances en France et chez des amis. A cela, se sont ajoutés des événements imprévisibles, notamment la fermeture par les états européens des aéroports pour suivre un principe de précaution vis-à-vis d'un risque dû au nuage de cendres volcaniques.

Le déficit, pour la deuxième année consécutive, est lourd. Appliqué à un chiffre d'affaire en baisse, son pourcentage est encore plus important : 8,2% au lieu de 5,7% en 2009. Bien que nous ayons pu préserver nos marges sur les circuits, la marge brute est affectée par une moins bonne vente des sièges d'avion en charter.

La baisse du résultat financier amorcée en 2009 est toujours due aux mêmes causes : baisse de la trésorerie à placer et moins bonne rémunération de ces placements.

Malgré une baisse de la masse salariale, les charges fixes n'ont pas encore suivi la baisse du chiffre d'affaire. Les mesures de compression de ces charges fixes prises au cours de cette année seront mesurables sur l'exercice suivant.

Les difficultés :

Les Comités d'Entreprise ont subi la crise et fait des choix budgétaires qui ont affecté leurs achats de voyage. Les contrats signés en 2008, avant la crise avait permis de maintenir l'activité « groupes » en 2009. Nous savions alors que l'impact serait dur pour l'exercice 2010.

La crise du nuage de cendres du volcan islandais : nous avons perdu 300 000 € de chiffre d'affaire à cette occasion, eu 250 annulations de départ et plus de 400 retours à gérer. La gestion médiatique et gouvernementale calamiteuse de cet événement a eu des conséquences dramatiques pour la profession. ARVEL a pu limiter la casse, grâce à la mobilisation de son équipe, de ses prestataires et, c'est à souligner, à la compréhension dont ont fait preuve les adhérents concernés. Ceux-ci ont dans leur immense majorité entendu nos arguments et compris la position que nous avons défendue de manière totalement isolée. Nous avons considéré juste et équitable de répartir la charge de cet événement sur l'ensemble de la chaîne, y compris sur l'adhérent, non plus alors considéré comme « client roi », mais comme un acteur partageant de manière solidaire des risques et des responsabilités. Nous avons aussi maintenu les contrats des animateurs concernés par ces annulations.

Les contrecoups des événements nombreux en 2009, qui ont continué à influencer les premières réservations de l'exercice.

La crise qui rend les comportements d'achat erratiques et imprévisibles et qui pousse vers le moins-disant.

Les incendies en Russie et les affrontements au Kirghizstan qui ont créé une anxiété et nous ont conduits à aménager les parcours afin de limiter les annulations.

Les destinations :

Voir tableaux joints.

A nouveau, on constate que les voyages et séjours bon marché souffrent plus que d'autres destinations.

Le trio de tête est l'Inde malgré une légère baisse, le Mexique et la Tunisie.

Les 2 destinations habituellement en tête continuent leur baisse : la Tunisie de 5% et l'Italie de 3%.

Les bonnes nouvelles : remontent la Turquie (+36%) et l'Egypte (+ 15%). Madagascar reprend une activité après une année perturbée, le Japon décolle et la Russie attire à nouveau. (Au sujet du Japon, j'ouvre une parenthèse, le succès était confirmé encore sur 2011 et les événements dont souffre actuellement le peuple japonais nous ont conduits à reporter deux voyages déjà)

La communication : l'effort continue



Bien que ce soit un poste important des charges fixes, nous n'avons pas choisi d'en diminuer les dépenses : malgré nos difficultés, nous maintenons notre visibilité dans les médias tournés vers le voyage et sur des salons comme Primevère et Marjolaine, ainsi que dans notre partenariat avec le festival Planète Couleurs.

Le nouveau site Web et son animation : souvenez-vous, lors de l'AG dernière, je vous annonçais l'ouverture de ce nouveau site Internet. Sa perception, son fonctionnement et son impact sont très positifs. Nous avons des statistiques de fréquentation tout à fait intéressantes, taux de rebond minimal, temps de visite et nombre de pages consultées élevés. Cela signifie que nous sommes mieux référencés et nos visiteurs sont pertinents. Nous avons pu en faire un outil de communication apprécié et efficace.

A titre d'expérimentation, nous avons pu faire une belle opération autour des 40 ans d'ARVEL, pour proposer des voyages exceptionnels avec un mini site dédié. Cette expérience est un succès. La communication par Internet porte ses fruits.



Cela a déjà des conséquences : vous réservez plus par Internet qu'auparavant et nous avons baissé notre édition de brochures papier, ce que nous allons continuer progressivement. Enfin, vous êtes plus réactifs : par exemple, le Transsibérien en hiver était complet deux semaines après sa mise en ligne, et ce, en plein été.

Le secteur collectivités

Comme je le disais en introduction, les CE et collectivités ont répercuté les conséquences de la crise en 2010. Les commandes de voyages sont moins nombreuses, vers des destinations plus proches et avec une exigence budgétaire exacerbée. Les aides aux individuels ont souvent été réorientées vers des aides plus urgentes que le loisir ou les vacances. Le secteur est aussi en mutation avec l'entrée de gros voyagistes industriels qui ne s'y intéressaient pas avant la crise. Les pertes subies en Alsace nous ont conduits à fermer notre antenne de Strasbourg. Cela s'est traduit par le licenciement de 3 salariés.

En réponse à cette mutation, nous recentrons notre offre sur des voyages qui permettent de nous distinguer de la concurrence car le prix est un piège dans lequel nous ne devons pas nous laisser enfermer. Le rebond passe par cette stratégie de différenciation. Le lien avec le travail sur la qualité amorcé par ailleurs est direct.

Les ressources humaines

En 2010, Marie Claude Bertrand nous a quittés pour une retraite bien méritée après de longues années au service de l'association.

Après le non renouvellement d'un poste et la suppression de 3 autres, l'équipe est en réduction. Cette réduction correspond à la baisse d'activité enregistrée depuis 2009.

L'an dernier, les animateurs avaient été plus touchés par la crise que cette année.

Nous avons pu mobiliser une meilleure participation des animateurs dans divers travaux en relation avec la production et la qualité.

L'évolution de l'activité

- De manière générale, notre rebond dépend d'une meilleure gestion de notre activité. Des outils ont été mis en place. Phileas, notre outil de réservation nous permet maintenant une lecture très fine de l'activité. Christophe a créé des outils de contrôle de gestion précis et actualisables en temps réel.
- Dans la logique d'une gestion plus précise, nous avons opéré une hausse des marges sur tous nos voyages. Sans entrer dans le détail, ce n'est pas une réponse opportuniste à la crise, c'était déjà une décision de fond prise auparavant et dont l'objectif était de ramener les résultats d'exploitation au positif afin de sortir ARVEL de la logique qui la rendait dépendante d'un résultat financier qui, du temps où il était abondant, masquait une exploitation à peine équilibrée voire déficitaire.
- Nous avons lancé une démarche commerciale en direction des individuels, démarche rendue possible par la conjugaison de ces outils avec la souplesse de notre nouveau site Internet. La visée de cette démarche est bien sûr d'améliorer nos ventes dans une situation de crise, mais je tiens à rappeler que je l'avais préconisée indépendamment de la crise : c'est une évolution qui participe à une meilleure adaptation de notre structure et de son fonctionnement à des points cruciaux :
 - ↳ Améliorer la pertinence et la qualité du service aux adhérents en tenant compte de l'orientation sociale d'ARVEL et de l'évolution de son environnement sociétal et professionnel, autrement dit combiner le triangle, objet social, univers concurrentiel et attente individuelle des voyageurs.
 - ↳ Gérer l'évolution de la demande (nouveaux comportements d'achat, individualisation...)
 - ↳ Améliorer la rentabilité financière et sociale de l'activité
- Les événements géopolitiques ont déjà généré des difficultés pour 2011 : l'amalgame du gouvernement français qui a étendu plus que largement les consignes concernant la sécurité au Sahel à tout le Mali. Les mouvements populaires en Tunisie et en Egypte et maintenant en Syrie, bien que porteurs d'espoirs à long terme ont eu un impact sur la fréquentation. Et la reprise d'une activité touristique dans ces pays est tributaire de la capacité de ces pays à restaurer rapidement les sites et le patrimoine ainsi que la sécurité des futurs visiteurs. Nous travaillons avec nos partenaires tunisiens pour relancer la destination.
- Je reviens sur le Japon. Au-delà des effets des séismes et des tsunamis, l'évolution de la situation de la centrale nucléaire rend aléatoire les pronostics concernant la reprise de l'activité. Nous avons bien rempli nos voyages en 2011, refusant même du monde. Si les émissions radioactives augmentaient, on pourrait même craindre une défection des voyageurs pour les pays voisins. Dès que les risques seront connus ou écartés, nous ferons notre possible pour relancer ce pays car le retour des voyageurs, s'il n'est pas une nécessité économique vitale pour le Japon, revêt, par contre, une dimension psychologique pour aider les Japonais à surpasser leurs épreuves.
- Sur le plan des destinations, les nouveautés, cette année, sont liées de manière générale au développement des voyages à destination des familles. Nous avons en particulier instauré un partenariat avec Accueil Paysan.
- Un travail de recherche et d'expérimentation est en cours pour le développement de voyages à la carte qui pourrait être une des réponses envisageables vis-à-vis de la tendance à l'individualisation des comportements de consommation.

- Le travail sur la qualité, continue sur l'ensemble de nos voyages sous le pilotage d'Emilie Cassar.

Vous aurez compris que la période que nous traversons est agitée. Nous restons fidèles à nos engagements malgré les difficultés. Redévelopper l'activité est notre priorité et tous les moyens et toutes les personnes sont mobilisés. Nous planifions un retour à l'équilibre en deux ans. Des décisions difficiles mais nécessaires ont été prises. En même temps, l'heure n'est pas au repli, loin de là. Salariés permanents, animateurs et administrateurs, tous œuvrent avec rigueur et implication à la même qualité et dynamique. Nous continuons à mobiliser recherche, créativité et communication externe pour passer ce cap d'une part, pour aménager ARVEL sur le moyen et long terme, d'autre part.

Jean Louis Ollivier
26 mars 2011

TABLEAUX

Evolution CA Individuels					Evolution passagers Individuels			
Destination	Ventes HT 09/10	Ventes HT 08/09	Ecart	%Ecart	Passagers 09/10	Passagers 08/09	Ecart	%Ecart
Arménie	17	-	17		0	0	-	
Autriche	8 445	31 170	- 22 725	-73%	18	92	- 74	-80%
Bolivie	28 020	49 985	- 21 965	-44%	12	21	- 9	-43%
Bulgarie	64	-	64		0	0	-	
Cap vert	-	19 976	- 19 976	-100%	0	11	- 11	-100%
Chili	34 021	126 306	- 92 285	-73%	11	39	- 28	-72%
Chine	152 755	182 468	- 29 713	-16%	59	70	- 11	-16%
Chine Mongolie	41 942	106 722	- 64 780	-61%	16	36	- 20	-56%
Chypre	16 817	15 146	1 671	11%	18	16	2	13%
Corée	25 172	-	25 172		13	0	13	
Croatie	47 567	65 316	- 17 749	-27%	122	156	- 34	-22%
Cuba	44 868	43 734	1 134	3%	26	22	4	18%
Egypte	198 067	171 614	26 453	15%	135	114	21	18%
Equateur	-	55 080	- 55 080	-100%	0	26	- 26	-100%
Espagne	160 714	198 024	- 37 310	-19%	447	598	- 151	-25%
Ethiopie	-	25 672	- 25 672	-100%	0	10	- 10	-100%
France	192 798	287 596	- 94 798	-33%	544	525	19	4%
Grèce	227 134	262 303	- 35 169	-13%	249	424	- 175	-41%
Guadeloupe	39 735	125 800	- 86 065	-68%	22	69	- 47	-68%
Guatemala	85 123	24 949	60 174	241%	39	11	28	255%
Hongrie Slovaquie	24 387	40 706	- 16 319	-40%	16	26	- 10	-38%
Inde	401 832	556 367	- 154 535	-28%	239	292	- 53	-18%
Indonésie	208 197	318 027	- 109 830	-35%	78	125	- 47	-38%
Irlande	65 857	55 049	10 808	20%	68	60	8	13%
Italie	336 770	348 288	- 11 518	-3%	920	1036	- 116	-11%
Japon	135 675	27 872	107 803	387%	46	9	37	411%
Jordanie	208 401	197 450	10 951	6%	147	132	15	11%

Evolution CA Individuels					Evolution passagers Individuels			
Kirghizie	21 143	52 020	- 30 877	-59%	10	24	- 14	-58%
Laos Cambodge	-	37 339	- 37 339	-100%	0	15	- 15	-100%
Madagascar	159 794	53 365	106 429	199%	66	29	37	128%
Mali	30 679	-	30 679		15	0	15	
Maroc	51 600	82 397	- 30 797	-37%	50	90	- 40	-44%
Martinique	22 622	-	22 622		11	0	11	
Mexique	375 580	182 750	192 830	106%	208	94	114	121%
Népal	168 578	186 982	- 18 404	-10%	89	94	- 5	-5%
Ouzbékistan	81 080	169 504	- 88 424	-52%	44	90	- 46	-51%
Pérou	154 900	207 495	- 52 595	-25%	66	94	- 28	-30%
Pérou Bolivie	73 777	30 039	43 738	146%	30	15	15	100%
Portugal	47 339	49 928	- 2 589	-5%	75	83	- 8	-10%
Rép. Tchèque	11 850	29 985	- 18 135	-60%	16	38	- 22	-58%
Réunion	39 072	28 604	10 468	37%	20	14	6	43%
Roumanie	-	23 431	- 23 431	-100%	0	14	- 14	-100%
Russie	104 389	27 597	76 792	278%	59	13	46	354%
Sénégal	8 940	20 750	- 11 810	-57%	8	19	- 11	-58%
Slovénie Croatie	37 046	19 197	17 849	93%	67	58	9	16%
Sri Lanka	62 858	-	62 858		41	0	41	
Syrie	184 667	159 406	25 261	16%	131	113	18	16%
Thaïlande	35 614	39 268	- 3 654	-9%	20	22	- 2	-9%
Tunisie	356 212	375 374	- 19 162	-5%	529	560	- 31	-6%
Turquie	347 803	256 412	91 391	36%	378	259	119	46%
USA	150 616	128 739	21 877	17%	89	74	15	20%
Viet-Nam	167 893	114 458	53 435	47%	79	57	22	39%
Viet-Nam Cambod.	46 724	75 572	- 28 848	-38%	24	34	- 10	-29%
Total	5 425 157	5 686 232	- 261 075	-4,59%	5370	5823	- 453	-8%

Evolution passagers				
	Passagers 09/10	Passagers 08/09	Ecart	%Ecart
Individuels	5370	5823	-453	-7,78%
VAC	249	204	45	22,06%
STRA + GIR	578	1587	-1009	63,58%
				-
TOU	501	1155	-654	56,62%
				-
VILL	690	869	-179	20,60%
				-
Total groupe	2018	3815	-1797	47,10%
Total	7388	9638	-2250	23,35%