

 perspectives

L'enseigne **Vacancier** poursuit son vaste programme de rénovation initié en 2005 pour améliorer la qualité des hébergements et des équipements de ses hôtels clubs. « Soixante pour cent du parc est rénové aujourd'hui », indique le directeur général **Philippe Lauranton**. Dix établissements ont fait peau neuve, dont Courchevel, Sainte-Maxime, Port-Fréjus, Cambo-les-Bains..., et les projets continuent pour 2011-2012 avec des chantiers engagés sur dix-huit sites. « On inaugure dès le mois prochain le site de Guéthary sur la Côte basque », annonce le directeur général. En montant en qualité, Vacancier souhaite attirer une nouvelle clientèle et se fixe comme objectif de capter 25 % de clients CSP+ sur trois ans en faisant évoluer ses prestations. L'entreprise s'en donne les moyens : outre le programme de 50 M€ sur huit ans (2005-2012) affecté à la rénovation du bâti, elle a créé un département Recherche & Développement et des produits novateurs comme les séjours thématiques (séjours « 100 % country », « cajun », « accordéon », « cabaret », « scrapbooking »), ou encore des courts séjours (escapade music-hall en Alsace en partenariat avec le célèbre cabaret *Royal Palace*, ou week-end thalasso à Port-Fréjus).

L'implantation géographique de ses trente établissements bien répartis dans l'hexagone (Côte d'Azur, Alpes, Pays basque, Bretagne...), avec une nette sur-représentation dans le Sud-Est, facilite la production de séjours à contenu fort. Pour fidéliser sa clientèle familiale (60 % de sa clientèle individuelle), l'entreprise n'hésite pas à tenter des expériences inédites comme les clubs enfants à thème (aventures, chevaliers, astronautes) sur certains sites.

La commercialisation repose sur un circuit de vente constitué de 70 partenaires dont le réseau mutualiste, à l'origine de la création de Vacancier. « Notre clientèle est composée à 70 % de clients individuels dont 40 % émanent du partenariat historique avec les mutuelles », indique Philippe Lauranton. Pour davantage se faire connaître du grand public, Vacancier mène diverses actions comme des opérations presse. « Un gros travail reste à faire sur la notoriété », concède-t-il. « Pour la première fois, une campagne d'affichage d'une semaine vient d'être conduite à Lyon », ajoute-t-il.

En tant qu'acteur du tourisme social, Vacancier personnalise son offre tarifaire. Une politique dont l'un des fondements repose sur la volonté des actionnaires de réinvestir entièrement les bénéfices au service du client. Commentant la création récente du fonds du tourisme social investissement (TSI), Philippe Lauranton qualifie cette initiative « d'innovation indispensable » tout en émettant cependant quelques réserves. « La disparition des dispositifs antérieurs d'aides à la pierre par le biais des subventions nous conduit à mener une recherche permanente d'équilibre entre rentabilité et action sociale. On est passé du rôle d'opérateur à celui de financeur »...

Plus de 230 sites marchands ont été sélectionnés pour participer à la troisième édition des **Travel d'Or** qui récompensera douze sites, le 17 mars prochain à Paris. Lors de la cérémonie de remise des Travel d'Or 2011, organisée en partenariat avec **Easyvoyage** et **Call Expert**, deux prix spéciaux seront remis, le prix de la meilleure application I-Pad et le prix de la meilleure application site mobile. Créés par **Frédéric Vanhoutte**, fondateur d'Eventiz, les Travel d'Or ont pour vocation depuis 2009 de récompenser les entreprises du secteur du tourisme qui « font la différence sur le Web » et dont l'expertise est évaluée selon six critères : l'impression générale, l'ergonomie, la lisibilité, l'accès à l'information, le temps de réponse et la richesse du contenu proposé.

<http://traveldor.travel>