

TO News

Kompas Travel en Croatie et Slovénie

Le nouveau catalogue 2006 de Kompas Travel, à Lucerne, est disponible. Il réunit de nombreuses possibilités de séjours balnéaires, sportifs et culturels sur le magnifique littoral de l'Adriatique.

Kompas propose aussi des vols quotidiens depuis Zurich avec Adria Airways, Croatia Airlines, Malev, Helvetic Airways et Air Adriatic. La commission versée aux agences se monte à 12%. Le catalogue n'est disponible qu'en allemand mais demeure l'un des plus complets du marché.

Hotelplan emprunte la Route de la Soie

Hotelplan retient deux dates de départ (4 juin et 10 septembre) pour un circuit de douze jours sur la Route de la Soie, entre Ouzbékistan et Kirghizstan. Ces voyages de groupes (15 personnes minimum, 25 au maximum) sont accompagnés d'un guide Hotelplan parlant français; ils commencent et se terminent à Genève, avec Turkish Airlines direction Tachkent (via Istanbul).

Khiva, Bukhara, Samarkand, Bichkek, Issyk-Kul et Karakol en constituent les principales étapes.

Lets Travel célèbre Pâques à Phuket

Lets Travel propose un séjour de sept nuits à Phuket pour les prochaines fêtes de Pâques. Ce voyage comprend les vols Austrian Airlines Genève-Vienne-Phuket et l'hébergement en chambre double (avec transferts et petit-déjeuner) dans quatre hôtels à choix: Horizon Beach, Thara Patong, Sea View Patong ou Rydges Amora Beach Resort.

TPT à pied entre la Corse et la Sardaigne

Des îles à pied: telle est la proposition de Tourisme Pour Tous aux amoureux de l'île de Beauté et de sa grande voisine sarde. Un guide suisse de randonnée vivant en Corse, Michel Jossen, accompagnera les groupes formés de douze à seize personnes lors des trois départs programmés (3, 10 et 17 juin, chaque voyage durant huit jours).

Dans les deux cas, le département Voyages spéciaux de Tourisme Pour Tous propose des vols au départ de Genève et à destination de Calvi (groupe Air France) ou Olbia (Edelweiss).

Acarsa se lance dans les expéditions scientifiques

DOMINIQUE SUDAN

Sise à Neuchâtel, la société Acarsa de Milko Vuille recherche des partenaires assurant la distribution de produits très pointus sur le territoire russe.

Les expéditions dans les grandes étendues polaires ont le vent en poupe. Récemment, le Groupe Travelhouse a créé la nouvelle marque Oceanstar dont le premier catalogue vient d'être publié. Il réunit un grand nombre d'expéditions polaires que gérait jusqu'ici la marque Salinatours. Au terme d'une première année test, Oceanstar devrait logiquement être développé en langue française sur le marché romand. Avant cela, Milko Vuille s'y est déjà mis.

Passionné de plongée, de sports motorisés et de sports d'extrême, de technologie, de culture et d'histoire, Milko Vuille était présent au TTW 2005, d'abord pour sonder le terrain. Un résultat concluant puisque sa société Acarsa lance aujourd'hui trois expéditions scientifiques pointues en Russie. La première expédition scientifique est baptisée «Eira», du nom d'un voilier à vapeur anglais qui a sombré en 1881 dans l'océan Arctique, plus précisément dans le Territoire



Milko Vuille



L'archipel François-Joseph: des paysages exceptionnels.

de François-Joseph. «Ce voyage mis sur pied en partenariat avec des associés russes et l'Académie des sciences de Saint-Petersbourg s'adresse à des personnes qui ont déjà roulé leur bosse à travers le monde. Il nous permettra de découvrir les restes de l'épave, l'archipel François-Joseph et les paysages sublimes de l'endroit formés, entre autres, de glaciers spectaculaires tombant dans l'océan. Il s'agit d'une expédition océanographique de 17 jours (du 3 au 19 août 2006) à laquelle pourront participer 20 personnes, dont six plongeurs», résume Milko Vuille.

Pour le volet technique des voyages, Acarsa a déjà collaboré avec Kuoni Neuchâtel. Néos figure également parmi ses partenaires en tant que représentant des expéditions de plongée. «Mais c'est bel et bien dans le domaine de la distribution que nous devons encore affiner le tout», avoue Milko Vuille qui ne cache pas qu'il est séduit par la nouvelle

marque Oceanstar de Travelhouse, un produit correspondant tout à fait à sa vision des expéditions en régions polaires.

Si «Eira» constitue le plat de résistance du menu d'Acarsa en 2006, deux autres expéditions compléteront le programme de l'année. A partir de juin, un voyage de plongée ouvert aux non-plongeurs est prévu au Lac Ladoga. Enfin, des expéditions également axées sur la plongée seront menées à dates fixes (plusieurs départs sont prévus) en Mer Blanche et en Mer de Barents. Dans tous les cas, Acarsa offre toutes les garanties requises en matière d'assurance: «Dans ce domaine, la législation russe est encore plus stricte que la nôtre.»

A terme, Acarsa souhaite couvrir l'ensemble du territoire russe et faire découvrir les splendeurs uniques des zones polaires qui seront sous les feux de l'actualité en 2007/2008 pour l'Année polaire internationale. ■

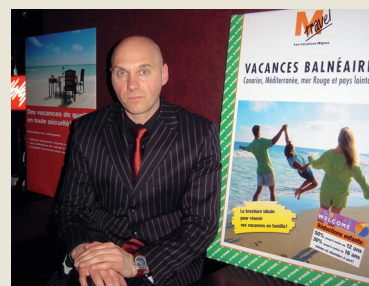
Hotelplan France démarre bien l'année

Responsable du Marketing d'Hotelplan en France, Olivier Horman a présenté les nouveautés françaises du TO aux agents de voyages la semaine dernière au Casino de Saint-Julien-en-Genevois (Haute-Savoie).

«Nous collons davantage au marché et nous en ressentons les effets depuis le début de l'année, précise-t-il, en particulier grâce aux réductions enfants de la production M-travel. La clientèle a apprécié cette démarche familiale qui permet des réductions de 50% pour les moins de 12 ans et 30% entre 12 et 16 ans, même en chambre à part.»

Outre les vols avec Belair et Edelweiss Air, Hotelplan France travaille avec de nombreuses compagnies régulières, ce qui permet davantage de souplesse. «Tout cela nous a permis de

bien commencer l'année, ajoute Olivier Horman qui reconnaît que 2005 n'avait pas été extraordinaire, mais globalement équivalente à 2004. Nous relevons qu'il n'existe pour ainsi dire plus de demande pour une gamme moyenne.



Olivier Horman, responsable Marketing d'Hotelplan France.

Les clients choisissent soit des formules qui mettent l'accent sur un prix plancher, soit sur de la forte valeur ajoutée. Nous traitons vraiment de plus gros dossiers qu'avant. Le prix moyen global est donc plus intéressant.»

Le lancement d'une brochure spéciale en France intitulée «Les Collections» a permis de toucher une clientèle aisée, qui va découvrir les riads à Marrakech, la route des vins en Alsace ou des séjours dans l'hôtellerie de luxe avec la chaîne Les Grandes étapes françaises.

«La brochure Autoplan est très bien ressentie sur le marché français. Nous avons 800 produits en contingent. Grâce à Autoplan, nous touchons des agences plus lointaines que la zone qui nous est familière, soit Rhône-Alpes, Franche-Comté, Alsace et Lorraine.» **AB**