

# SUCCESS STORY



Slim Riahi, directeur marketing de Promoagv.com en compagnie de Jean-Michel Roger, fondateur du site.

## Promoagv.com est devenu en cinq ans l'interlocuteur privilégié des agences de voyages

« **QUAND J'AI DÉBUTÉ** il y a près de six ans... je devais avoir 10 abonnés et deux clients et l'on me traitait un peu d'extraterrestre. Aujourd'hui, nous sommes le N° 1 des contenus productifs ». Le propos est signé Jean-Michel Roger, directeur de Promoagv.com. Depuis sa création en 2005, le site n'a pas changé de vocation : mettre en avant des marques du tourisme au service exclusif des professionnels du secteur. Simplement la plate-forme s'est enrichie au fil des années. Au point aujourd'hui de recenser quelque 19 000 abonnés. Ceux-ci peuvent profiter tout au long de l'année d'événements BtoB en exclusivité, de jeux concours quizz et challenges de ventes, ainsi que des opérations de formation de type speed-learning. « En 2010, nous avons eu plus d'1 million de pages vues. Cette année, nous sommes à plus de 230 000 pages vues et plus de 135 000 visites, souligne Jean-Michel Roger, qui insiste aussi sur la *garantie d'audience des abonnés qui sont en démarche volontaire au niveau de l'inscription* ».

Un des éléments du succès de Promoagv est aussi sa capacité à se renouveler et développer de nouveaux contenus. Ainsi la nouvelle version du site, « *plus fluide, plus complète, qui répond aux exigences des partenaires en terme de visibilité dès la home page* » permet d'accéder à de nouvelles rubriques. Comme

par exemple « Prochainement chez Promoagv » qui annonce les grosses opérations à venir, ou « Ils ont gagné » qui mentionne les lots remportés par les agents de voyages. Au menu également de cette version 4, les albums photos des différentes opérations, Pavipresse avec les flux RSS de plusieurs supports presse dont bien entendu le Quotidien du Tourisme. « *Si je suis agent de voyages, résume Jean-Michel Roger, je viens sur Promoagv.com pour m'informer (presse et actualité des partenaires), me former (quizz, e-learning et challenge de ventes) et profiter (promos, invitations). Si je suis partenaire, je viens sur le site pour informer (newsletter, communiqués, brochures...), former (e-learning, quizz et challenges de ventes), fidéliser, faire profiter (promos et déstockages) et créer l'événement.* » Cela paraît simple. Encore fallait-il y penser. Sous la houlette de Slim Riahi, qui devient directeur marketing de Promoagv.com, le site joue également la carte des réseaux sociaux. Avec notamment la fusion de la page Facebook de Promoagv et celle de « Regrouper tous les professionnels du tourisme », ce qui porte le nombre total d'adhérents à près de 4 000. Un élargissement de l'audience qui devrait permettre à la plateforme de continuer à prospérer. ■ DS

david.savary@quotidiendutourisme.com

### Les prochaines exclusivités de la plate-forme :

- « My Afrique du Sud ». Du 11 au 15 mai, l'Office du Tourisme et Taj Hôtel emmènent 13 vendeurs au Cap. Cette opération sera reconduite chaque année.
- Le 5<sup>e</sup> Raid des Vikings, du 16 au 19 juin, avec 20 vendeurs en Islande.

- Promoagv organise en septembre prochain « un événement exceptionnel » à Maurice avec Beachcomber Tours & Hôtels.
- Connect'12 by le Quotidien du Tourisme en janvier 2012 emmènera plus de 50 agents de voyages pour du « work &

- fun » sur une destination mystère.
- Promoagv propose tout au long de l'année un certain nombre de challenges en exclusivité sur son site. C'est le cas avec Malte, la Croatie, Ténériffe, la Tunisie, l'Égypte, Air Europa.

### >>> TRANSPORT

## Corsica Ferries booste le trafic Corse/continent

L'ORTC a publié une étude portant sur l'évolution des liaisons dites de bord

**LE MOINS QUE L'ON PUISSE DIRE** à la lecture de l'étude publiée par Observatoire Régional des Transports de la Corse (ORTC), c'est qu'en 15 ans le paysage des liaisons aériennes et maritimes de la Corse avec Marseille, Toulon et Nice a changé. Ne serait-ce que parce que ces lignes ont été ouvertes à la concurrence en 1996. Premier constat, le trafic à littéralement explosé. Si le trafic global entre la Corse et le continent a progressé de 78 %, passant en 15 ans, de 4,2 à 7,5 millions de passagers, le seul trafic de bord à bord a lui doublé et généré plus de 2 millions de passagers supplémentaires. La part de marché du bord à bord représentant désormais 55 % du trafic. Deuxième constat, c'est le maritime qui alimente la totalité de la croissance du trafic. En 1995, 46% des 2 006 523 passagers étaient des utilisateurs de l'avion. En 2010, la part de marché de l'avion sur le bord est tombée à 23 % des 4 126 717 passagers enregistrés. Troisième constat : C'est Corsica Ferries qui a assuré au cours de ces 15 dernières années 95 % de la croissance des trafics passagers Bord à Bord. En 2010, la compagnie



a même traité prêt de la moitié des passagers (aérien et maritime confondus) bord à bord. Quatrième et dernier constat, les trafics bénéficiant de la subvention de Continuité Territoriale (Délegation de Service Public sur Marseille et Nice pour l'aérien et uniquement sur Marseille pour le maritime, c'est-à-dire là où Corsica n'opère pas) représentent 43 % des trafics globaux du Bord à Bord. Autant dire que ce n'est pas à coup de subvention que Corsica Ferries a tiré, ces 15 dernières années, le trafic passagers de bord à bord vers le haut. ■ MG mathieu.garcia@quotidiendutourisme.com

### >>> AÉRIEN

## La géopolitique pèse sur les résultats d'ADP

**IL FALLAIT S'Y ATTENDRE**, les événements géopolitiques en Afrique et au Moyen Orient ont eu un impact sur l'activité enregistrée le mois dernier par Aéroports de Paris. Ainsi, en mars, le trafic d'ADP a augmenté de 0,8 % par rapport à mars 2010, avec 6,8 millions de passagers accueillis, dont 4,7 millions à Paris - Charles-de-Gaulle (+ 0,1 %) et 2,1 millions à Paris-Orly (+ 2,3 %). En ce qui concerne le seul trafic international (hors Europe), il accuse une baisse de 3,4 %. Les faisceaux Afrique et Moyen Orient reculant respectivement de 8,1 % et 19,6 %. Tous les autres faisceaux sont en croissance : DOM-TOM + 4,2 % ; Asie-Pacifique + 3,4 % ; Amérique du Nord + 2,4 % et Amérique Latine + 1%. Le trafic Europe est en hausse de 4% et le trafic France de 2,9 %. Sur le premier trimestre 2011, le trafic de passagers croît de 3,9 % comparé à la même période de 2010. ■ MG

### Précision

• Une coquille s'est glissée dans l'article intitulé « Air Transat fait les yeux doux aux réseaux », publié dans notre édition datée du jeudi 14 avril. Nous avons appelé la directrice France d'Air Transat, Lydia Moreneau. Elle s'appelle en réalité Lydia Morinaux. Toutes nos excuses à l'intéressée.

### >>> AÉRIEN

## Vueling met Barcelone à une heure de Bordeaux

**VUELING POURSUIT** sa stratégie d'ouvertures de ligne en France. Après Paris, Nice et Toulouse (où le transporteur ouvrira une base le 22 avril prochain), la compagnie espagnole relie Bordeaux à Barcelone depuis le 15 avril. Elle indique au passage qu'elle a d'ores et déjà écoulé 5 000 des 30 000 sièges qu'elle entend proposer sur la route pour la saison été. Le rythme des ventes « est soutenu », avec plus de 1 000 réservations par semaine, dont 70 % se font sur le marché français. La compagnie opère 3 vols hebdomadaires les mercredis, vendredis et dimanches. Les mercredis et dimanches, les vols partent de Bordeaux à 13h10 pour arriver à Barcelone à 14h15. Le vendredi, décollage à 13h30 de France pour une arrivée en Espagne à 14h35. Vueling explique que les passagers au départ de Bordeaux « peuvent profiter d'un total de 22 destinations grâce aux vols en correspondance à l'aéroport de Barcelone ». ■ MG

### >>> SPÉCIALISTE

## Stoppé en plein vol, Aya relance l'Égypte

**L'AUTOMNE DERNIER**, Aya Désirs d'Orient spécialiste du Moyen-Orient choisissait de se diversifier en lançant une production sur l'Égypte. Malheureusement pour lui, la destination fut mise entre parenthèses durant de longues semaines cet hiver à cause de la révolution engagée par les Égyptiens qui ont obtenu le départ du président Moubarak. Au vu d'un retour au calme, Aya vient de décider de relancer la destination. Se reposant sur un réceptif égyptien, partenaire du groupe KTS (propriétaire d'Aya), le TO propose actuellement des offres alléchantes en hôtels 5\* exclusivement. Sur la Mer Rouge, il programme des séjours d'une semaine en demi-pension dans 4 unités prestigieuses : le Ritz, le Renaissance, le Mövenpick et le Marriott, à partir de 859 euros par personne. Sur le Nil, le prix est sensiblement identique (849 euros) et s'applique à 3 produits : une croisière classique Louxor/Assouan, un combiné le Caire/Croisière et une croisière à bord du Mövenpick 5\*. Notez qu'Aya, qui dans sa brochure programme les vols Air France et Air Egypte, a décidé pour ce plan de relance de faire appel à des vols spéciaux au départ de Paris mais aussi de province ■ SD