

Le fait du jour

Le TO signe un partenariat stratégique avec Odalys

Fram avance ses pions en France

- ▶ Le site d'Argelès d'Odalys passera l'été prochain sous l'enseigne Framissima.
- ▶ Pauli et Look approuvent cette concurrence sur le marché du club en France.
- ▶ L'image de Fram va-t-elle convaincre les agences à vendre l'Hexagone ?

Cela faisait un an que Fram avait annoncé son ambition d'être un acteur important sur la France. Aujourd'hui, le tour-opérateur a sauté le pas en signant un partenariat stratégique avec Odalys, opérateur majeur des résidences de tourisme 3 et 4 étoiles en France avec 90 000 lits, pour introduire ses Framissima dans l'Hexagone. *"Nous devons nous développer en France. Cela paraît même aujourd'hui nécessaire au regard du contexte économique actuel"*, précise Antoine Cachin, président du directoire de Fram. Positionné depuis cet hiver sur la montagne avec l'ouverture du Framissima Le Cret à Morzine, Fram va proposer un produit dès l'été prochain. Ce sera la première réalisation commune Fram/Odalys, d'une liste qui se veut longue. Elle concerne le site des Albères en



Le site des Albères en Languedoc-Roussillon, à Argelès passera sous l'enseigne Framissima l'été prochain.



Languedoc-Roussillon, à Argelès. Nouvelle offre de taille sur le marché du club en France, elle vient concurrencer les quelques produits de ce type existants : le tout nouveau et premier Lookéa-Lagrange à Port-Camargue, Vacanciel, Club Med et Center Parcs en extrapolant. *“C’est une bonne chose”*, avoue Christian Orofino, DG du groupe Pauli. *“Nous étions les seuls producteurs sur la France, donc si des amis TO arrivent, cela ne peut avoir qu’un effet positif sur les ventes de la France.”* Ce dernier, qui dépasse aujourd’hui les 10 000 clients avec Vacanciel, tient à rappeler la difficulté qu’il a eue à convaincre les agences de vendre la destination. Quant à Look, qui a installé son premier Lookéa dans l’Hexagone l’été dernier, il s’accorde à dire que cette concurrence aura *“un impact positif sur la vente des clubs en France. Plus il y a de producteurs, plus l’émulation sera forte”*, confirme Philippe Sangouard, directeur commercial de Look. Aussi beau joueur qu’il soit, Look va toutefois devoir affiner sa politique tarifaire pour 2009 (ajustement des prix sur la saisonnalité ainsi que sur la

Éclairage

Odalys, Vacances Bleues et NGF s’allient pour créer un nouveau pôle touristique

▶ Parallèlement à ce partenariat avec Fram, Odalys noue des alliances avec Vacances Bleues et NGF (Nouveaux Golfs de France, qui exploite 14 golfs en France). Sous le giron du groupe financier Duval à hauteur de 70 % pour Odalys et NGF et 40% pour Vacances Bleues, ce rapprochement a pour objectif de créer un nouveau pôle touristique. François Marriette, président d’Odalys, avoue de grandes ambitions : couvrir tous les modes d’hébergement en France, du mobil home aux chalets et villas haut de gamme en passant par les résidences et hôtels clubs ; associer le concept de loisirs à celui des vacances ; diluer les risques commerciaux inhérents au secteur du tourisme. Concrètement, cette alliance devrait permettre à Odalys d’accumuler un certain savoir-faire afin de *“créer des resorts clubs avec hôtels, villas et parcours de golfs en France.”* Dans cette alliance, Vacances Bleues apporte sa compétence hôtelière, NGF celle de la gestion d’un golf. En attendant ces grands projets, dont le calendrier des réalisations n’a pas encore été dévoilé, l’opérateur va installer petit à petit des practices de golf au sein de ses résidences, avec un programme de restauration et un club enfant, pour *“prendre en charge complètement le temps libre de nos clients.”* Si ces premiers accords vont permettre à Odalys de s’affirmer sur le marché du resort, François Marriette ne cache pas son souhait de s’allier à d’autres opérateurs, et pourquoi pas avec des spécialistes du bien-être.

LBM

taille des appartements), la première saison de Port Camargue ayant été plutôt décevante. Quoi qu’il en soit, l’offre des vacances en France évolue enfin.

La clientèle suivra-t-elle ce nouvel engouement des producteurs pour l’Hexagone ?

LBMlea.barneville@quotidiendutourisme.com