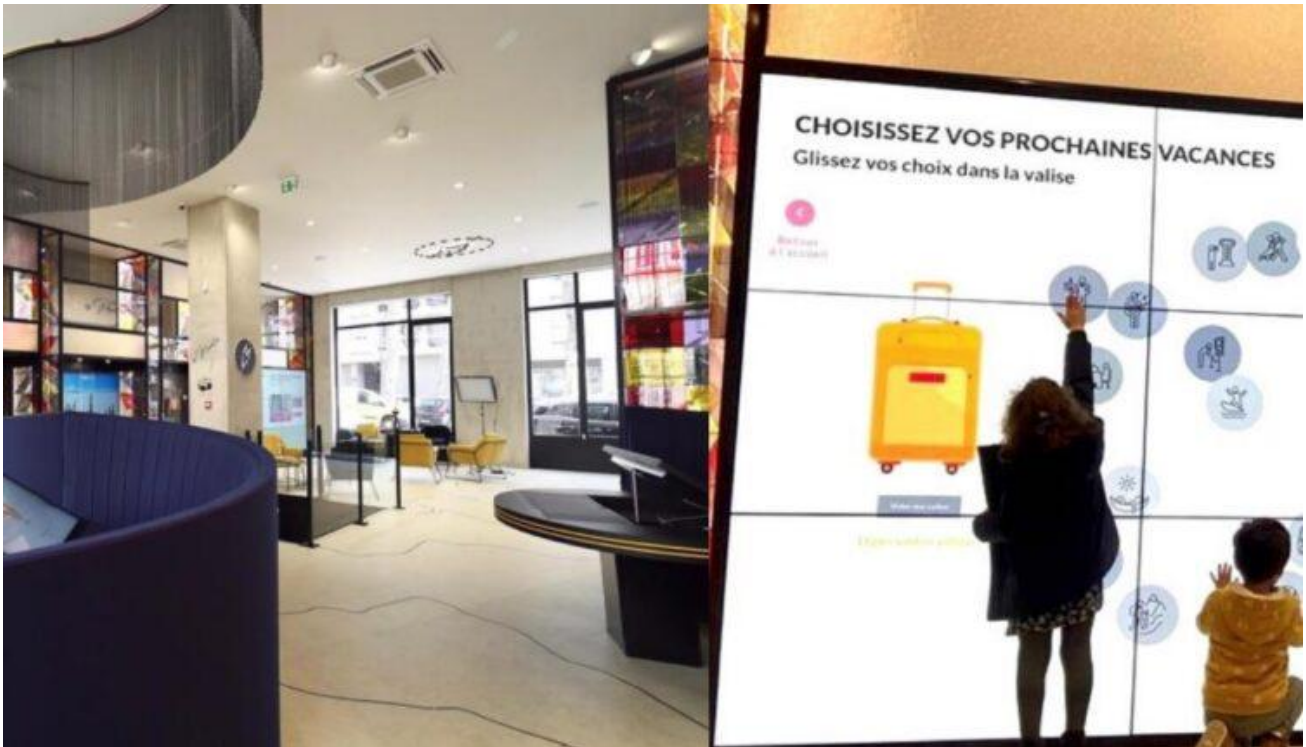




Le pure player Marco Vasco ouvre sa toute première agence de voyages



Marco Vasco croit au retour des clients dans les agences traditionnelles, nous explique **Alexandre Vercoutre**, directeur général du voyageur.

C'était un pure player depuis sa création en 2007. Racheté par le groupe Figaro, Marco Vasco ouvre sa première agence de voyages à Lyon, au 144 rue Vendôme dans le 6^e arrondissement. Alexandre Vercoutre, directeur général du TO, nous explique pourquoi et comment le spécialiste des voyages sur mesure devient omnicanal.

L'Echo touristique : Vous aviez jusqu'alors des bureaux à Paris, Rennes et Lyon. Pourquoi cette première agence de voyages ?

Alexandre Vercoutre : Nous avons effectivement ouvert notre première agence le 19 mai à Lyon, où nous étions jusqu'alors dans un espace de coworking. Nous devions initialement l'inaugurer au début de l'année, mais la crise nous a contraints de reporter le projet. L'objectif premier, c'est l'exposition de la marque au-delà du web. Un peu dans l'esprit – toutes proportions gardées et en toute modestie – des Apple Store. Nous souhaitons aussi séduire une nouvelle clientèle, qui va moins sur Internet, et plus dans les commerces de proximité. Nous savons aussi que le taux de concrétisation est meilleur en agence que sur le web.

C'est un pilote. S'il fonctionne bien, nous le dupliquerons.



C'est une première, avant d'autres agences ?

Alexandre Vercoutre : C'est un pilote. S'il fonctionne bien, nous le dupliquerons. Nous sommes ambitieux. Mais dans le contexte actuel, rien n'est décidé (rires). Notre concept nous semble novateur, il combine le présentiel et le digital. Suite à la crise sanitaire qui a bouleversé les voyages des Français, nous nous attendons à un retour des clients dans les agences physiques. S'il y a énormément d'informations sur Internet, c'est difficile de se repérer. Les consommateurs ont donc besoin de conseils, d'accompagnement et de réassurance. Je pense que notre agence ouvre au bon moment.

Combien vous a coûté cette agence, qui couvre quand même 150m2 ?



Alexandre Vercoutre

Alexandre Vercoutre : Quelques centaines de milliers d'euros, en incluant le droit au bail. L'investissement se compte aussi en temps : il nous a fallu une année pour transformer les locaux (jusqu'alors occupés par un commerce d'ustensiles de cuisine, Ndlr). Nous avons fait appel à une agence spécialisée, B5 Retail, et à notre filiale à Shanghai.

Vous parlez d'une « agence de voyages de demain », « comme à la maison ». Cela nous rappelle le concept du réseau Havas Voyages et du TUI Store, non ?

Alexandre Vercoutre : Nous avons effectivement vu et lu des informations à ce sujet, notamment dans la presse. Mais leurs concepts nous semblent plus statiques et plus froids. Dans notre agence de Lyon, nous rendons le client actif dans sa recherche, grâce au digital : il peut zoomer, depuis un écran, sur des zones du monde ou des hôtels, et accéder à des briques de contenus que nous utilisons en interne pour monter nos voyages sur mesure. Pour l'inspirer, nous diffusons à travers des vitrines multimédias visibles depuis la rue des vidéos montées sur la base de rushs envoyés par les voyageurs Marco Vasco. Nous sommes aussi et surtout là pour l'accompagner. Nous avons créé différents espaces pour l'accueillir « comme à la maison ». Trois à quatre conseillers sont dans le point de vente, les autres dans des bureaux à l'arrière. Avec 16 conseillers en tout, nous couvrons toutes les destinations du monde.



Dans l'ensemble, comment se présente la saison pour Marco Vasco, qui est un spécialiste du sur-mesure, surtout en long-courrier ?

Alexandre Vercoutre : En prises de commandes, nous étions à -75% au mois de mars, par rapport à 2019. En mai, nous devrions atterrir à -60%, avec des dossiers sur l'été, l'hiver et tout 2022. C'est mieux, cela dénote d'un vrai frémissement. L'Europe prend une place plus importante, et représente un tiers de nos ventes. La Polynésie et les Etats-Unis sont porteurs. Nous espérons que les Français pourront vite retourner aux Etats-Unis et en Afrique. Ce serait curieux que nous n'ayons pas le principe de réciprocité sur les Etats-Unis. Nous attendons le 9 juin pour connaître les pays ouverts en dehors de l'espace européen. Les avoirs arrivent à échéance en septembre, nous essayons de reporter les voyages de nos clients sur 2021 ou 2022, sinon, nous rembourserons. Nous savons aussi que, cette année, une large partie des Français resteront en France.