

1^{er} Congrès commun
AFAT Voyages Selectour



Sommaire

Le multi-canal	3
afatvoyages.fr et selectour.com	3
Des partenariats internet pour créer du trafic dans les agences.....	5
Le tourisme	6
Une offre plus concurrentielle et plus performante	6
L'exemple du groupe Transat.....	7
Des partenariats renforcés	7
L'offre transport : le choix d'une alliance	8
Le G4, première centrale d'achats en France.....	8
Accord American Express Voyages	8
Le voyage d'affaires.....	9
L'implantation du réseau.....	10
Le maillage.....	10
Les enseignes	10
La conquête du client par région.....	10
Le nouveau logo Selectour	11
L'hippocampe.....	11
Une nouvelle signature : « Voyagez l'esprit libre »	12
Le logo AFAT Voyages :	12
La marque AS	12
La gouvernance du réseau.....	13
La structure juridique	14
Le schéma juridique des 2 sociétés au 1 ^{er} janvier 2010	14
Les candidats aux postes d'administrateurs.....	15
Modalités du vote pour l'élection des administrateurs à l'A.G.E. du 17 décembre 2009	16
Les chiffres	17
Tourisme (départs de l'été 2009, du 1 ^{er} avril au 31 octobre)	17
Billetterie (émissions du 1 ^{er} janvier au 31 octobre 2009)	18
Rappel des chiffres du nouveau groupe AFAT Voyages/Selectour	18
Calendrier.....	19

Le multi-canal

4 000 experts, 1150 agences, afatvoyages.fr, selectour.com

Le réseau AFAT Voyages Selectour renforce sa stratégie multi-canal pour offrir le meilleur des 2 mondes à ses clients et ses agences.

C'est un fait acquis, nos agences de voyages font de l'internet un outil de conquête au service des clients. La stratégie 2.0 mise en place depuis plus d'un an a démontré le succès de la complémentarité de l'agence physique et de l'internet : aujourd'hui, les sites afatvoyages.fr et selectour.com ou encore le partenariat avec lastminute.com permettent de donner plus de services aux internautes.

Les actions en cours dans chaque réseau vont donc continuer pour acquérir une richesse d'expérience qui permettra d'évoluer avec les meilleures solutions.

afatvoyages.fr et selectour.com

Les sites afatvoyages.fr et selectour.com s'installent dans le paysage internet du voyage en s'appuyant sur 5 atouts majeurs :

1^{er} atout : La proximité : pour une autre personnalisation du voyage

Avec un maillage de plus de 1 150 agences, les clients ont l'assurance de bénéficier des services, conseils, savoir-faire d'une agence à proximité de leur domicile ou lieu de travail.

C'est le seul réseau qui a comme stratégie de permettre au client internaute de bénéficier systématiquement d'un service personnalisé de proximité pour l'organisation de son voyage :

- ce n'est jamais un call center qui gèrera le voyage du client mais l'une des agences qu'il aura choisie,
- ce n'est jamais un e-mail automatisé qui est adressé au client mais bien un agent de voyage, expert, qui lui répond et qui garantit que le client ait la meilleure information sur son voyage.

2^e atout : La puissance d'achat du réseau : aujourd'hui, les meilleurs prix du marché sont sur les sites et dans les agences du réseau :

Grâce à sa puissance d'achat, 2.9 milliards d'euros de volume d'affaires, le réseau garantit de donner accès à ses clients aux meilleurs prix du marché et au maximum d'offres disponibles tant en dernières minutes qu'en early-booking.

Le réseau sélectionne les meilleures offres (prix / qualité / disponibilité) auprès de fournisseurs majeurs et spécialistes, avec lesquels il entretient des liens proches pour garantir en plus du prix le meilleur accompagnement du client tout au long de son voyage.

Tout en bénéficiant des services de proximité le client va avoir accès, dans les mêmes conditions, aux meilleures offres de voyages sur les sites internet du réseau et dans les agences.

3^e atout : Le conseil : une communauté d'experts au service du client

C'est unique et inédit en France. Selectour a innové en créant la première communauté d'experts du voyage en ligne en choisissant de publier sur selectour.com les avis de ses 2 000 vendeurs experts, sous forme de commentaires produits (type TripAdvisor).

La crédibilité de ces commentaires est garantie par :

- l'indépendance du réseau vis à vis de tout fournisseur,
- la responsabilité et l'expertise professionnelle de chaque agent de voyages,
- la personnalisation de chaque avis, dont l'auteur est joignable par téléphone, e-mail et bien sûr dans son agence.

Demain, avec afatvoyages.fr cette communauté comprendra 4 000 experts au service des clients.

4^e atout : Un comparateur vol-train

En 2009, AFAT Voyages crée le « shopping basket » sur le site afatvoyages.fr, avec la possibilité pour le client d'assembler lui-même le vol (régulier ou low-cost), le séjour, l'assurance et la location de voiture.

Aujourd'hui, une autre innovation voit le jour sur le site selectour.com ! le client peut en une seule recherche comparer l'offre avion à celle du train.

Une nouvelle ergonomie a été pensée ; à partir d'une même requête, elle permet d'afficher sur la même page les informations donnant à l'internaute les critères de choix pour sa meilleure solution avec :

Sur un calendrier à plus ou moins 3 jours, il a d'un coup d'œil, pour un aller simple ou un aller-retour :

- l'offre la moins chère par rapport aux critères demandés (dates, horaires, abonnements...),
- la meilleure offre tarifaire à plus ou moins 3 jours,
- le temps de parcours le plus court à plus ou moins 3 jours.

Sur l'offre train, il peut sur le même écran choisir :

- l'aller et le retour (la combinaison la moins chère dans les horaires choisis est proposée par défaut),
- le tarif en fonction des conditions de remboursement,
- la seconde ou la première classe.

Sur l'offre avion, il peut sur le même écran choisir :

- pour un même tarif le vol aller et le vol retour correspondant à ses contraintes horaires.

L'offre SNCF intégrera le site afatvoyages.fr en 2010.

5^e atout : Le meilleur de la technologie

Dans une période où les nouvelles technologies se développent très rapidement, AFAT Voyages et Selectour ont choisi les solutions les plus récentes. Ainsi, en déployant ces solutions, le réseau en acquiert une connaissance parfaite lui permettant dans les mois à venir, d'opter pour celles qui seront les plus performantes.

Dès à présent, les équipes informatiques du réseau ont permis le déploiement de :

- 160 sites agences à la marque AFAT Voyages : un site avec une url au nom de l'agence dont les fonctionnalités sont celles choisies parmi toutes celles disponibles sur le site afatvoyages.fr, l'agence choisissant son ergonomie, une charte graphique dans une palette, et pouvant ajouter ses propres fonctionnalités.
- 210 micro-sites agences à la marque Selectour : un site avec une url au nom de l'agence, dont l'ergonomie, la charte graphique et les fonctionnalités sont celles de selectour.com.

A ce jour, on retrouve ainsi dans ces sites des applications conçues en partenariat avec :

- Amadeus (e-retail, Travel office, Traveltainment)
- Orchestra
- Koedia
- Sabre en partenariat avec ApplicaTour

Des partenariats internet pour créer du trafic dans les agences

Fin mai 2009, lastminute.com et Selectour ont lancé un partenariat marketing permettant aux clients [lastminute](http://lastminute.com) d'acheter en agence Selectour les produits du site, aux mêmes tarifs et en dernière minute. Ce partenariat, unique au monde, est un réel succès et va probablement être étendu à d'autres pays d'Europe. Il démontre à lui seul toute la force de la stratégie multi-canal mise en place par le réseau.

Quelques chiffres du partenariat lastminute.com de juin à septembre 2009 :

- 2500 dossiers réalisés,
- plus de 3,5 millions d'euros de chiffre d'affaires,
- un panier moyen à presque 1 500 euros,
- 80 % des agences Selectour ont vendu un produit lastminute.com

En 2010, sur les sites BtoC de Tour Opérateurs partenaires, les agences AFAT Voyages et Selectour seront mises en avant de la même façon que sur le site de lastminute.com.

Le tourisme

Le réseau AFAT Voyages Selectour s'est organisé pour améliorer son offre tourisme dans les agences et sur internet.

Une offre plus concurrentielle et plus performante

Quatre axes majeurs ont été définis. Ils sont les fondations du travail de la Commission Tourisme avec dès à présent des résultats concrets pour les agences de voyages et leurs clients :

- **avoir le meilleur prix marché :**
 - o pour tout séjour, trouver la meilleure offre tarifaire quel que soit le fournisseur, sur le même principe que les comparateurs internet, en garantissant en plus la disponibilité, les départs en région, la réservation en ligne...
 - o proposer régulièrement des opérations spéciales avec des offres promotionnelles très concurrentielles,
 - o accorder en agence des réductions Comités d'Entreprises normalement accessibles en direct auprès de certains Tours Opérateurs.

- **faire entrer plus de clients en agence :**
 - o continuer l'innovation marketing en créant des partenariats internet avec des Tours Opérateurs, en mettant en avant sur leurs sites BtoC les agences AFAT Voyages et Selectour.
 - o 7 brochures spécifiques seront disponibles dès 2010 aux marques AFAT Voyages ou Selectour sur les thèmes suivants : Voyage de noces, 2 brochures « Iles » dont une avec des produits exclusifs pour le réseau, Etats-Unis/Canada, Afrique, France, Thalasso.

- **une meilleure rémunération pour les agences.**

- **mieux accompagner et former les vendeurs experts du réseau :**
 - o des formations destinations et produits vont être renforcées dès 2010,
 - o les premières forces de vente du réseau auront lieu à Taba/Pétra du 21 au 24 janvier 2010, (partenariat avec Marmara, l'Office de tourisme d'Egypte et Orascom).

L'exemple du groupe Transat

Dans le cadre ces axes stratégiques, de nouveaux accords ont été passés avec des fournisseurs dont, par exemple, le groupe Transat France (Look Voyages, Vacances Transat, AmpliTravel). Ce groupe, qui est parmi les 3 premiers Tours Opérateurs en France, va contribuer à renforcer l'offre concurrentielle et performante du réseau :

- en développant des offres spéciales exclusives 4 mois par an,
- en mettant en avant 4 mois par an les agences AFAT Voyages/Selectour sur tous leurs sites internet grand public,
- en réalisant une brochure « Etats-Unis/Canada » pour AFAT Voyages Selectour,
- en optimisant le maillage du réseau avec la labellisation d'agences à la marque Look Voyages,
- en contribuant à améliorer la rémunération des agences,
- en investissant pour accompagner nos vendeurs à acquérir encore plus d'expertise,
- en adhérant à la Coopérative avec les agences Look Voyages, propriété du groupe Transat.

Des partenariats renforcés

Club Med

En 2010, toutes les agences portant l'enseigne AFAT Voyages et Selectour pourront vendre l'offre du Club Med, soit environ 800 points de ventes.

Nouveau référencé

Au 1^{er} janvier 2010, le groupe NG Travel (Boomerang, Iléa Tours, DirectTours, Promoséjours) sera référencé par le réseau AFAT Voyages et Selectour, avec un partenariat innovant et exclusif sur le réseau de distribution traditionnel.

Une nouvelle dynamique avec des Tours Opérateurs

Parmi l'ensemble des Tour Opérateurs partenaires du réseau, certains ont choisis dès à présent d'accompagner son développement : Amplitravel, Beachcomber Tours, Costa, Exotismes, Look Voyages, MSC Croisières, STI, Thalasso n°1, Vacances Transat, Voyamar.

Des rencontres sont prévues dans les semaines qui viennent avec l'ensemble des fournisseurs pour continuer cette dynamique.

L'offre transport : le choix d'une alliance

Offrir les meilleurs prix et conditions sur les compagnies aériennes est un engagement stratégique du réseau AFAT Voyages Selectour tant pour les clients affaires que loisirs

Jusqu'à ce jour, AFAT Voyages et Selectour avaient chacun des partenariats différents. Après une étude approfondie des avantages de ceux-ci, le groupement AFAT Voyages Selectour a choisi de rester dans le G4.

Le G4, première centrale d'achats en France



AFAT Voyages, American Express Voyages, Manor, Thomas Cook, ont rassemblé leurs expertises et complémentarités en constituant en 2004 un Groupement d'Intérêt Economique dénommé G4 Voyages.

Les complémentarités de ces 4 entités se manifestent aussi bien dans leurs métiers que dans leurs spécificités : deux réseaux intégrés et deux réseaux volontaires, deux opérateurs à dominante « affaires » et deux à dominante « tourisme », l'ensemble révélant une réelle cohérence dans son cœur de métier : la distribution de voyages d'affaires ou loisirs en France.

G4 Voyages a pour vocation prioritaire de mettre en synergie les acquis et les ressources existantes des partenaires dans le domaine des achats (transports, tourisme, hôtellerie, prestations diverses...), de la formation des collaborateurs, du développement des nouveaux outils et solutions technologiques.

L'ambition collective est de faciliter et de développer l'activité économique des membres du GIE, dans l'intérêt bien compris de leurs clients, entreprises et particuliers.

Depuis juin 2005, une salle des marchés mutualisée assure l'assistance des agences et la gestion des tarifs négociés. **La salle des marchés a pour mission :**

- les mises à jour des bases de données,
- l'assistance pour les tarifs négociés,
- l'expertise pour les tarifs IATA et les tarifs complexes (ex : tour du monde...).

Elle procède également à la mise à jour des documents techniques utiles aux agences telles que :

- le benchmark tarifaire,
- les tarifs low-cost,
- la formation et un site intranet dédié.

Accord American Express Voyages

Parallèlement au choix du G4 comme centrale d'achats aérien, le réseau AFAT Voyages Selectour a signé à Séville le 19 novembre un accord spécifique avec American Express Voyages concernant la mutualisation des négociations auprès d'une trentaine de compagnies aériennes.

Le voyage d'affaires

Pour les sociétés, la puissance du 1er réseau français et la qualité de service de l'agence de proximité

Aujourd'hui, l'offre voyage d'affaires du groupement AFAT Voyages Selectour est l'une des plus complètes du marché et permet aux agences et à leurs clients de bénéficier d'outils et de services les plus performants dans le voyage d'affaires avec :

- Des experts qualifiés et proches de leurs clients qui s'engagent pour un service de qualité,
- Une plate-forme de réservation en ligne accessible 24h/24 et 7j/7,
- Un outil de réservation en ligne mono-produit SNCF : Ravel,
- Des équipes opérationnelles uniques pour la gestion des demandes « on » et « off » ; quel que soit le mode de réservation, ce sont les mêmes personnes qui suivent les dossiers,
- Des outils statistiques performants pour une meilleure optimisation des dépenses des clients,
- Un outil de dématérialisation fiscale des factures,
- Des outils de notes de frais,
- Un outil d'ordres de mission : module Offline,
- Des moteurs de recherche low-cost et tarifs web,
- Un service 24h/24 qui permet de bénéficier, en français, d'une assistance totale sur l'ensemble des déplacements professionnels,
- Un plateau mutualisé : la garantie pour les clients, quelle que soit leur agence, de disposer d'un plan de continuité d'activités,
- Un service de géo-localisation afin d'assurer la sécurité des voyageurs durant leurs déplacements,
- une offre service VIP,
- des assurances spécifiques voyage d'affaires,
- une présence mondiale grâce à notre adhésion au réseau Radius.

L'implantation du réseau

Le maillage

Le réseau AFAT Voyages-Selectour représente le plus beau maillage de France, présent de façon homogène sur tout le territoire, avec 500 agences de plus que son concurrent le plus proche et représentant le :

- le 1^{er} réseau en nombre d'agences (1 150 points de vente),
- le 1^{er} réseau d'agences de voyages de loisirs et d'affaires,
- le 1^{er} réseau en nombre de collaborateurs experts (4 000 experts tourisme et affaires).

Ce maillage assure également une présence dans 98 départements en France (sur 100) avec des agences dans 610 villes dont 80% sans doublons :

- un maillage fin des principales villes françaises avec une présence dans toutes les villes de plus de 100 000 habitants,
- 75% des villes de plus de 50 000 habitants,
- 60 % des villes de plus de 20 000 habitants.

Les enseignes

A ce jour, le réseau AFAT Voyages Selectour compte :

- 350 agences sont labellisées à la marque AFAT Voyages
- 520 agences sont labellisées à la marque Selectour

Pour développer le nombre de points de vente aux marques principales du réseau, les changements d'enseignes seront cofinancés par le groupement pour :

- soit une agence sans marque qui souhaite prendre l'enseigne AFAT Voyages ou Selectour,
- soit une agence Afat et Selectour qui souhaite prendre la nouvelle enseigne Selectour.

La conquête du client par région

Cette implantation régionale est un atout majeur pour permettre de développer une stratégie de conquête régionale de parts de marché tourisme en travaillant avec les TO les plus performants de la région, leurs stocks, les prix, les actions commerciales et de communication, les actions multi-canal...

Ce travail est actuellement mis en place dans les nouvelles délégations régionales.

Le nouveau logo Selectour

Une étude qualitative (avec Ipsos) a été réalisée. Concernant leurs voyages, les clients ont prioritairement exprimé des attentes orientées vers des valeurs :

- **de Rêve, Évasion & Vacances** : le voyage évoque immédiatement des notions de découverte, d'aventure, de mouvement mais aussi de détente et de repos,
- **de Confiance & Sécurité** : tout voyage comporte une part anxiogène qu'il y a lieu de canaliser au maximum,
- **de Chaleur, Accueil & Bonheur** : le voyage est toujours synonyme auprès des consommateurs de moments privilégiés et de plaisir.

La marque Selectour apparaît comme portée par un socle de valeurs positives et spécifiques :

- **de Qualité & Expertise** : une marque dotée d'une excellente notoriété et d'une très bonne implantation physique (plus de 500 agences),
 - **de Conseil, Services & Proximité** : le premier réseau d'agences en France depuis plus de 40 ans,
 - **de Modernité, Pluralité** : une implantation multi-canal (présence physique et numérique),
 - **de Variété** : une offre diversifiée et complète, du loisir aux voyages d'affaires.
- cependant, le logo Selectour demande à être moderniser.

L'hippocampe

L'hippocampe, associé à la marque Selectour depuis 1970, pouvait être remis en question. Dans les études, il ressort comme un attribut fort et incontournable de la marque tout en renvoyant à des valeurs positives :

- **de rareté** : un animal rare, que l'on ne croise pas tous les jours,
- **de vacances** : un animal marin et mythique qui incarne le fantasme du voyage, de l'évasion et du lointain,
- **de sympathie** : un animal fragile, inoffensif et préhistorique qui est un témoin, un repère dans l'évolution des espèces,
- **de pureté, sélection, qualité** : un animal qui vit dans des eaux claires, pures, protégées.

C'est un emblème fort du réseau, un signe distinctif reconnu qui bénéficie d'un fort capital de sympathie.



Une nouvelle signature : « Voyagez l'esprit libre »

La nouvelle signature de la marque Selectour est « Voyagez l'esprit libre ». Tout voyage est un investissement émotionnel, personnel et financier important. Le voyageur peut être soumis à toutes les étapes de son voyage, de la préparation au retour, à des choix, des contraintes, des difficultés pour lesquelles il trouve avec son agent de voyages un interlocuteur responsable :

- Le Vendeur Expert s'engage à tout mettre en œuvre pour que le voyage ne soit que plaisir.
- Il construit le voyage en cherchant toujours le meilleur équilibre entre le projet, son prix et l'obligation de ne jamais décevoir.
- C'est parce que le réseau AFAT Voyages Selectour est totalement indépendant que le vendeur peut trouver en toute transparence la solution la plus adaptée à la demande et au meilleur prix.
- Il met à la disposition des clients toutes les informations et expériences permettant de leur faire goûter et comprendre à l'avance tous les aspects - évidents ou plus cachés - de leur prochain voyage.
- Il s'engage à créer pour ses clients les conditions les plus confortables et les plus professionnelles pour que leur voyage ne souffre d'aucune fausse note et ne produise aucun stress.

Le logo AFAT Voyages :

Le nouveau logo AFAT Voyages a été déployé dans le réseau l'an passé.



La marque AS

La marque AS Voyages (acronyme de AFAT Voyages et Selectour) est une marque corporate destinée uniquement à un usage BtoB, partenaires et institutionnel. Elle n'est donc pas une marque commerciale et ne sera jamais utilisée vis-à-vis du client.

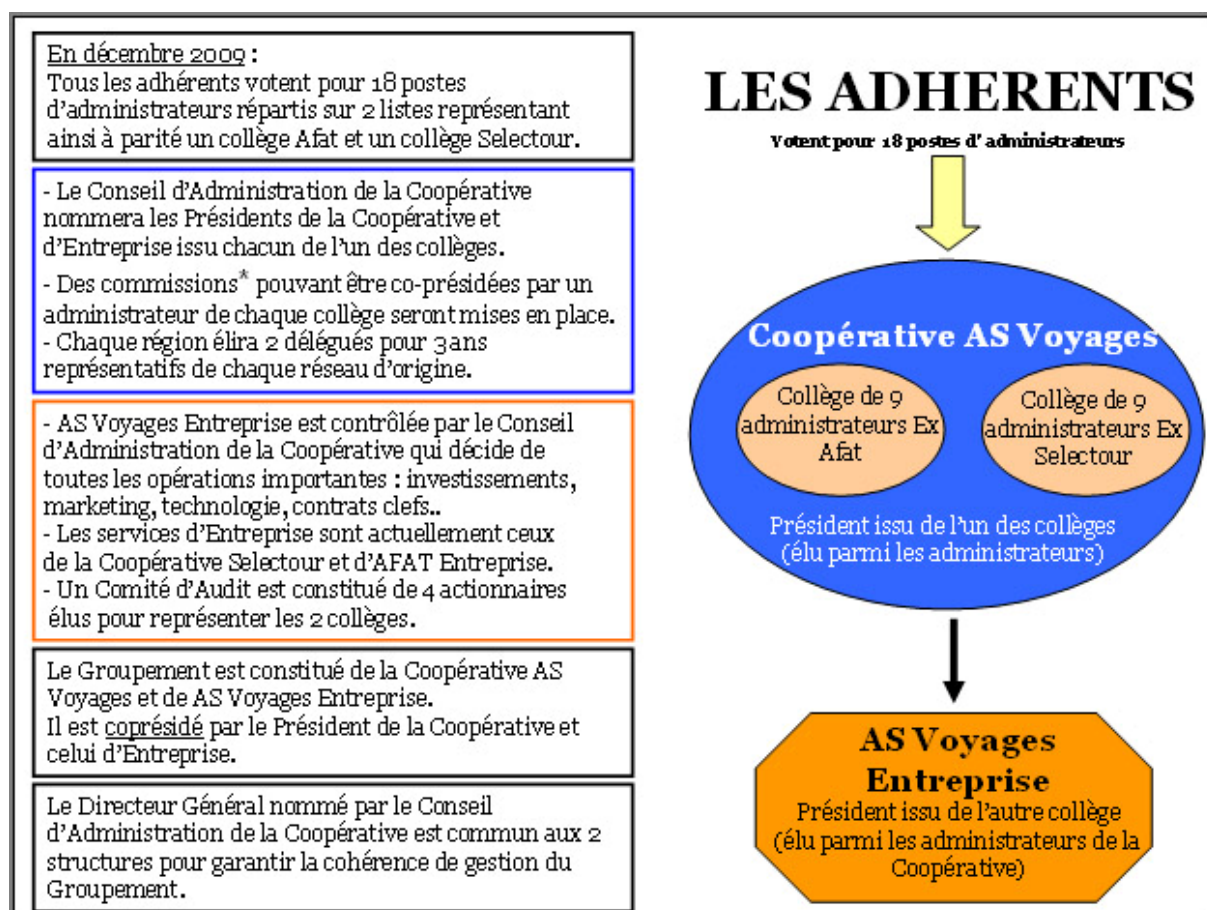


La gouvernance du réseau

Le 17 décembre 2009 se tiendra une Assemblée Générale Extraordinaire qui procédera à l'élection du nouveau Conseil d'Administration de la Coopérative AS Voyages.

En effet, une gouvernance harmonisée et paritaire est mise en place avec un premier Conseil d'Administration composé de 18 membres, élus par tous, avec 2 collèges représentant à parité chaque réseau pour une durée de 3 ans.

La Présidence de la Coopérative et la Présidence d'Entreprise seront respectivement assurées par un administrateur de chaque réseau d'origine.



*Telles que : Tourisme Affaires - Technologie - Marketing et Communication - Développement du réseau - Finances

La structure juridique

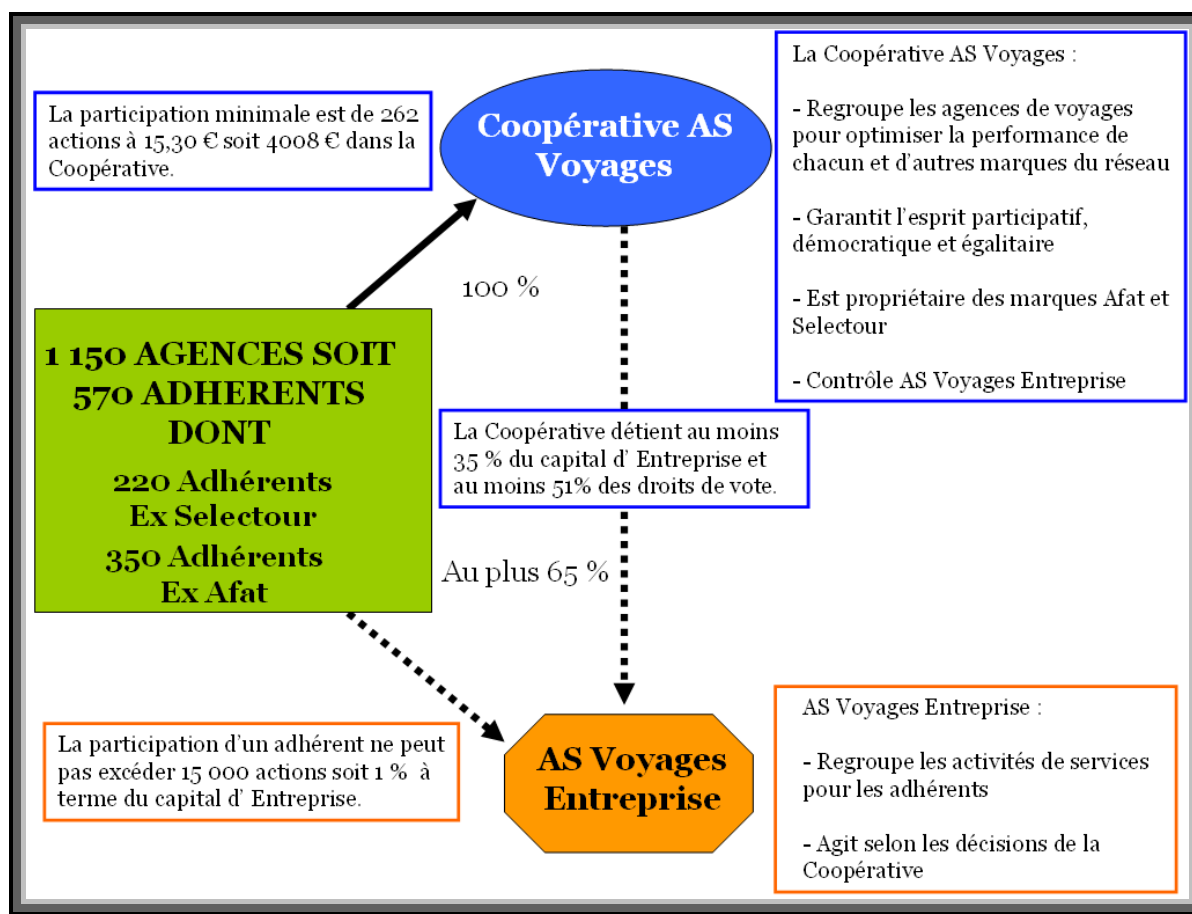
La fusion permet de créer un Groupement avec 2 entités principales : la Coopérative Selectour devient la Coopérative AS Voyages (AS, pour Afat Selectour) et contrôle une filiale AS Voyages Entreprise, SAS (Société par Actions Simplifiées) qui était auparavant Afat Entreprise.

Toutes les agences Afat vont devenir adhérentes de la Coopérative et toutes les agences Selectour qui le souhaitent pourront devenir actionnaires de l'Entreprise.

Ce Groupement bénéficie des conditions d'achat les meilleures recensées dans les deux ensembles préexistants.

Elle met en place un plan de synergies permettant d'optimiser et de rationaliser la performance des agences de ce réseau nouvelle génération.

Le schéma juridique des 2 sociétés au 1^{er} janvier 2010



Les candidats aux postes d'administrateurs

Collège A (candidats issus du réseau AFAT Voyages)

Nombre total de candidats : 16

<u>CANDIDATS</u>	<u>AGENCES</u>	<u>VILLES</u>
ANSELMINO Noël	All Voyages	ST MARTIN D'HERES
BELJANSKI Dominique	Plein Ciel Voyages	ARPAJON
BESSIERE Jean-Jacques	Corse Itinéraires	AJACCIO
BOEHM Marc	Altitude Voyages	ORLEANS
CALAS Didier	L'Atelier des Voyages	SETE
DUFRENNE Jean-Luc	Génération Voyages	LILLE
EGLESSIES Cécile	Cap Soleil Voyages	NARBONNE
FALGUEYRETTES Michel	Equipage Falgueyrettes	MONTPELLIER
GARCIA Bernard	Pyrène Voyages	MIREPOIX
GUILLERMIN Yves	Ailleurs	OULLINS
MAS Jean-Pierre	Voyages d'Oc	TOULOUSE
MUGGEO Valéry	Ama Tourisme	SEYSSINS
ROBART Anne	Jet Tours Océane Voyages	BREST
ROUILLARD Pierrick	Voyages Rouillard	PLERIN
SEVENO Jean-Marie	Envol Voyages	AUBAGNE
TRE HARDY Laure	Art Accueil Voyages	TARBES

Collège S (candidats issus du réseau Selectour Voyages)

Nombre total de candidats : 12

<u>CANDIDATS</u>	<u>AGENCES</u>	<u>VILLES</u>
ABISSET Patrick	M.N.V. Voyages	VALENCE
ALABERT Régis	Albi Voyages	ALBI
BOUSCARLE Gisèle	Bouscarle Voyages	CABRIES
de BOUARD François-Xavier	de Bouard Voyages	NANTES
FOURNIER Jean-Philippe	Voyages Fournier	TROUVILLE
GHIBAUDO Jean	Aliso Voyages	MARSEILLE
GIRARDOT Pascal	Voyages Girardot	CHALON SUR SAONE
LORENTE Jean Pierre	Bleu Voyages	RIVE DE GIER
MICHALAK Philippe	Voyages du Bac	LA VARENNE
PLANCHE Loïc	O.V.P	VILLEFRANCHE
ROZIER Evelyne	Sobretour	BOURG EN BRESSE
VAIRON Bernard	Tourisme et Voyages Vairon	LA COURNEUVE

Modalités du vote pour l'élection des administrateurs à l'A.G.E. du 17 décembre 2009

I - Qui pourra voter ?

Tous les responsables légaux des agences qui auront adhéré ou étaient déjà adhérentes (agences Selectour Voyages) à la Coopérative AS Voyages le 30 novembre seront convoquées début décembre à l'Assemblée Générale Extraordinaire du 17 décembre 2009 appelée à élire les nouveaux administrateurs de la Coopérative AS Voyages.

II- Bulletin de vote

Conformément à l'article 25 des statuts de la Coopérative AS Voyages, chaque bulletin de vote devra comporter :

- 9 noms de candidats pour le collège A (candidats issus du réseau AFAT Voyages)
- 9 noms de candidats pour le collège S (candidats issus du réseau Selectour Voyages)

Très important : tout bulletin qui ne comportera pas strictement 9 noms pour chacun des deux collèges de candidats, ni un nom de plus ni un nom de moins, sera considéré comme nul.

III - Modalités du vote

Conformément à l'article 17 des statuts de la Coopérative AS Voyages, le vote de chaque adhérent pourra être exprimé selon l'une des modalités suivantes :

- par dépôt du bulletin de vote dans l'urne prévue à cet effet le jour de l'A.G.E.
- par correspondance en envoyant le bulletin de vote au siège de la Coopérative avant la date indiquée dans la convocation à l'A.G.E.
- par l'intermédiaire d'un autre adhérent en tant que mandataire désigné qui votera pour son compte le jour de l'A.G.E.

L'article 17 des statuts précise que le nombre de voix dont peut disposer une même personne, tant en son nom personnel que comme mandataire, ne peut excéder 4 voix.

Les chiffres

Tourisme (départs de l'été 2009, du 1^{er} avril au 31 octobre)

Seuls les croisiéristes tirent leur épingle du jeu.

- Distribution Tour opérateurs : - 14 %
- Assemblage de packages : - 6%
- Croisiéristes : + 6%

Le top 5 des destinations de l'été en nombre de voyageurs :

Cet été la France a été vendue en agences de voyages

- 1^{er} - Tunisie
- 2^e - France
- 3^e - Maroc
- 4^e - Grèce
- 5^e - Espagne

Le classement est le même en volume d'affaires

Portefeuille tourisme : hiver 2009 - 2010

Un portefeuille hiver en recul de 10% à fin octobre

En nombre de voyageurs :

- 1^{er} - France dont la moitié à destination des DOM
- 2^e - Egypte
- 3^e - Maroc
- 4^e - République Dominicaine
- 5^e - Maurice

En volume d'affaires :

- 1^{er} - France
- 2^e - Maurice
- 3^e - Egypte
- 4^e - République Dominicaine
- 5^e - Maldives

Billetterie (émissions du 1^{er} janvier au 31 octobre 2009)

Le groupe AS Voyages se comporte légèrement mieux que le marché.

Billetterie aérienne :

Le groupe AFAT Voyages Selectour représente 16% du BSP France.

- En volume d'affaires : -18,3%, pour un marché global France en baisse de 18,7%,
- Le prix moyen du billet a diminué de 9% en un an (405 € contre 446 € en 2008),
- La baisse du prix moyen du billet a été plus importante en haute contribution (- 13%) qu'en basse contribution (-8%),
- La haute contribution représente 23% de l'activité globale (contre 24% en 2008).

Billetterie SNCF :

Le groupe AFAT Voyages Selectour représente 18% de l'activité SNCF en agences de voyages en France.

- à fin octobre (10 mois) : -3,8% (pour un marché global agences de voyages France en baisse de 4,3%),
- projection 2009 (12 mois - source SNCF) : - 1,3% (pour un marché global agences de voyages France en baisse de 1,9%).

Loueurs de voitures :

- Les loueurs de voitures sont à - 10 %.

Rappel des chiffres 2008 du nouveau groupe AFAT Voyages/Selectour

Le groupe AFAT Voyages Selectour représente aujourd'hui le 1^{er} réseau en puissance d'achat avec 2.9 milliards d'euros de chiffre d'affaires qui se décomposent :

Critères	Chiffres du nouvel ensemble AFAT + Selectour
Volume d'affaires total	2 900 millions d'€
TO	800 millions d'€
Production, réceptifs, groupes	590 millions d'€
Aérien	1 200 millions d'€
SNCF	220 millions d'€
Maritime, loueurs	90 millions d'€
REX cumulé (2007) (résultat d'exploitation)	31 millions d'€

Calendrier

Du 19 au 22 novembre 2009

- Premier Congrès commun à Séville

17 décembre 2009

- Assemblée Générale de la Coopérative pour entre autres élire les nouveaux administrateurs qui nommeront les Présidents.

Janvier 2010

- Lancement effectif du nouveau réseau sur un plan opérationnel.

du 21 au 23 janvier 2010

- Premières forces de ventes communes à Taba/Pétra en partenariat avec Marmara, l'Office de Tourisme d'Égypte et Orascom.