

Fitur, 30 ans au service du tourisme en Espagne

Du 20 au 24 janvier, la 30^e édition de Fitur, le salon du tourisme de Madrid, a regroupé l'ensemble des acteurs du tourisme espagnol ainsi que des représentants de nombreux pays étrangers. Au cours de ces trente années, cet immense salon a su évoluer au gré des développements touristiques de l'Espagne, passée du rang de destination balnéaire ensoleillée à celui d'une destination complète offrant un mixte de détente, de culture, de nature, d'activités et de gastronomie. Une 30^e édition marquée par la création d'un espace Fitur Green dédié au tourisme durable, le lancement de la nouvelle campagne institutionnelle de l'Espagne ainsi que par la mobilisation pour les victimes du tremblement de terre en Haïti, mais aussi par les conséquences de la crise économique.

Démarrage inhabituel lors de ce Fitur. Lors de sa traditionnelle visite du salon, le roi Juan Carlos a invité l'assemblée à respecter une minute de silence en mémoire des victimes du tremblement de terre en Haïti. Un bref hommage qui a ensuite fait place aux innombrables rendez-vous entre les prestataires et les acheteurs. Les premiers venant proposer leurs services et nouveautés aux seconds motivés à l'idée de toujours améliorer leur offre à la clientèle. Telle est la recette qui fait de Fitur un endroit incontournable depuis 30 ans. Nonobstant ce succès indéniable, la crise économique a également touché le salon espagnol. Proposant deux halls de moins que ces dernières années, les habitués n'ont pas eu de peine à constater certaines absences de marque comme Iberia ou Riu. Pourtant comme toujours, les absents ont de nouveau eu tort.

I need Spain

Tel un cri de détresse pour échapper au quotidien parfois morose, le nouveau slogan présenté par **Turespaña** lors de cette trentième édition de Fitur fait référence au besoin quasi vital des touristes de se rendre régulièrement en Espagne. Une nécessité accentuée par la variété d'une offre touristique jouant plus que jamais la carte de l'excellence en termes de rapport qualité-prix, comme nous l'explique **Laura Pena Alberdi**, directrice du bureau de Turespaña à Bruxelles. "Il s'agit clairement d'une référence aux expériences que l'Espagne propose à ses visiteurs. De même, il indique qu'une fois que l'on a goûté à la diversité et à la richesse de l'offre touristique espagnole, on peut difficilement s'en passer. Les Belges l'ont d'ailleurs bien compris. Même si nous ne disposons pas encore des chiffres définitifs pour l'année 2009, nous pouvons déjà affirmer que le recul provoqué par la crise sera minime (*ndlr. On parle d'environ 2% de Belges en moins*). Les Belges renoncent difficilement à leurs vacances. Et comme ils recherchent un excellent rapport qualité-prix, ils se tournent naturellement vers l'Espagne. Une destination variée qui a tout pour répondre à toutes les attentes. Nous remarquons également que le tourisme indépendant résiste bien. L'offre immense de connexions aériennes n'y est certaine pas étrangère. Et elle ne fait que s'étoffer. Ainsi, **Vueling** proposera dès la saison estivale (*ndlr. qui commence le 29 mars*) 3 vols par semaine entre **Bruxelles** et **Vigo**. Une ouverture de ligne importante vu le nombre de pèlerins qui sont attendus en Galice et plus précisément à Saint-Jacques de Compostelle en cette année sainte. Dans un même ordre d'idée, **Ryanair** programmera prochainement des vols sur **Ibiza** au départ de Charleroi. Connue pour ses possibilités de sortie, cette destination possède un patrimoine classé à l'Unesco. Elle séduira donc les jeunes comme les amateurs de culture. Mais ce ne sont là que deux exemples des

développements que connaît le tourisme en Espagne. En effet, les instances publiques espagnoles, tout niveau confondu, ne lésinent pas sur les moyens pour dynamiser le marché. De nombreuses rénovations sont en cours et l'aspect développement durable joue un rôle de plus en plus important."

Et on peut aisément le comprendre. Vu l'effondrement du secteur immobilier et de la construction en Espagne, le tourisme s'apparente plus que jamais à un pilier essentiel pour le redressement du pays. Et donc, autant le touriste peut ressentir le besoin de se rendre en Espagne, autant l'Espagne a également besoin des touristes.



Fitur Green

Fidèles à leur tradition d'innovation pour offrir un programme toujours plus complet aux visiteurs, les organisateurs du salon ont initié le séminaire Fitur Green. Cette première édition de ce séminaire avait pour titre '**Towards a more competitive industry**'. Lors des débats et présentations, il fut principalement question des mesures à mettre en œuvre dans les hôtels pour économiser de l'énergie.

Un thème très présent dans les halls accueillant des hôtels. Parmi les stands les plus en vue, celui de **NH Hoteles** sortait du lot. Recouvert en partie de gazon synthétique, il affichait clairement la couleur. Par le biais d'un plan stratégique à l'horizon 2012, le groupe entend réduire sa consommation énergétique de 20%.

Transhotel

Transhotel occupait une place bien en vue dans le hall 10 de la Feria de Madrid. Nous y avons rencontré **Ruggiero Ricco**, directeur commercial Europe, Moyen-Orient et Afrique du broker hôtelier. "La crise économique nous a incité à prendre davantage nos responsabilités vis-à-vis des agents de voyages. Nous avons fait preuve d'une grande créativité pour aider les agences à engranger des bénéfices. Nous avons donc lancé de nombreuses actions, promotions et améliorations du **système TOR**. Nous avons également créé la société **Booking Express**. Par ce biais, le client peut passer sa réservation en agence de voyages et payer ses nuitées à l'hôtel. Ensuite, nous rétrocédons une commission garantie de 10% à

l'agence. Nous avons également mis au point une collaboration avec **Amadeus** qui nous donne une grande satisfaction. Et nous poursuivons notre expansion en 2010. Depuis quelques semaines, nous proposons des **billets d'avion** de compagnies régulières et low cost dans notre système. Notre but est d'aider les agents de voyages qui n'ont plus les moyens d'être IATA. Prochainement, nous compléterons encore notre offre. Nous y ajouterons les **voitures de location**. Associés à nos hôtels, transferts et excursions terrestres, ces produits nous permettent de proposer une gamme complète et variée de produits. De ce fait, je nourris de bons espoirs pour 2010." Plus d'infos sur www.transhotel.com



Andalousie

Impossible de manquer l'Andalousie à Fitur. Occupant un hall complet, la région méridionale de l'Espagne y présentait ses nombreux attraits. Une des nouveautés abordées était l'ouverture par la compagnie **Air Nostrum** d'une nouvelle ligne aérienne entre **Almería** et **Séville**. Désormais, la station balnéaire ne se trouve qu'à une heure de vol de la capitale de l'Andalousie. Assurée deux fois par jour du lundi au vendredi et une fois par jour durant le week-end, elle offre la possibilité aux touristes (*ndlr. même si elle a principalement pour but de faciliter la vie des citoyens et s'apparente donc à un service public*) de découvrir les merveilles de Séville même en résidant le long du littoral orientale du pays. L'horaire permet en effet un aller-retour sur la journée.

Par ailleurs, l'Andalousie met également de nombreux moyens en œuvre pour rénover ses infrastructures tout en privilégiant l'environnement. Plus d'infos sur www.andalucia.org



Valence, l'active

En 2010, **Valence** confirmera de nouveau son statut de ville sportive. Une nouvelle fois, elle fera le plein d'événements mondiaux. Autant de bonnes raisons supplémentaires de visiter cette ville qui allie, comme nulle autre, patrimoine, modernisme et dynamisme. Elle accueillera ainsi l'**America's Cup**, la plus importante compétition de voile, en février. Le 27 juin, le grand cirque de la **Formule 1** envahira les rues de la ville. Ensuite en novembre, les **motos GP** prendront d'assaut le circuit de la ville alors que les stars de la raquette s'affronteront dans le cadre l'**Open de Tennis ATP**. Et ce ne sont là que quelques événements sportifs qui rythmeront l'année à Valence. La ville accueillera aussi la première édition du **MTV Winter Festival**, une occasion de combiner une découverte de la ville à un festival regroupant les stars mondiales de la musique. Enfin, les fins gourmets y trouveront également leur compte. Diverses opérations comme la semaine des restaurants figurant aussi au programme. Plus d'infos sur www.turisvalencia.es

Iberostar

Sur le stand d'**Iberostar**, **Luis Hérault Vilá**, chief marketing officer du groupe hôtelier espagnol depuis un an, nous a brièvement exposé les évolutions à venir de la marque commercialisée par **Thomas Cook**. "De nombreuses ouvertures sont prévues en 2010," nous lance-t-il d'entrée de jeu. "En 2010, nous ouvrirons au moins six nouveaux hôtels. Trois en Tunisie où l'**Iberostar Saphir Palace** (janvier), l'**Iberostar Diar El Andalous** (avril) et l'**Iberostar Royal El Mansour** (juin) viendront y renforcer notre présence. De même, nous ouvrirons aussi l'**Iberostar Saïdia** dans la nouvelle station balnéaire marocaine du même nom en mars prochain ainsi que l'**Iberostar Kipriotis Maris** à trois kilomètres de Kos en Grèce en avril 2010. Nous inaugurerons aussi en octobre prochain, l'**Iberostar Mencey** à Ténériffe. Enfin, je m'en voudrais de ne pas rappeler les ouvertures récentes de l'**Iberostar Palmyre** en Tunisie, de l'**Iberostar Club Boa Vista** au Cap Vert, de l'**Iberostar Laguna Azul** à Cuba et bien entendu, last but not least, de l'**Iberostar Grand Hotel Salomé** à Ténériffe, un établissement membre de **The Grand Collection**. Comme toujours, ces établissements bordent les plus belles plages et offrent des services irréprochables pour des vacances inoubliables." Plus d'infos sur www.iberostar.com



Jetair

Comme chaque année, Jetair avait dépêché une imposante délégation de product managers vacances en avion et vacances en voiture. Nous y avons rencontré **Patrick Vancompernelle**, directeur de Jetair Vacances en voiture, accompagné de **Benedict Deceuninck**, product and contracts manager et **Joke Hélas**, assistant product manager. Une occasion de prendre le pouls du marché. "De manière générale, les réservations sont un peu plus lente au démarrage cette

année. Toutefois, il est encore trop tôt pour tirer des conclusions. Cette année, nous proposons de nouveau une vaste gamme de produits familiaux sur le marché espagnol. Une offre variée d'établissements 3 et 4 étoiles. Le tout assorti de bonnes réductions rapides. De plus, nous disposons de deux animateurs Jetair qui s'occupent des enfants dans leur langue. A ce sujet, les Funny mini-club et leur célèbre mascotte, déjà présente depuis un petit temps dans l'offre de vacances en avion, font leur apparition à Lloret de Mar. Les petites têtes blondes s'en réjouiront. Par ailleurs, nous proposons aussi des prix incroyables hors saison pour les 55 ans et plus. Notre objectif en l'occurrence est d'également envoyer davantage de couples en basse saison en Espagne." Plus d'infos sur www.jetair.be

