

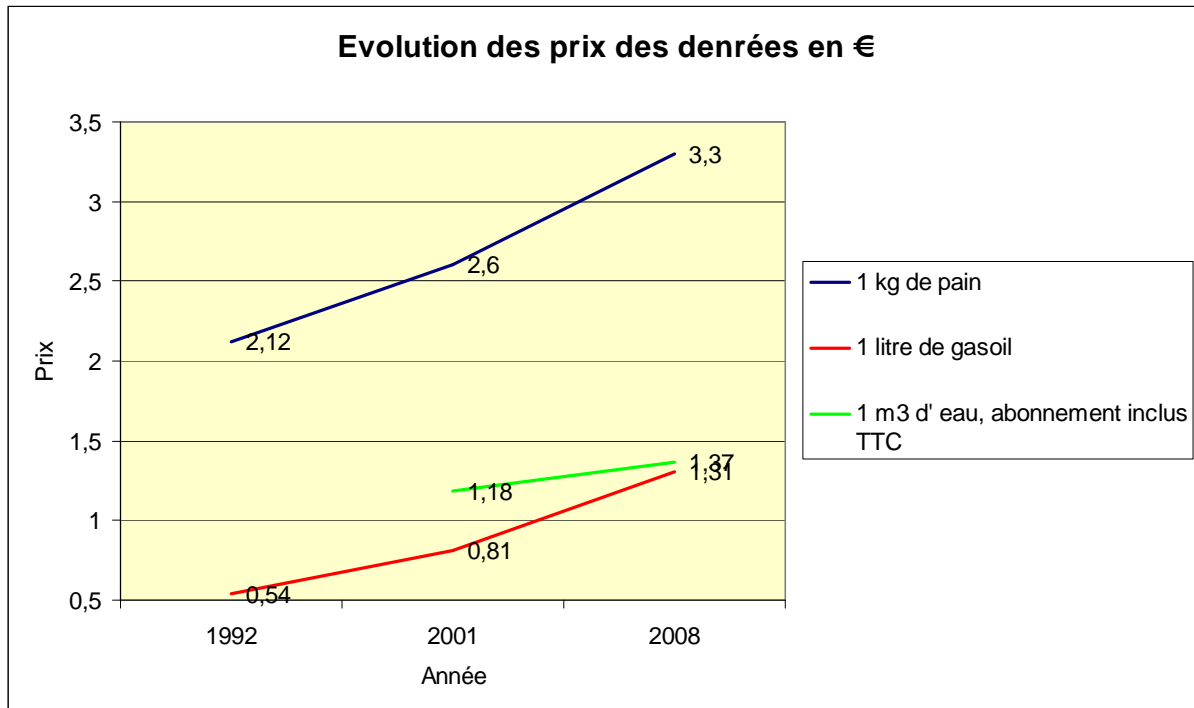


Le juste prix des voyages

Par Jean-Pierre Lamic et Pascal Lluch
Novembre 2008

Partant du postulat qu'en matière de voyages, seul le juste prix pourrait permettre de payer l'ensemble des intervenants (des pays du Nord comme du Sud) avec une rémunération juste, nous allons faire le point sur ce qui s'est passé depuis la fin de la première guerre du Golfe, plus particulièrement depuis 1992, mais aussi après l'an 2000.

Nous avons vu augmenter régulièrement les prix des denrées ou services de base :
Le tableau ci-dessous donne une idée de l'évolution des prix du pain, du litre de gasoil, et de l'eau.

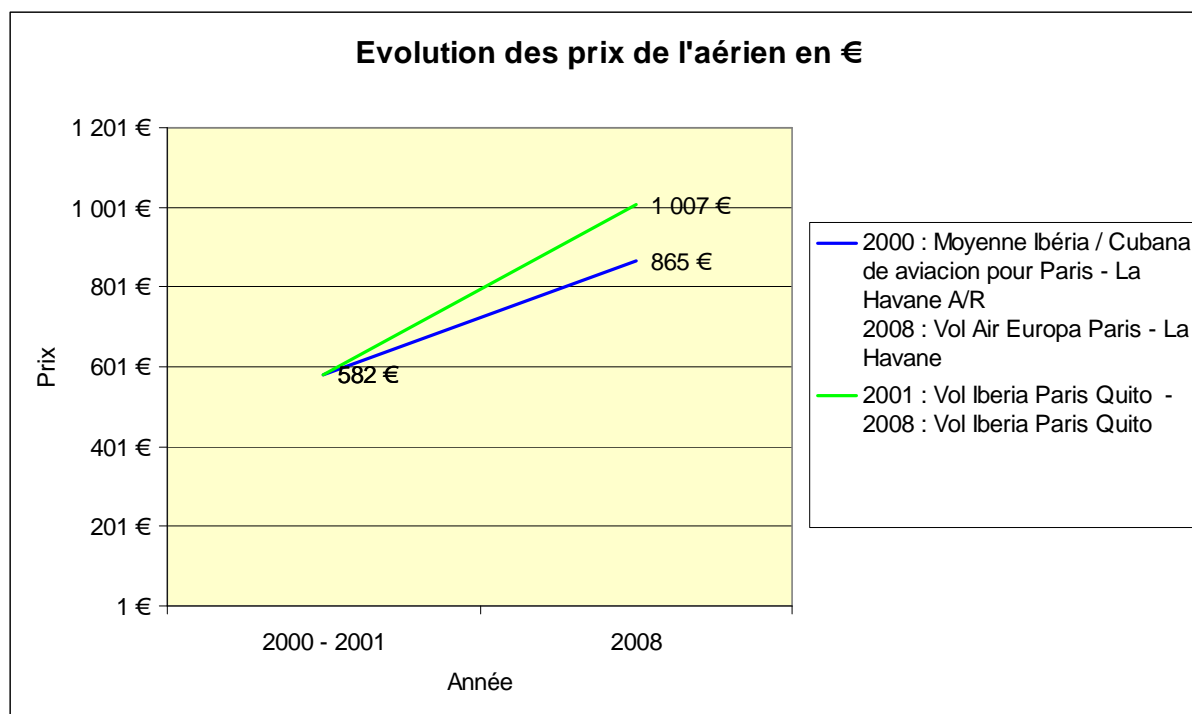


Source Insee.

Un touriste mange, se déplace (de plus en plus), et consomme de l'eau (en moyenne 300 litres par jour !).

En outre, ce qui a le plus augmenté en matière de voyage, ce sont les prestations aériennes, dès lors que la destination n'est pas livrée à une concurrence effrénée et proposée par les compagnies low-cost.

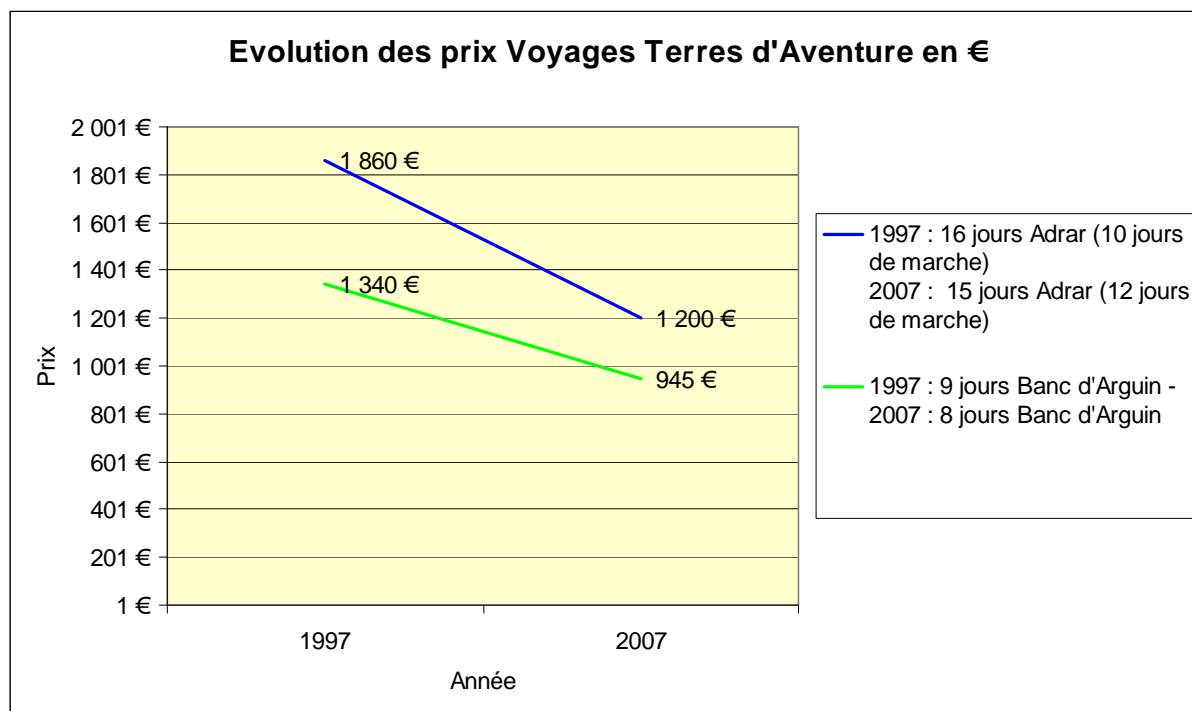
Le tableau suivant donne une idée de ce phénomène pour des destinations qui répondent à ces critères.



Prix budgétés dans des voyages à forfait des années mentionnées

Tout laisse donc à penser que les prix des voyages ont augmenté depuis 1992. Or c'est fréquemment l'inverse qui s'est produit !

Comme le tableau le montre ci-dessous pour un voyage dans l'Adrar mauritanien, ils ont largement diminué entre 1997 et 2007.



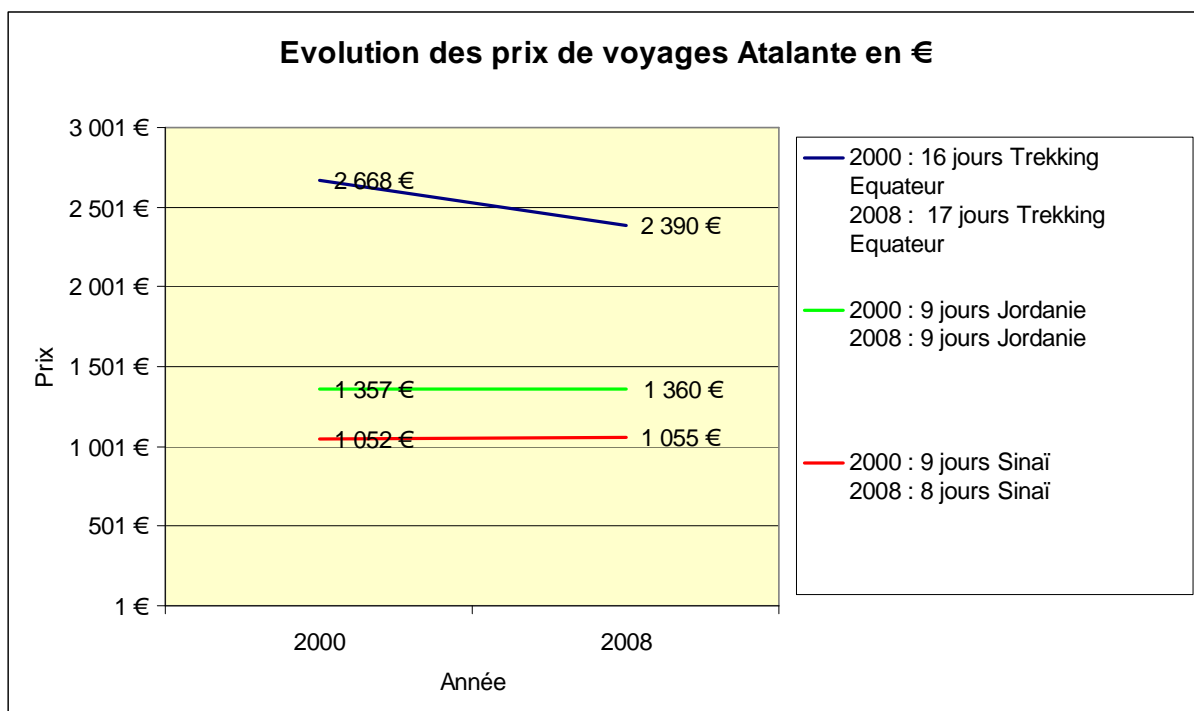
Comparatif de prix de vente de séjours (francs transcrits en euros) entre 1997 et 2007 en Mauritanie chez Terres d'Aventure, sans prise en compte de l'inflation.

Pourquoi, alors, observe-t-on une telle baisse, si les touristes mangent toujours les mêmes quantités de nourriture et se déplacent plus encore qu'auparavant ?

Le marché a suivi les évolutions suivantes :

- Les vols charter mis en place en 1997 sur la Mauritanie ont concentré l'offre et la concurrence sur Atar, (et au passage les surfréquentations), et ont rendu plus improbable la possibilité de voyages alternatifs. L'offre s'est donc standardisée et appauvrie.
- Cette concentration des itinéraires a eu pour effet la baisse des marges pour tenter de s'aligner sur les prix de l'opérateur voisin. Baisse des marges qui fragilise nombre d'opérateurs et tire inexorablement les salaires vers le bas.
- À celle-ci s'est joint l'abandon quasi systématique des accompagnateurs français, pourtant seuls représentants du Tour-opérateur sur place, les plus à même de valider, décrire, vendre et modifier les itinéraires. Ils étaient en outre médiateurs, et acteurs des transferts bilatéraux de compétences.
- Enfin, les frais de fonctionnement des agences, et plus particulièrement les salaires, ont été largement revus à la baisse, par l'emploi (souvent abusif) de stagiaires, et le recours à du personnel de moins en moins qualifié.

Cet autre tableau montre l'évolution des prix concernant divers voyages de l'agence Atalante entre 2000 et 2007.



Comparatif de prix de vente de séjours (francs transcrits en euros) entre 2000 et 2008 chez Atalante, sans prise en compte de l'inflation.

L'exemple de l'Équateur est caractéristique : le pays a été dolarisé au début de cette période 2000–2008. Il a donc subi de fortes hausses de prix, dues au passage d'une monnaie faible à une autre plus forte, mais encore des taux d'inflation bien supérieurs à ceux que nous avons connus en Europe. Si en 2000, on pouvait dîner pour 2 dollars à Quito, il faut compter au moins 10 dollars aujourd'hui. Enfin les vols ont augmenté de manière notoire comme le montre le tableau concernant les prix de l'aérien.

En 2000, l'agence Atalante sous traitait ses séjours en Équateur à une agence locale britannique, bien connue pour tirer continuellement les prix vers le bas, et n'utilisait déjà plus les services d'accompagnateurs en montagne diplômés. En revanche, certains voyages proposant l'ascension de sommets (Chimborazo, Cotopaxi) étaient toujours encadrés par des guides de haute montagne, conformément aux obligations légales françaises.

C'était le cas du voyage de l'année 2000 qui sert d'exemple à ce tableau, et proposait un itinéraire très largement similaire à celui de 2008, mais sans guide IUAGM (c'est-à-dire reconnu par les instances internationales).

Il est donc aisé de comprendre ce qui s'est passé pour que les prix baissent de manière si conséquente : la suppression du guide français.

Quant aux voyages en Jordanie et dans le Sinaï, ils montrent que leurs prix n'ont absolument pas suivi le coût exponentiel des ingrédients qui constituent deux prestations pourtant identiques, puisqu'il s'agit des mêmes voyages.

En considérant l'inflation en France sur la période 2000–2008, ils coûtent eux aussi moins cher (16% d'augmentation des prix à la consommation de janvier 2001 à novembre 2008 – source Insee).

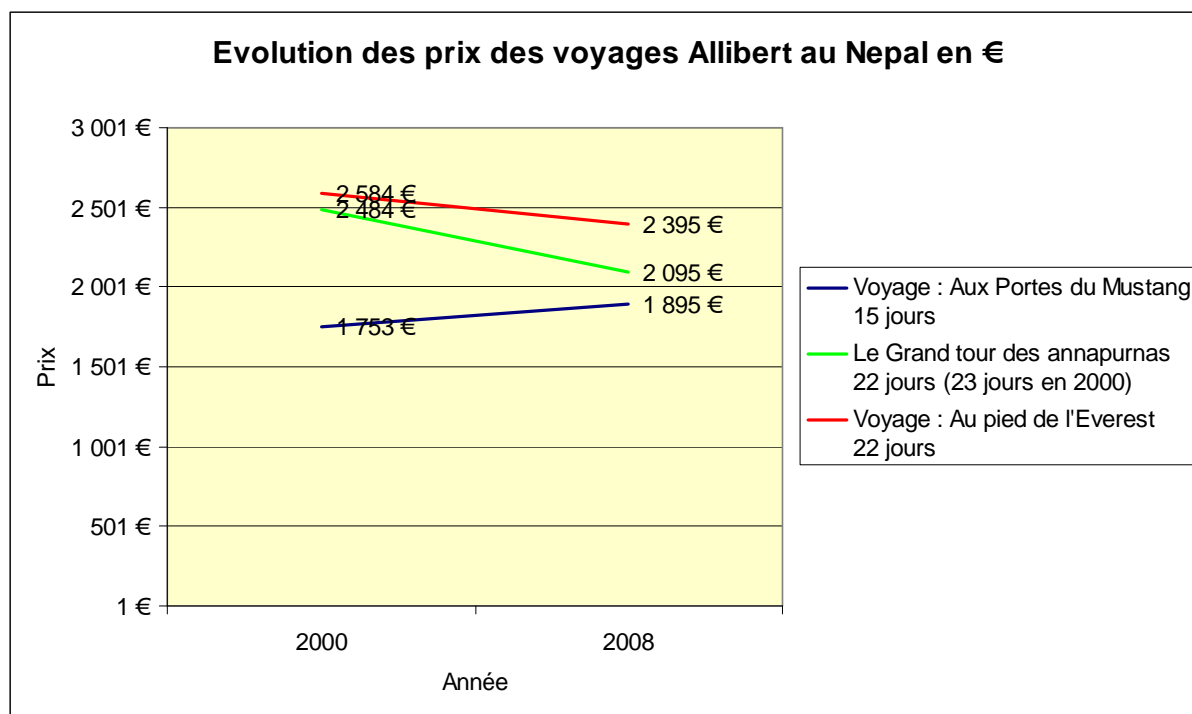
On comprend mieux l'ampleur du phénomène lorsqu'on sait, par exemple qu'un voyage de 8 jours dans le Sinaï par Rev Egypt coûtait **1099 €** (francs transcrits en euros, sans prise en compte de l'inflation) en 1993. En 15 ans, ce voyage n'a pas augmenté !

Les raisons invoquées précédemment pour la Mauritanie, liées aux suppressions de compétences en interne, en sont la cause. Le transfert vers la sous-traitance d'une part toujours plus large des tâches (conception d'itinéraires, réalisations de devis...), qui étaient réalisées préalablement en agence (une forme de délocalisation, souvent bénévole), représente une autre partie importante des gains obtenus sur les coûts.

Certains regroupements, et rachats de sociétés ont permis la mise en commun de services aériens ou la rationalisation de systèmes informatiques, et favorisé une politique d'allotements à tarifs préférentiels (réservations préalables de masse).

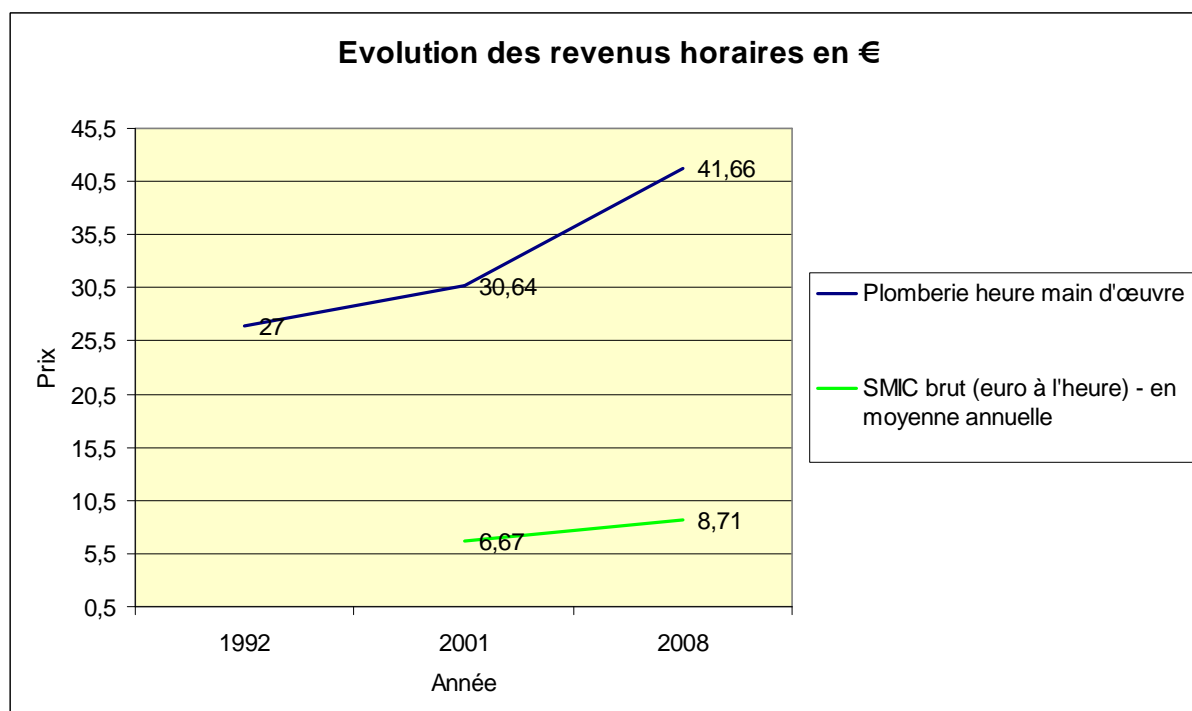
Des emplois faiblement rémunérés, des frais de reconnaissance de terrain devenus nuls, et des co-productions de séjours, complètent la palette de l'ensemble des économies d'échelle réalisées.

Pour conclure sur ce chapitre voici les prix des voyages Allibert au Népal :



Prix mentionnés dans les catalogues des années concernées (francs transcrits en euros) entre 2000 et 2008 sans prise en compte de l'inflation.

Comparons maintenant ces courbes décroissantes avec celles des revenus :

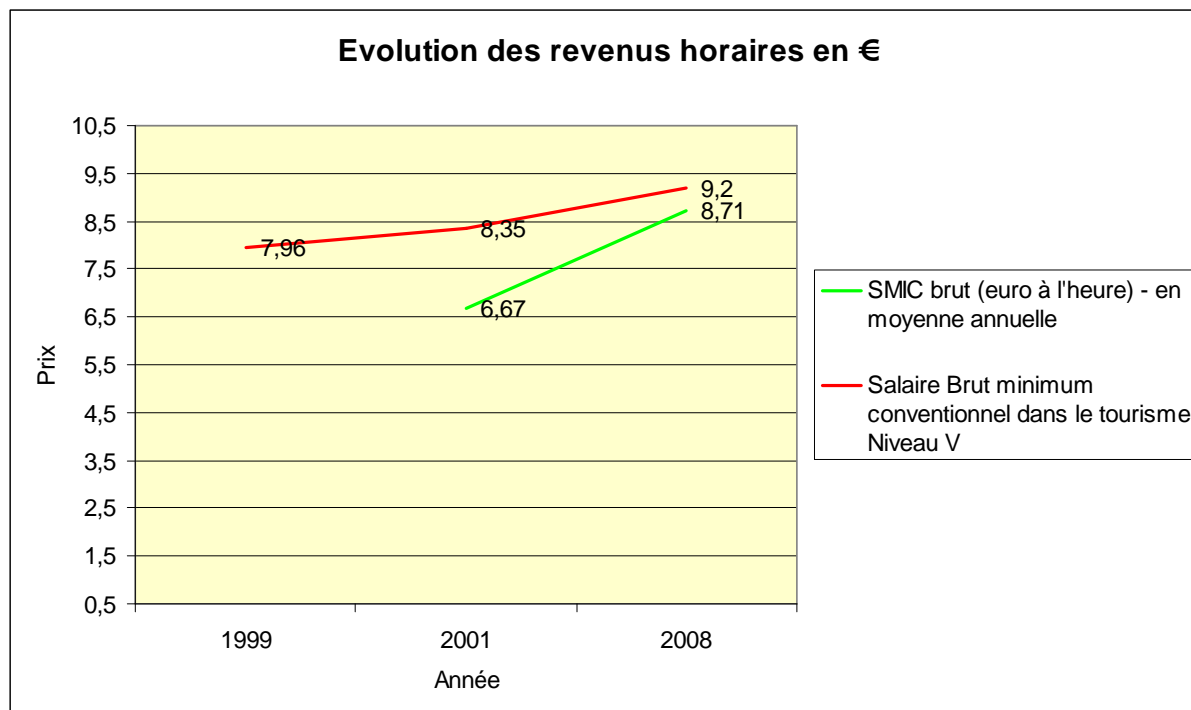


Source Insee

Inversement, il est alors possible de constater que les revenus ont augmenté. Certes, moins rapidement pour les Smicards que les plombiers ! Mais tout de même ! Rapporté

aux prix actuels des forfaits touristiques, le pouvoir d'achat en matière de voyages en tout compris s'est largement accru !

Pour les employés du secteur touristique, il est pourtant notoire de constater que le Smic général rattrape le Salaire minimum par niveau des employés du secteur. Les 2 courbes se sont même télescopées lors du passage aux 35 heures pour les 4 catégories inférieures. Ce qui signifie que seuls les employés de niveau V, techniciens ou agents de maîtrise, ont vu leur salaire minimum se maintenir au dessus du SMIC !



Sources Insee, et SNAV

Qu'en conclure ?

V.V.E tire la sonnette d'alarme depuis sa création.

La standardisation qui découle de la tendance déflationniste des voyages nuit gravement à l'industrie touristique par la qualité qui s'amenuise, et les recours devenus improbables pour cause de sous-traitance.

Le pouvoir d'achat, lui a augmenté. En fait, nous avons assisté à une baisse nette du prix des voyages, dont une partie du prix est calculé (en général au moins les 2/3) avec des salaires du Nord.

La croissance du secteur, qui s'est industrialisé, a été portée par la mise à disposition pour les consommateurs d'un produit qui coûtait de moins en moins cher ; aujourd'hui la boucle est bouclée ! Mais cette logique ne vaut que pour une croissance exponentielle qui commence à faire défaut aujourd'hui et n'est pas souhaitable, puisque non viable, pour demain.

La baisse des marges, pour être supportable (sur le court terme uniquement), ne peut être compensée que par l'augmentation du volume d'activité...

Les mécanismes décrits ci-dessus génèrent frustrations et démobilisations, aussi bien parmi les partenaires locaux, qu'au sein des équipes des voyagistes constituées de collaborateurs français.

Les prix tirés vers le bas sont incompatibles avec les valeurs intrinsèques de tourisme responsable que nous prônons.

Le juste prix, lié à la transparence, et à une juste affectation des dépenses, constitue par conséquent l'un de éléments déterminant l'acceptation des voyageurs au sein de V.V.E.

Quant aux offres de voyages à bas prix qui fleurissent partout, des murs de nos villes aux sous sols des métros, jusque sur Internet, il convient de rappeler les points suivants :

Seuls les invendus peuvent être bradés : places dans un avion, sur un bateau de croisière, dans une chambre d'hôtel...

Rappeler inlassablement que le prix de ces invendus ne représente en rien la valeur intrinsèque des voyages proposés, et que si elles ne sont pas encadrées, ces pratiques finiront par déstabiliser totalement le marché, est un axe fort de la mobilisation de V.V.E.

Obliger ces vendeurs de « *places vides* » à dire qu'ils commercialisent des invendus, et pas des produits touristiques (ce que l'on appelle communément des voyages à forfait), représente l'une de nos revendications majeures.

Que le MT (ministère du tourisme) puisse nous entendre...

Il serait opportun également que le Syndicat National des Agents de Voyage (SNAV), mette un peu d'ordre dans ces pratiques qui discréditent le travail d'une partie des professionnels du tourisme, notamment de ceux qui souhaitent proposer un tourisme alternatif.

Leur rappeler que la demande provenant des consommateurs est forte en ce domaine, nous semble important.

Et d'implorer le voyageur qui se veut responsable !

Rapportez-vous à la charte des voyageurs éco-responsables, pour qu'avant de réserver un voyage, vous puissiez poser les bonnes questions !

Soyez-en certain, un prix trop bas cache toujours un vrai choix, dont la motivation n'a rien d'éthique !