

SUCCESS- STORIES



L'agence de voyage française Weekendtour est devenue en moins de 5 ans, un acteur incontournable du marché des courts séjours tout compris en France. L'année 2010 marque pour la petite boîte qui monte mais qui n'est pas une box, une forte croissance et une année de très belles perspectives pour son développement. Une année où tout s'accélère pour cette PME qui prend de plus en plus de poids sur un marché hautement concurrentiel.

Petit retour sur les événements passés et bilan à fin de semestre 1 d'une année charnière pour un parcours sans faute sur la route du succès.

**Haute qualité des prestations proposées et Satisfaction client exigée :
Les facteurs clés du succès de l'agence de voyage spécialisée sur les
séjours en France, Weekendtour.**

Le pari de départ : proposer des séjours clés en mains avec de réelles garanties, orchestrés par des professionnels du tourisme.

Au départ, une petite idée toute simple à germer dans la tête d'Alexis Vervelle, 28 ans, fondateur de l'agence de voyage Weekendtour. Celle de proposer sur le marché des courts séjours en France, des offres clés en mains.

C'est-à-dire, des séjours « tout compris » vraiment innovants, proposant hébergement mais aussi activités ludiques, culturelles et/ou sportives prépayées pour partir à la découverte des régions.

Nous sommes en 2006 et Alexis Vervelle, fort de l'obtention d'une licence d'agent de voyage, présente sur le marché du tourisme son offre différenciatrice.

Avec un réseau de partenaires privilégiés, tous professionnels du tourisme et basés en région, il commercialise les premiers coffrets séjours tout compris en France.

La vente s'effectue via la boutique en ligne du site Internet de l'agence. L'équipe est réduite à 2 personnes, Alexis Vervelle, fondateur plus un associé. Weekendtour s'appelle alors, SmartWeekend. L'offre s'articule autour de 3 grandes thématiques réparties en 120 séjours sur l'ensemble de l'hexagone.

Juin 2010 : 4 ans plus tard, l'agence de voyage fondée par Alexis Vervelle a bien progressé...

De 2006 à 2010, 4 années pour s'imposer sur un marché hautement concurrentiel et saisonnier.

Pour se faire une place sur un marché hautement concurrentiel, dominé par des internationaux à fort pouvoir marketing, Weekendtour ne déroge jamais de sa philosophie première : **Proposer des services de qualité.**

« Alors que nous n'avions aucun budget pour répondre aux vastes campagnes publicitaires de nos concurrents, nous avons tout misé sur la satisfaction des clients, leur fidélisation et leur recommandation, confie **Alexis Vervelle**. Avec une exigence de qualité nous avons développé notre réseau de partenaires et mis en place des services à forte valeur ajoutée. Nous avons été les premiers à proposer des disponibilités de garantie et un service de réservation pour chacun des séjours. »

CONTACTS PRESSE :

Weekendtour

Alexis Vervelle

DG

01 43 35 12 59

vervelle.alexis@weekendtour.fr

www.weekendtour.fr

Agence Com2M Communication

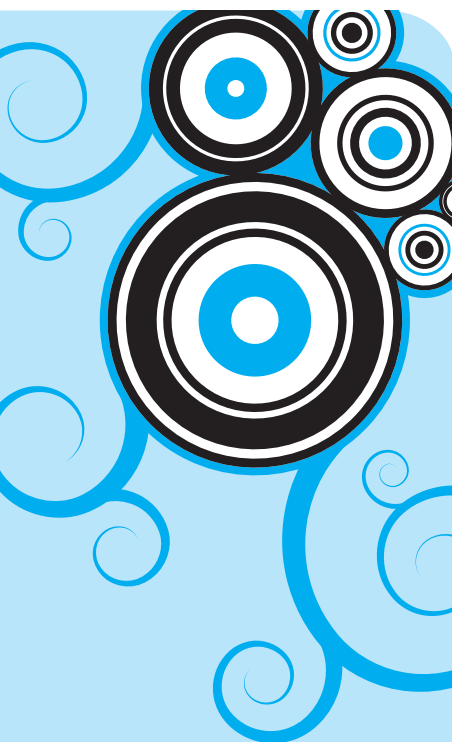
Marylène Mourlevat

Attachée de presse

06 62 75 57 28

mary@com2m.com

www.com2m.com



Et, la stratégie se révèle payante avec aujourd'hui plus de 20% des clients, partis en séjour avec Weekendtour qui rachètent un coffret nouveau, dans l'année.

Weekendtour, membre fondateur de l'association AFP3C.

Fin 2008, une vaste campagne de presse pointe du doigt les dérives du marché des coffrets cadeaux. Weekendtour est alors remarquée par ses pairs comme un des acteurs les plus fiables de son marché. A l'issue de cette enquête, sur 41 coffrets à l'étude, seul 6 ont été "recommandé par UFC Que Choisir " dont le coffret Gourmand à la ferme de Weekendtour.

L'agence de voyage d'Alexis Vervelle est consultée, courant 2009, pour la création d'une association encadrant la profession. Elle devient membre fondateur de l'AFP3C. Association à laquelle elle participe encore activement aujourd'hui.

" Nous veillons ensemble à ce que ce métier soit exercé suivant une charte déontologique qui garantisse une offre de qualité pour le bénéficiaire », explique Alexis Vervelle.

Une présence dans les grandes enseignes de distribution sur l'ensemble de la France.

L'agence de voyage réalise en 2009, un CA de 2,5 millions d'euros soit une progression de plus de 100% par rapport à son exercice de l'année précédente.

Quelques mois plus tard, en Janvier 2010, Turenne Capital et Carvest, sociétés d'investissement du Crédit Agricole, investissent 1,1 millions d'euros dans le capital de Weekendtour afin de l'accompagner dans sa croissance.

L'agence de voyage emménage, dans la foulée, dans de nouveaux locaux.

Avec un open space de 200 m2 en plein cœur de Paris, elle double ses effectifs en 6 mois.

Aujourd'hui, l'équipe Weekendtour se compose de 15 personnes en plus de son équipe de direction. Elle vient notamment de recruter trois nouveaux responsables pour développer les secteurs de la grande distribution, de l'e-commerce et du BtoB.

Tous les coffrets de la gamme Weekendtour sont référencés au niveau national dans les enseignes CORA-LECLERC-AUCHAN. Soit, une présence pour Weekendtour dans plus de 200 points de ventes répartis sur l'ensemble de la France.

« Nous prévoyons de doubler nos points de vente d'ici à Noël prochain, ajoute Alexis Vervelle. Et bien entendu, l'agence de voyage poursuit la commercialisation de ses coffrets sur Internet. »

Une nouvelle saison innovante, en préparation.

Aujourd'hui, 4 ans, après sa création, l'offre de Weekendtour s'articule autour de seize coffrets déclinés par thèmes. L'agence de voyage spécialisée propose pas moins de 850 séjours, dont 450 forfaits touristiques tous valables pour deux personnes.

Pour la rentrée 2010/2011, elle prévoit le lancement d'une nouvelle saison avec un renforcement et un développement de ses offres.

« Nous allons prendre un nouveau virage, souligne Alexis Vervelle, Notre offre va subir une nouvelle articulation et nous présenterons un produit, vraiment différent et unique. Une innovation 100% Weekendtour. »

CONTACTS PRESSE :

Weekendtour

Alexis Vervelle

DG

01 43 35 12 59

vervelle.alexis@weekendtour.fr

www.weekendtour.fr

Agence Com2M Communication

Marylène Mourlevat

Attachée de presse

06 62 75 57 28

mary@com2m.com

www.com2m.com

De nouveaux défis s'annoncent donc pour l'année 2011...

Une saison prochaine qui démarrera dès l'automne 2010, pleine promesses et de beaux challenges.

**L'agence de voyage Weekendtour vous remercie
de l'intérêt que vous portez à son actualité.**

M. Alexis Vervelle se tient à votre disposition pour un entretien privilégié.

A propos de Weekendtour

Weekendtour est une agence de voyage spécialisée dans la commercialisation de coffrets séjours proposés sur l'ensemble du territoire hexagonal.

*Bien plus qu'une simple box, Weekendtour s'est positionnée dès sa création en 2006 sur un concept innovant sur le marché des coffrets cadeaux : **le coffret séjour tout compris en partenariat avec les professionnels du tourisme régional.***

*Weekendtour a su en 3 ans fédérer l'offre touristique de **85 offices et comités de tourisme** au sein de ses coffrets cadeaux et c'est sur la force de ce réseau que Weekendtour s'appuie pour proposer des séjours de qualité, innovants et « tout compris ». L'ensemble de ses gammes de coffrets compose un catalogue thématique pour un vaste choix de séjour en fonction des besoins, des envies et des attentes des consommateurs finaux. Avec aujourd'hui seize coffrets déclinés par thèmes, l'agence de voyage spécialisée propose pas moins de 850 séjours, dont 450 forfaits touristiques tous valables pour deux personnes.*

Plus d'infos sur www.weekendtour.fr



CONTACTS PRESSE :

Weekendtour

Alexis Vervelle

DG

01 43 35 12 59

vervelle.alexis@weekendtour.fr

www.weekendtour.fr

Agence Com2M Communication

Marylène Mourlevat

Attachée de presse

06 62 75 57 28

mary@com2m.com

www.com2m.com