

**ANNEXE III
INFORMATIONS DIVERSES**

Frais agence par dossier :

Billetterie moyen courrier	25 €
Billetterie long courrier	40 €
Forfait	36 €
A la carte	70 €
Autres (train, hôtel, voiture, maritime)	15 €

Tarif carte senior :

55 € par souscripteur

Coordonnées Monsieur et Madame ARTIG :

3 Allée des Lilas
57 000 METZ
artig@orange.fr

Coordonnées Madame BOILLOT :

29 Rue de la Présidence
75 000 PARIS
boillot@orange.fr

Plan de vol

Programme	Ville	Période	Arrivée à	Retour de	Aller	Retour
Ramsès 1	Paris	7/11 au 28/5	Le Caire	Louxor	Mercredi	Samedi
	Lyon Marseille Nantes Toulouse Bordeaux	Départs ponctuels entre le 9/2 et le 10/5				
Ramsès 2	Paris	3/11 au 31/5	Louxor	Le Caire	Samedi ou nuit samedi/dimanche	Mercredi
	Lyon Marseille Nantes Toulouse Bordeaux	Départs ponctuels entre le 20/2 et le 7/5				

ANNEXE IV CALENDRIER

SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DÉCEMBRE	JANVIER	FÉVRIER
1 S. Cécile	1 L. Thérèse de l'E.-J.	1 J. TOUSSAINT	1 S. Florence	1 M. NOUVELAN	1 V. Ella
2 D. Ingrid	2 M. Léger	2 V. Trépassés	2 D. Avent	2 M. Basile	2 S. Prés. au Seigneur
3 L. Grégoire	3 M. Gérard	3 S. Hubert	3 L. Xavier	3 J. Geneviève	3 D. Blaise
4 M. Rosalie	4 J. François d'Assise	4 D. Charles	4 M. Barbara	4 V. Odilon	4 L. Véronique
5 M. Raissa	5 V. Fleur	5 L. Sylvie	5 M. Gérald	5 S. Édouard	5 M. Mardi-Gras
6 J. Bertrand	6 S. Bruc	6 M. Léonard	6 J. Nicolas	6 D. Epiphanie	6 M. Cendres
7 V. Reins	7 D. Serge	7 M. Carine	7 V. Ambroise	7 L. Raymond	7 J. Eugénie
8 S. Nativité M.-D.	8 L. Pélagie	8 J. Geoffroy	8 S. Immac. Conception	8 M. Lucien	8 V. Jacqueline
9 D. Alain	9 M. Denis	9 V. Théodore	9 D. Pierre Fourrier	9 M. Alix	9 S. Apolline
10 L. Yves	10 M. Ghislain	10 S. Léon	10 L. Romaric	10 J. Guillaume	10 D. 1 ^{er} Dim. de Carême
11 M. Acephe	11 J. Firmin	11 D. ARMISTICE 1918	11 M. Daniel	11 V. Paulin	11 L. N.-D. de Lourdes
12 M. Apollinaire	12 V. Wilfried	12 L. Christian	12 M. J.-F. de Chantal	12 S. Tatiana	12 M. Félix
13 J. Aimé	13 S. Gérard	13 M. Brice	13 J. Lucie	13 D. Yvette	13 M. Béatrice
14 V. La Croix Glorieuse	14 D. Juste	14 M. Sidoine	14 V. Odile	14 L. Nina	14 J. Valentin
15 S. Polard	15 L. Thérèse d'Avila	15 J. Albert	15 S. Nimon	15 M. Rémi	15 V. Claude
16 D. Edith	16 M. Edwige	16 V. Marguerite	16 D. Alice	16 M. Marcel	16 S. Julienne
17 L. Renaud	17 M. Baudouin	17 S. Elisabeth	17 L. Judicaël, Gaël	17 J. Roseline	17 D. Alexis
18 M. Nédège	18 J. Luc	18 D. Aude	18 M. Gaiet	18 V. Prisca	18 L. Bernadette
19 M. Emilie	19 V. René	19 L. Tanguy	19 M. Urbain	19 S. Marius	19 M. Gabin
20 J. Davy	20 S. Adeline	20 M. Edmond	20 J. Théophile	20 D. Sébastien	20 M. Aimée
21 V. Matthieu	21 D. Céline	21 M. Prés. de Marie	21 V. Pierre Canisius	21 L. Agnès	21 J. Pierre-Damien
22 S. Maurice	22 L. Elodie	22 J. Cécile	22 S. HIVER	22 M. Vincent	22 V. Isabelle
23 D. AUTOMNE	23 M. Jean de Capistran	23 V. Clément	23 D. Armand	23 M. Barnabé	23 S. Lazare
24 L. Théo	24 M. Florentin	24 S. Flora	24 L. Adèle	24 J. François de Sales	24 D. Modeste
25 M. Herrmann	25 J. Enguerran	25 D. Christ Roi	25 M. NOËL	25 V. Covention S. Paul	25 L. Roméo
26 M. Coëms, Damien	26 V. Dimitri	26 L. Delphine	26 M. Etienne	26 S. Paule	26 M. Nestor
27 J. Vincent de Paul	27 S. Emeles	27 M. Severin	27 J. Jean	27 D. Angèle	27 M. Honorine
28 V. Venceslas	28 D. Simon, Jude	28 M. Jacques de la M.	28 V. Innocents	28 L. Thomas d'Aquin	28 J. Mi-Carême
29 S. Michel	29 L. Narcisse	29 J. Saturnin	29 S. David	29 M. Gillias	29 V. Auguste
30 D. Jérôme	30 M. Benvenuto	30 V. André	30 D. Sainte Famille	30 M. Martine	
	31 M. Quentin		31 L. Sylvestre	31 J. Marcelle	

ÉVÉNEMENT

Lancement du train à grande vitesse le 10 juin...

Les agences dans les rails du TGV Est

Sans surprise, les spécialistes du voyage d'affaires anticipent un engouement de leurs clients pour le train, au détriment de l'avion. Les agences loisirs espèrent pour leur part que les courts séjours vont se développer vers l'Alsace, mais aussi la Champagne.

Environ 11 millions de voyageurs devraient à terme emprunter chaque année le TGV Est européen, qui sera lancé en grande pompe le 10 juin. Soit une envolée de trafic de 65% par rapport à aujourd'hui, qui se fera notamment au détriment de l'aérien. Les agences de l'Est sont en première ligne pour observer cette migration attendue des passagers, à l'image de ce qui s'est passé il y a quelques années avec le TGV Méditerranée. Pour autant, l'impact sur leur activité

demeure à ce jour limité. Même au plus près de la frontière allemande! "Les clients commencent tout juste à se renseigner", observe une agence strasbourgeoise. Un sentiment partagé par toute la distribution.

De toute évidence, les voyageurs attendent le jour J, ou n'ont pas encore mesuré les conséquences du nouveau maillage ferroviaire entre Paris et l'Allemagne. "Pour certaines liaisons, nous devons beaucoup informer nos clients. Surtout qu'il existe de nombreuses subtilités. Les accès à Paris ne se font qu'au départ de Nancy-Ville, alors que pour contourner la capitale, il faut partir de la nouvelle gare Lorraine TGV", confirme Catherine Arné, responsable d'Aliso Voyages à Nancy. Nul doute que le rouleau compresseur médiatique entourant le 10 juin servira de locomotive commerciale. La vaste opération de lancement, avec 5000 places par jour à 15€ depuis le 10 avril, a déjà beaucoup marqué les esprits.

Pour l'heure, ce sont les entreprises, et les agences qui les servent,

qui semblent avoir le mieux anticipé les avantages du TGV Est. "Beaucoup de nos clients ont décidé de ne pas renouveler leurs cartes d'abonnement Air France à la date d'expiration", assure Jean-Pierre Thiviolet, responsable des plateaux affaires de Mulhouse et Strasbourg chez Voyages Lesage. "Selon nos estimations, le trafic de la compagnie aérienne vers Paris va chuter de 50% à Strasbourg, et de 30% à Mulhouse." Le report sur le train se fait toutefois doucement. "Nous avons quelques sociétés en compte qui nous demandent des renseignements sur les temps de trajet avec le TGV mais, pour l'instant, il y a encore peu de facturation", explique Chrystelle Rosiak, de l'agence E.Leclerc Voyages à Nancy. Il faudra sans doute attendre la rentrée pour y voir plus clair, le trafic affaires étant traditionnellement faible durant l'été.

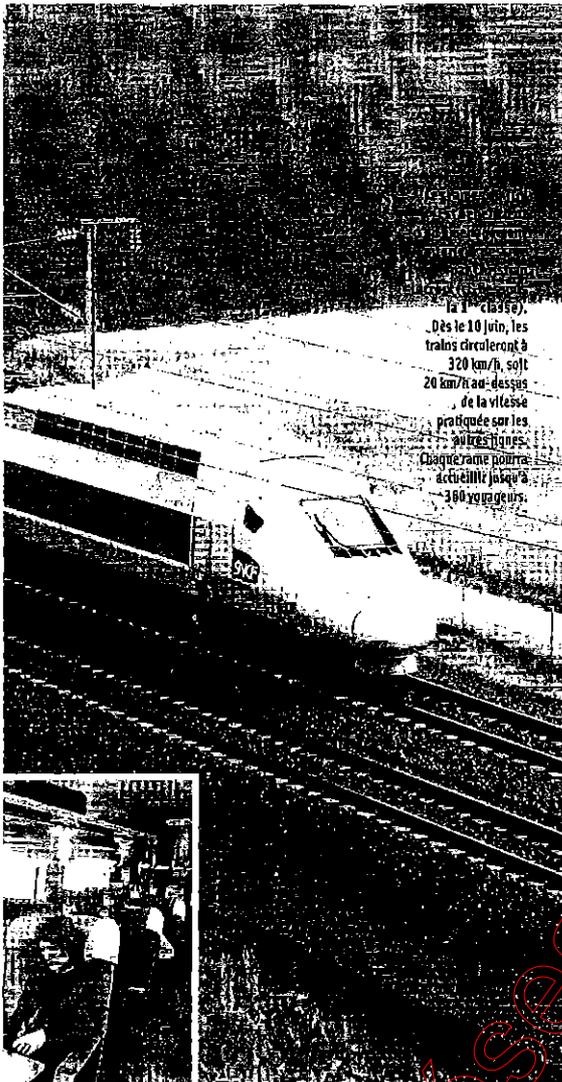
Journées de travail optimisées

Les entreprises devraient toutefois saisir l'intérêt de basculer sur le rail, estiment les chargés de compte dans les agences avec, à la clé, de

nombreux arguments de vente. Les salariés vont notamment pouvoir optimiser leurs journées. "Il sera possible d'arriver à Paris dès 9 heures pour en repartir à 17 heures, sans pour autant se lever aux aurores et se coucher très tard", souligne Claire Gasnot, responsable du plateau d'affaires l'Est Voyages, à Nancy. "Par ailleurs, les personnes qui iront à Nantes, Bordeaux ou Lille apprécieront le TGV, au lieu de prendre un avion via Lyon ou Clermont-Ferrand. Non seulement le train sera à grande vitesse, mais il ne sera plus nécessaire de changer de gare à Paris!". Du coup, selon Claire Gasnot, de nombreux clients vont préférer le train, notamment



Destinations	Trajet en TGV	Trajet en Corail
Reims	45 min	1h 35
Metz	1h 25	2h 45
Nancy	1h 30	2h 45
Luxembourg	2h 05	3h 35
Epinal	2h 15	3h 45
Strasbourg	2h 20	4h 00
Colmar	2h 50	4h 40
Mulhouse	3h 00	4h 25



La 1^{re} classe.
Dès le 10 juin, les
trains circuleront à
320 km/h, soit
20 km/h au-dessus
de la vitesse
pratiquée sur les
autres lignes.
Chaque rame pourra
accueillir jusqu'à
360 voyageurs.

L'avis de l'expert

Christine Baol,
présidente de
la commission
du Snav.

Les courts séjours dopés

Quel sera l'impact du TGV sur l'activité des agences ?

Les agences de l'Est vont en ressentir les effets, ainsi que celles de Paris, dans une moindre mesure. Leurs clients vont changer de comportement : la durée du trajet sera leur première motivation, devant le prix. Le train a l'avantage de ne pas être pénalisé par les temps d'accès à l'aéroport et l'attente à l'embarquement.

L'impact sera-t-il plus fort pour les agences spécialistes du voyage d'affaires ?

80 % du trafic SNCF en agences est généré par les entreprises. L'impact sera donc plus significatif pour les spécialistes du voyage d'affaires. Mais le TGV va aussi doper les courts séjours. C'est une opportunité pour l'industrie touristique de l'Est. Les TO régionaux l'ont bien compris. En tant qu'Alsacienne, j'attends le TGV depuis 30 ans, comme tous les habitants de la région.

Pourtant, les ventes n'ont pas vraiment démarré, selon les agences...

C'est exact, même si les réservations sont ouvertes depuis avril. La montée en charge n'est pas significative. C'est normal. Les ventes décolleront vraiment quand le TGV entrera en service, dans quelques jours.

ment en avion vers l'Allemagne, quand ils ne paient pas que les taxes", explique Guillaume Gasser. "Le train ne sera pas forcément avantageux. Le TGV Est devrait avoir peu d'impact sur notre activité."

Une chose est sûre : en réaction, Air France a révisé ses prix à la baisse. "Pour une réservation effectuée trois semaines à l'avance, la différence de prix entre l'avion et le train n'est que de 30 €, constate Sabine Grebmayer, chez Norest Voyages. Le vol s'affiche à 120 €, contre 90 pour le TGV." Outre le prix, le choix des clients se fera donc sur d'autres critères, à commencer par la durée du voyage (temps d'accès aux aéroports et d'embarquement inclus).

Les Franciliens restent à séduire

Au-delà des voyages d'affaires, l'est de la France compte sur un "effet TGV" pour le développement des courts séjours. "Nous espérons que notre service réceptif, basé à Strasbourg, va en profiter", continue Sabine Grebmayer. "Le TGV Est va probablement booster les week-ends, notamment lors des marchés de Noël", relève Myriam Lellèvre, de l'agence Carlson Wagonlit Travel, rue du Fau-

bourg-Saint-Martin à Paris. "Mais pour l'instant, les voyageurs se font attendre, comme les formules de découverte de Strasbourg ou de l'Allemagne." Les TO régionaux et les comités départementaux de tourisme (CDT) multiplient pourtant les courts séjours en Alsace, pour séduire les Franciliens notamment. Les marchés de Noël seront à l'honneur dans les brochures, en attendant le développement d'une offre d'été.

Reims devrait aussi mettre un peu plus la Champagne au goût du jour. Inversement, les Alsaciens et les Lorrains seront davantage tentés par des escapades en Ile-de-France (y compris à Disneyland Paris), avec des trains directs pour le parc.

Reste aux distributeurs le soin de tirer parti de ces nouveaux élan touristiques, en piochant dans les brochures des TO et des CDT, ou en constituant des forfaits sur mesure. Mais ils ne seront pas seuls à se partager le gâteau ! Les boutiques SNCF sauront en profiter (billetterie sèche) de même que Voyages-sncf.com (forfaits). Car, ne l'oublions pas, la première destination de l'agence en ligne reste de loin... la France.

• LONDIA LAUNÉ ET JEAN-BAPTISTE HÉGOY

pour travailler pendant ce "temps utile". Et ce même si la SNCF a largement augmenté ses tarifs (de 20 à 30 %) comparés aux Corail. "Nul doute que le TGV va prendre des parts de marché à l'avion, surtout dans le voyage d'affaires", conclut Sabine Grebmayer, chef d'agence de Norest Voyages (Selectour) à Wissembourg (à la pointe nord-est de la France).

Quel impact sur le long-courrier ?

Certains pensent que l'impact sera aussi tangible pour des voyages plus lointains. Près de la frontière, nombre de Français préfèrent aujourd'hui rejoindre un aéroport allemand plutôt que de

transiter via Paris. "Pour les vols internationaux, mes clients décollent souvent de Francfort ou de Zurich, qui ne sont qu'à deux heures de route, explique Fabienne Koeberle, directrice de Carnet d'Evasion à Strasbourg. Désormais, le TGV va les inciter à décoller de Paris." "Au-delà des connexions long-courriers, il sera plus intéressant de passer par Paris pour des destinations européennes et certaines villes françaises mal desservies par l'avion", ajoute Nadège Raguideau de Jet tours/ Voyages Eureka à Metz. Galeries Lafayette Voyages à Strasbourg ne partage pas cet avis : "Nos clients ont de bons prix pour un pré-acheminement

Responsabilité du vendeur ou du revendeur

La loi du 13 juillet 1992 fixe les responsabilités du vendeur et du revendeur de prestation touristiques ; il en ressort essentiellement que le revendeur est responsable des prestations qu'il fournit au client acheteur. Ainsi en cas de litige après la revente d'un séjour vendu par un tour opérateur le client se retourne non pas contre le tour opérateur mais bel et bien contre le revendeur c'est-à-dire l'agence de voyages dans la plupart des cas.

Le revendeur a donc un devoir d'information et de conseil qui l'engage auprès de son client acheteur.

En cas de litiges, le revendeur a le droit de se retourner contre le vendeur, cet ordre est très important car cela signifie que le client est indemnisé s'il y a lieu par le revendeur qui ensuite doit se faire lui-même indemniser par le vendeur.

Il existe cependant une faille : depuis une année à peine la loi du 13 juillet 1992 est en désaccord avec la loi régissant les ventes sur Internet ; selon cette dernière loi le vendeur sur Internet est responsable du « bon déroulement des prestations achetées tel que prévu lors de la vente » et il est garant des prestations qu'il vend ou revend, c'est-à-dire qu'il est responsable si les prestations ne sont pas effectuées telles que prévues lors de la vente. Cela est en désaccord avec la loi de 1992 qui, elle, prévoit une responsabilité par rapport à un contrat de transport. Dans les faits, cela signifie que le revendeur d'un billet d'avion est sujet à un traitement légal différent selon qu'il exerce son activité de vente sur Internet ou en pas de porte.

Exemple : si le client achète son billet d'avion en agence de voyage traditionnelle ayant pignon sur rue et que l'avion qu'il devait emprunter ne décolle pas, le client se retourne contre la compagnie car le contrat de transport c'est-à-dire le billet d'avion prévoit dans ce cas là la responsabilité intégrale et unique de la compagnie aérienne.

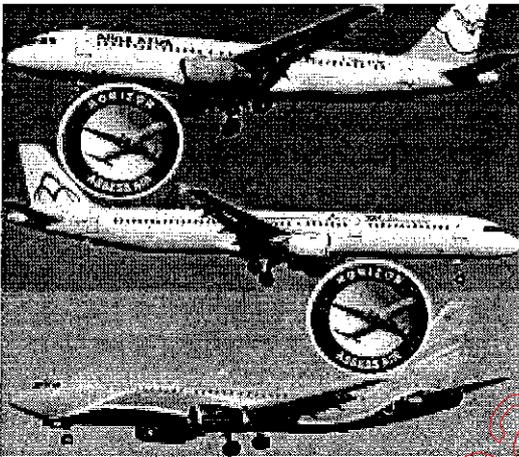
Si le client achète le même billet d'avion sur Internet et que l'avion qu'il devait emprunter ne décolle pas, le client se retourne alors contre l'agence de voyages sur Internet qui est intégralement responsable étant donné que la loi régissant le commerce sur Internet se base sur l'acte de vente et non sur le contrat de transport, l'agence de voyage sur Internet est donc « responsable du bon fonctionnement des avions de la compagnies ».

Cet exemple montre bien la différence de traitement et les problèmes que cela risque de générer à l'avenir.

Source : Wikipedia , le droit du transport

Transport - Aérien

Sécurité aérienne : trois compagnies viennent d'obtenir le label Horizon



Le label Horizon est en place. La première réunion de la commission Afaq Afnor Certification composée de représentants spécialisés dans le transport aérien s'est réunie pour la première fois vendredi dernier, le 26 janvier.

Elle a rendu un avis favorable à la labellisation de trois compagnies : Aigle Azur, Air Méditerranée et Europe Airpost. Bien entendu, d'autres compagnies actuellement en cours d'audit sont

susceptibles d'être labellisées dans les prochaines semaines. "Ce sont les trois premières compagnies à nous avoir sollicitées, mais nous avons plusieurs autres demandes en cours" a précisé René-Marc Chikli, président du Ceto, qui vient d'être officiellement nommé à la présidence de la commission. "La prochaine étape ce sera la labellisation des compagnies étrangères, comme les compagnies égyptiennes" a-t-il poursuivi, "c'est dans les tuyaux !". Rappelons que le Label Horizon avait été présenté début septembre par les ministères du Transport et du Tourisme à la suite du crash de Charm-el Cheikh et des problèmes de touristes français bloqués à l'étranger l'été dernier. Pour sa part René-Marc Chikli a insisté sur le sérieux du label et le degré d'expertise et de compétence des membres de la commission. Sans doute pour répondre aux critiques qui avaient fusé lors du lancement du label en septembre dernier. On se souvient de Richard Vainopoulos, président de Tourcom, qui avait alors déclaré : "ce label est de la poudre jetée aux yeux" qui est "non seulement inutile pour le consommateur mais dangereux pour toute la profession, agences comme tour-opérateurs".

www.labelhorizon.fr

Nicolas Barbéry vendredi 26 janvier 2007
Quotidien du Tourisme

A RENDRE AVEC LA COPIE

De :

À :

Cc :

Objet :

BNSE réseau SCEREN