

PERSPECTIVES

LA REVISTA DE LA CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA FRANCO ARGENTINA

Año 135 - Número 1224 - Agosto 2019



DOSSIER

TOURISME

UNE INDUSTRIE EN TRANSFORMATION



Photos: 1. Vincent Chevalier. 2. Entreprise viticole, immobilière et touristique Vignes des Andes.

PASSIONNÉ PAR L'ARGENTINE

En août 2020 l'agence de voyages Equinoxe fêtera ses 30 ans d'activité et Perspectives a interviewé son co-fondateur, Vincent Chevalier, un passionné de l'Argentine qui a su contourner les fluctuations de l'économie, diversifier son activité et engendrer de nouveaux projets dans un secteur aussi attractif que le tourisme.

Avez-vous toujours souhaité travailler dans le secteur du tourisme ?

Pas du tout. J'ai un diplôme d'Administration d'Entreprises de l'École des Hautes Études Commerciales du Nord, EDHEC, et j'ai débarqué en Argentine en novembre 1988 pour faire ma coopération à la filiale de la multinationale française Air Liquide. J'ai profité de cette année et demi de stage pour parcourir les provinces. Bien qu'ayant reçu une offre de recrutement du siège, j'avais très envie d'essayer de rester ici pour tenter ma chance comme entrepreneur avant de rentrer en France. C'est ainsi que j'ai commencé à 23 ans lorsque j'ai perçu l'opportunité dans le tourisme.

Comment avez-vous décidé de monter une agence de voyages ?

J'avais parcouru toute l'Argentine et l'avais trouvée merveilleuse et il se trouvait que c'était un pays « bon marché » et dans lequel le tourisme était une activité qui se commercialisait en devises ; j'ai trouvé que cela pouvait être intéressant. J'ai proposé à Maria Berthet, qui travaillait déjà dans le secteur et organisait mes voyages, de nous associer et c'est ainsi que nous avons créé Equinoxe en août 1990 ! et nous continuons à être associés depuis déjà 29 ans ! Nous avons démarré comme agence réceptive : j'ai voyagé en France à la recherche de tour-opérateurs qui nous fassent confiance et nous envoient des groupes en Argentine. Nous avons gagné plusieurs clients importants et avons eu des années de croissance importante. Toutefois, cette prospérité n'a pas duré longtemps car est arrivée la fameuse loi de « convertibilité » : un peso = un dollar. Le tourisme réceptif a chuté parce que l'Argentine était devenue une destination plus chère. En contrepartie, sont arrivées de grandes entreprises françaises pour investir dans les privatisations des services publics. Nous avons alors décidé de réorienter une

partie importante de notre affaire à l'offre de services de voyages à cette clientèle d'entreprises, comme France Télécom, Électricité de France, Accor, CNP, Danone ou AXA, et à l'activité de tourisme loisir émetteur, puisque les argentins ont commencé aussi à voyager beaucoup à l'étranger.

Il y a 20 ans l'infrastructure touristique était peu développée dans le pays. C'était un obstacle ?

En ce temps, la télévision française passait un programme appelé « Ushuaia » qui avait beaucoup de succès. La Terre de Feu et la Patagonie ont toujours été des destinations qui ont fait rêver les européens en général et les français en particulier. L'Argentine était connue par son tourisme d'aventure mais l'infrastructure hôtelière, routière, de transport et communication était insuffisante. Par exemple : il n'y avait pas d'aéroport à El Calafate et pour y arriver il fallait parcourir 300 kilomètres depuis Rio Gallegos à travers la steppe de Patagonie ; je me souviens que les réservations d'hôtels se faisaient par radio ! C'était arriver à la fin du monde. À l'époque, le fait d'être choisis par le fameux guide du Routard comme l'agence locale de référence pour les francophones, nous a beaucoup aidé.

La décennie du 2000 a commencé par la crise gravissime du tourisme mondial, déclenchée par les attentats des Tours Jumeaux. Comment avez-vous pu surmonter ce moment ?

Au traumatisme et à la peur qui ont suivi les attentats du 11 septembre, s'est ajoutée, dans le cas de l'Argentine, la terrible crise économique de 2001. Pour nous le coup a été double : pendant plus d'un an, chez Equinoxe, nous avons subi une vague d'annulations, nous avons dû rembourser nos clients et accepter que l'Argentine était une destination invendable. De



Maison de la propriété rurale La Dulce.



Art Hôtel, quartier Barrio Norte, Buenos Aires.

nombreuses agences ont fermé. Ce fut une période très dure pendant laquelle nous avons dû tout ajuster dans l'entreprise mais nous avons résisté ! Et puis est arrivé le moment du rebondissement et nous avons redémarré : à la fin de l'année 2002, nous avons vu arriver quelques touristes qui ont constaté que le pays était bon marché, sûr, en pleine réactivation et, de plus, très beau à visiter.

En 2003 a eu lieu le nouveau boom du tourisme réceptif ?

Absolument. Et en plus avec une plus grande variété de touristes parce qu'en même temps les tarifs aériens intercontinentaux avaient baissé. Entre 2004 et 2010 nous avons reçu de nombreux groupes de motivation de France comprenant jusqu'à 300 personnes par entreprise : Total, LVMH, Essilor, Unilever, Pierre Fabre, BMW, L'Oréal... Les destinations les plus recherchées étaient Buenos Aires, Iguazu, El Calafate et Ushuaia. Avec un staff de 60 personnes, ce furent de bonnes années pour l'agence pendant lesquelles nos différentes activités se sont combinées : tourisme réceptif, d'entreprise et émissif.

Cette étape de réactivation a engendré des opportunités ?

Oui, tout à fait. En suivant toujours mon fil conducteur du tourisme, en 2004 j'ai acheté avec un associé, l'Art Hôtel dans le quartier de Recoleta, qui a été le premier hôtel boutique de la zone, avec 34 chambres et où nous hébergions, entre autres clients, ceux de mon agence. Maintenant, nous avons initié une réforme du lobby pour nous concentrer sur le thème du vin argentin en offrant aux passagers la possibilité de participer de dégustations, conférences et achats. Parallèlement, j'ai investi dans la mise en valeur de l'établissement

LE SECTEUR S'EST BEAUCOUP PROFESSIONNALISÉ. L'HÔTELLERIE ÉTAIT TRÈS EN RETARD ET AUJOURD'HUI L'OFFRE EST DIVERSIFIÉE, À BUENOS AIRES ET EN PROVINCE.

rural "La Dulce, à 145 kilomètres de la ville de Buenos Aires : nous y organisons des journées à la campagne pour des groupes, des fêtes de fin d'année pour des entreprises et des team building, comprenant barbecues, piscine, fêtes et shows folkloriques. Et à partir du printemps 2019, nous offrirons aussi six chambres en suite à nos clients souhaitant s'héberger, se détendre et se reposer en pleine campagne. Finalement, à partir de 2008, j'ai développé, avec d'autres associés, un projet ambitieux viticole, immobilier et touristique à Mendoza : "Vignes des Andes". Il s'agit d'une propriété rurale de 136 hectares dans la zone de Alto Agrelo, Lujan de Cuyo, dans laquelle se trouve une grande vigne divisée en lots de 2 hectares, où les propriétaires peuvent construire une maison. Aujourd'hui nous produisons plus d'un million de kilos de raisin de bonne qualité qui se vend à des caves prestigieuses comme Bianchi, Fabre Montmayou, Achaval-Ferrer ou Altavista. Nous avons notre propre marque de vins, -Pasión de los Andes- élaborés par Gabriela Celeste, œnologue d'EnoRolland, et notre production atteint déjà les 100.000 bouteilles.

Nous commençons cette année la construction de notre cave et du centre de visiteurs, avec un investissement de 30 millions de pesos ; à partir de 2021 nous projetons de construire un complexe hôtelier.

Nous arrivons à l'an 2010 lorsque le secteur du tourisme doit faire face à un nouveau carrefour mondial : internet !

La massification d'internet a obligé les agences de voyage à s'adapter. Quand j'ai commencé dans ce secteur, au début des années 90, les billets aériens se faisaient ... à la main ! Et les commissions sur les billets étaient de 10% ou plus ! Aujourd'hui elles sont entre le 1 et le 0% !

Dans notre cas, la numérisation de plusieurs tâches nous a obligés à réorganiser notre équipe qui s'est réduite à 30 personnes, et à nous réinventer. Actuellement nous avons plusieurs sites web qui permettent à nos clients de chercher la cotisation et de réserver leurs vols, d'organiser leurs voyages online ; notre tâche est centrée sur le conseil et l'attention personnalisée. Nous avons atteint un bon équilibre entre ce que nous offrons à travers les pages web et ce que nous apportons comme experts à travers nos actuels quatre secteurs d'affaires : voyages d'entreprises, événements & congrès, voyages personnalisés et ventes à des opérateurs touristiques internationaux. Aujourd'hui Equinoxe est une PME facturant 270 millions de pesos.

Que souligneriez-vous sur l'évolution du tourisme en Argentine ?

Le secteur s'est beaucoup professionnalisé. L'hôtellerie était très en retard et aujourd'hui l'offre est diversifiée, à Buenos Aires et en province. De même avec les excursions ; maintenant il existe des programmes de tout type, depuis la croisière de luxe

sur le lac Argentino ou trekking à El Chaltén, en passant par un repas gourmet dans le haut plateau jusqu'au winetours en bicyclette, ainsi que des expériences de cohabitation avec des communautés autochtones dans le nord du pays.

Un autre changement important a été le transport aérien : on observe l'investissement important réalisé dans le pays pour créer de nouveaux aéroports ainsi que renouveler ceux qui existaient déjà. De plus, depuis l'an dernier, des compagnies low cost ont commencé à fonctionner et ont dynamisé le secteur. J'ajoute que la décision de l'actuel gouvernement d'exempter les voyageurs étrangers de la TVA sur l'hôtellerie, a été une excellente mesure, pas seulement pour les touristes mais aussi pour réduire l'informalité du secteur.

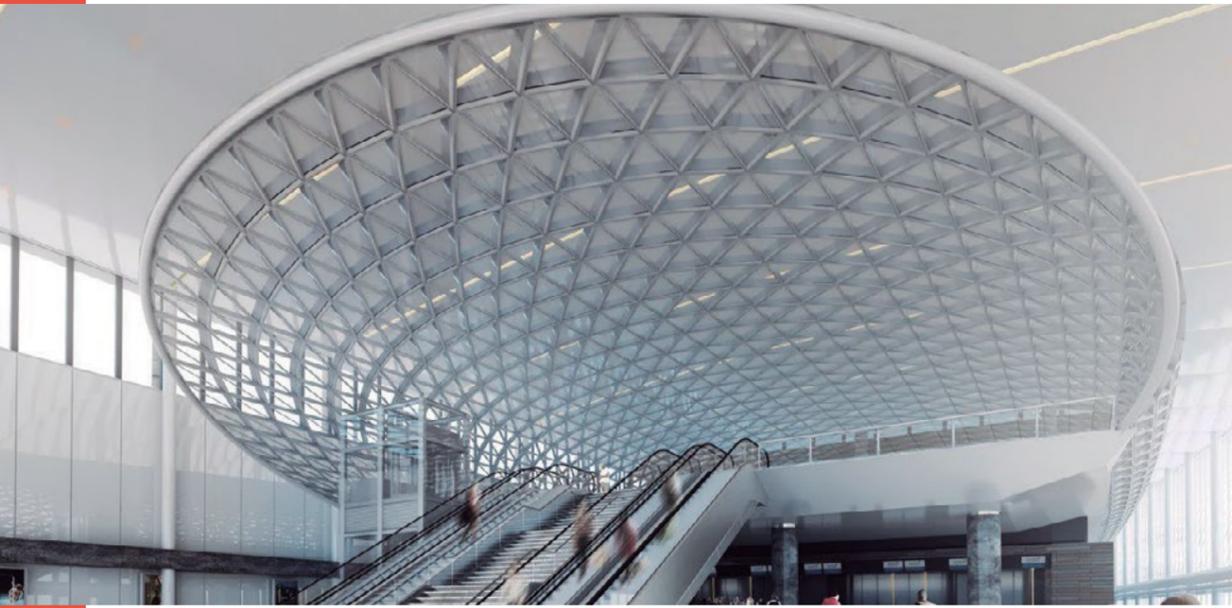
Ce qui n'a pas changé est le manque de stabilité dans les prix ce qui complique beaucoup la possibilité de vendre un circuit avec plus d'une année d'avance.

Avez-vous une destination préférée en Argentine ?

Personnellement, la campagne m'enchant ! J'aime les grands espaces, l'immensité qu'offre le pays. Les destinations préférées de ma clientèle sont le Nord-Ouest, Iguazu, les glaciers de la Patagonie et Mendoza.

Pour terminer, pensez-vous que le concept de tourisme durable a été diffusé en Argentine ?

Peu à peu, j'observe une certaine préoccupation à ce sujet. Dans le cas d'Equinoxe, d'ici la fin de l'année nous allons mettre en place un programme de compensation de la trace de carbone par un projet de reforestation dans une propriété rurale de la province de Santa Fe, « La Vega », pour combattre la désertification.



Rendu des réformes de l'Aéroport International d'Ezeiza, Buenos Aires.



Rendu de l'Aéroport International El Palomar, Buenos Aires.



Nouvelle piste et balisage, Aéroport International de Cordoba.

MEILLEURE CONNECTIVITÉ

Les Aéroports Argentina 2000 modernisent les terminales aériennes dans tout le pays. Grâce à Máximo Bomchil, membre de CCI France Argentine et aussi du directoire de l'entreprise, nous apprenons les réalisations des 20 dernières années.

L'entreprise est née en 1998 avec l'objectif de développer et gérer des terminales aériennes sur le territoire argentin : elle compte déjà 35 aéroports et se place comme l'une des plus grandes du monde dans le privé. Aujourd'hui, ses plus de 2400 salariés, travaillent dans le but d'assurer la meilleure qualité de services et de répondre aux plus hauts standards internationaux de qualité et sécurité. Son but est de faciliter la connexion de personnes, biens et cultures et de développer des terminales aériennes conformes aux demandes du trafic croissant de passagers de la région.

Aéroports Argentina 2000 offre des services personnalisés aux clients, comme des locaux gastronomiques low cost, secteur kids friendly, stationnement de longue durée, carte prépayée et es-comptes pour longs séjours et télépéages, service de valet par-

king, expérience card pour obtenir des rabais et bénéfiques pour les services les plus importants de l'aéroport, Wi Fi libre et illimité et free print zone pour imprimer des documents gratuitement, entre autres. Un autre axe central de la compagnie est la durabilité, c'est pourquoi elle s'implique dans les communautés où elle est insérée. L'objectif est d'apporter des solutions à diverses problématiques comme l'accès à l'eau potable, la neutralisation des émissions de carbone et la formation des jeunes pour leur permettre d'accéder au marché du travail, entre autres.

À pleine vitesse

Actuellement, la société a entrepris des travaux dans 19 aéroports de la concession, et a mis en oeuvre un plan d'investissements sans précédent dans l'histoire du pays. La nouvelle terminale B d'Ezeiza, (Aéroport de Buenos Aires) témoigne d'une grande pertinence architectonique qui inclut de grands terminaux : l'un pour les départs ; l'autre pour les arrivées, un bâtiment connecteur et deux salles d'embarquement.

La taille actuelle de l'aéroport sera augmentée de deux fois et demi et passera des 100.000 m² d'aujourd'hui (les plus anciens seront démolis), à 250.000. Il y aura plus de portes d'embarquement – 63 au lieu des 27 d'aujourd'hui –, plus de comptoirs de check in et les machines de self check in seront quatre fois plus nombreuses. Il y aura cinq nouveaux carrousels à bagages et le nombre de places pour garer les voitures augmentera d'un 53 %, surtout les places couvertes (5 étages), qui passeront de 340 à plus de 2200. L'aéroport Jorge Newbery est aussi en pleine rénovation : les nouvelles sous-stations de balisage sud et nord sont en voie de

terminaison et puis viendra la démolition du secteur C une fois terminée la relocalisation de ses bureaux. Des travaux sur les trottoirs du secteur sud sont en cours pour relier par une voie piétonne l'aérostation et le parking Sarmiento, avec illumination, parking et équipement urbain. Face au terminal se dresse un nouveau parc côtier qui permettra, dans le futur, d'agrandir les secteurs de check in et prochainement de rétablir le flux routier de la "Costanera" (l'avenue qui longe l'aéroport) et élargira les voies intérieures de l'Aéroport. Ce travail devrait être terminé au cours du second semestre 2020.

Actuellement, le secteur gastronomique est en cours de restructuration avec de nouvelles offres et une conception architecturale moderne qui inclut une nouvelle illumination, revêtements, couleur et nouvel équipement. En 2018 le hall de check in du secteur A a été agrandi et compte maintenant 20 comptoirs, un carrousel pour valises et une nouvelle manche. En 2017 a été inaugurée une nouvelle tour de contrôle de plus de 1800 m² qui permet une excellente visualisation des opérations. Cette année, a été inauguré également le nouveau parking multiniveau sud et ses 600 places supplémentaires.

Plusieurs terminaux en pleine modernisation

Un autre travail remarquable a été fait à l'aéroport du Palomar qui a été adapté intégralement pour opérer commercialement. Dans cet aéroport qui a commencé ses activités dans un édifice de 1500 m², a été inauguré, pendant la dernière saison d'hiver, un terminal satellite de 450 m² pour des vols intérieurs. L'aéroport a cinq positions de fonctionnement et 8 comptoirs pour le check in. Depuis le 15 décembre dernier il est considéré comme international et la capacité du bâtiment principal est passée à 2600 m². Récemment l'immeuble corporatif a été construit sur 420 m² pour les organismes officiels et les lignes aériennes qui vont adhérer aux opérations. Palomar est le premier aéroport low cost en Amérique Latine

Au travail

D'autres stations aériennes ont des travaux en cours :

- Tucuman et Salta: extensions et adaptations des secteurs de piste et plateforme.
- Cordoba: repavage de la piste et balisage.
- Comodoro Rivadavia: récemment inauguré, ce terminal est le premier 100% durable du pays. On y réalise des travaux sur la piste et des travaux de balisage.
- Jujuy, San Juan, La Rioja, Bariloche et Mar del Plata : nouveaux terminaux en pleine construction, stationnements et systèmes routiers compris.

Il existe aussi des projets de développement pour presque tous les aéroports du pays. Et, dans tous les cas, c'est Aerpuertos Argentina 2000 qui les conçoit, les dirige, toujours avec une vision mise au service du client et de la modernisation des opérations.

et il est international : en un an il est déjà le septième aéroport de la concession en nombre de passagers ; en mai a démarré l'extension de la zone de hangars. Aujourd'hui depuis Palomar, opèrent Flybondi et JetSmart pour l'Uruguay, le Paraguay et le Chili. Un million de passagers sont déjà passés par ce terminal, qui compte aussi sur une station de trains à quelques mètres de distance, accessible depuis le terminal de trains de Retiro.

Aerpuertos Argentina 2000 fait un apport à l'infrastructure, à l'économie et à la protection de l'environnement du pays, appuie le développement de l'industrie aérocommerciale et favorise l'arrivée de segments comme les low cost, qui permettent une meilleure communication et compétitivité. Tous les investissements sont des alliés stratégiques de la production, l'industrie et les services des économies régionales.



Arc de Triomphe,
Paris, France.

PLUS DE VOYAGEURS QUE JAMAIS !

Par **Fernanda Domic**
Directeur Tourisme chez Action Travel

Il y a quelques années, l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) estimait qu'en 2020 se produiraient 1400 millions d'arrivées de touristes internationaux (c'est-à-dire, qui voyagent d'un pays à l'autre) au niveau mondial.

Cependant, ce chiffre a été atteint en 2018 grâce à la croissance économique, les billets d'avion plus abordables, les changements technologiques, les nouveaux modèles d'affaires et la facilité d'obtention des visas.

En avril 2019 on estime un total de 218.400 arrivées de touristes non résidents en Argentine, chiffre qui représente une augmentation interannuelle de 11,4 %. Par rapport au mois précédent, le tourisme réceptif a eu une variation négative de 7,9 %, tandis que les sorties à l'extérieur de touristes résidents ont été de 261.300, ce qui a signifié une baisse de 20,6 %.

Destinations toujours actuelles et prévisions

Sur la base des tendances actuelles, les perspectives économiques et l'indice de confiance de l'OMT, il est prévu que les arrivées internationales augmentent entre un 3% y un 4% cette année. Les chiffres réels dépassent largement les prévisions de cet organisme international.

Ainsi, en hiver comme en été, la capitale française devient une des destinations qui ne passent jamais de mode pour les argentins ; les forums le confirment ainsi que les dernières informations. Au cours de l'année dernière, quelques 89 millions de touristes provenant de tout le monde ont visité la France, chiffre qui montre un record historique.

Le tourisme est un secteur clé de l'économie française : il représente plus du 7,3 % du PIB et deux millions d'emplois directs et indirects. La France occupe la cinquième position en ce qui concerne les revenus provenant du tourisme, avec plus de 38.400 millions d'euros annuels.

À l'échelle mondiale, le secteur touristique est en plein boom. Selon l'OMT, le nombre de touristes internationaux a atteint les 1200 millions en 2016 et devrait atteindre en 2030, les 1800 millions. La proportion d'arrivées par zone géographique reflète l'importance du secteur pour les économies européennes. L'Europe est à la tête des régions réceptrices et les arrivées sont réparties comme suit : Asie-Pacifique (25 %), Amérique (16 %), Afrique (5 %) et Moyen Orient (4 %).

En mars 2019, le tourisme émetteur de l'Argentine montre une baisse de 15,5 %. Il est très possible que celle-ci soit due à la proximité des élections présidentielles dans le pays mais il est fondamental de maintenir l'Argentine comme l'un des pays les plus recherchés par les voyageurs de tout le monde puisque le secteur représente le 10 % du PIB et le 9,4 % des emplois. Par ailleurs, la France a toujours été un phare pour les argentins. Depuis l'écrivain Victoria Ocampo –qui a appris le français comme langue maternelle avant l'espagnol– jusqu'au célèbre Julio Cortázar qui, déjà installé en France, a écrit l'une des meilleures œuvres de la littérature latino-américaine : « Rayuela ». Combien d'histoires nous unissent à la France et combien de personnes continuent à rêver de la « Ville Lumière »..... Passeport, permis de conduire, maillot de bain.... Vous disposez de tout ? Alors vous pouvez organiser un voyage en France. Jorge Luis Borges a exprimé dans son poème « À la France » : « Je serai en France quand l'aimable mort m'appellera ».

LAISSER UN IMPACT POSITIF

Par **Marie-Laure Gall**
Directrice de Lihué Expeditions



Les estuaires d'Iberá.

Les français sont en général très sensibles à l'immensité de la nature en Argentine et à la spontanéité de sa population. C'est ainsi que mon père est venu de France lorsqu'il était jeune, pour deux ans... et il est resté toute sa vie. Sans doute, son désir de connaître, d'explorer chaque chemin et chaque coin a été contagieux. La route, le sentier, le ruisseau m'attirent et me poussent à poursuivre la découverte et à arriver toujours plus loin.

Le sentiment de liberté et d'indépendance est ancré dans le sang des français. Quand j'étais petite, une vision m'enthousiasmait : que mon travail serve à ce que les gens ne quittent pas la campagne en perdant tout mais trouvent leur futur dans le paysage. Et quoi de mieux que le tourisme pour engendrer l'orgueil d'appartenance, pour faire bouger les économies régionales et faire connaître le talent artistique des artisans ? C'est ce que j'imaginai et c'est ce que j'ai constaté. En voyageant, ce n'est pas seulement le voyageur qui en tire profit. L'impact positif va bien au-delà : il touche l'âme des gens du coin et les aide à s'attacher à leur endroit et à leur culture, sans sentir le besoin d'émigrer. Le tourisme est une activité qui offre un espace à de nombreux métiers, où la base du succès est de sourire et de penser aux autres.

Destinations variées aux attractions singulières

Le phénomène d'Iberá est une source d'opportunités. Il a suffi que l'environnement soit pris en compte : la faune s'est laissée voir plus facilement, le tourisme est arrivé et, simultanément, le progrès. Tout se passe mieux pour qui a la chance de s'arrêter et de



Auberge Rincón del Socorro.

connaître l'ambitieux projet de restauration de l'écosystème mené par The Conservation Land Trust, duquel on peut participer simplement comme hôte de l'Auberge Rincón del Socorro ou de l'un de ses trois autres établissements.

Un tourisme à impact positif élevé. Et ainsi, tout au long de l'Argentine, on peut toujours trouver la manière de voir le plus authentique, le plus éloigné, l'ingrédient clé du voyage. Promenade à cheval depuis Estancia Nibepo Aike pour arriver à la frontière, en passant quelques nuits dans des relais, en combinant des navigations et des longues randonnées jusqu'aux glaciers cachés ; partager la vie de campagne à l'estancia La Violeta avec Diana et Federico. Ils y vivent, c'est leur maison, un style de vie qu'ils ont décidé de partager.

Sans besoin d'aller très loin, voir la sortie de la lune avec un bon vin à bord d'une croisière privée ; visites privilégiées de la ville de Buenos Aires depuis le Delta. Il y a toujours une manière spéciale de connaître.

Le français est le seul marché que je connaisse capable de voyager au nord-ouest argentin dans son premier voyage avant de choisir d'aller en Patagonie. Il est curieux et bien renseigné : il voit le pays comme un tout depuis chacune de ses régions. Cela fait plus de 25 ans que, depuis Lihué Expeditions, je conseille les voyageurs qui s'intéressent à l'Argentine. Dans tous les cas nous mettons notre expérience à disposition. Nous proposons des voyages sur mesure mais aussi, pour les âmes libres, une simple consultation et de bons tips qui, certainement, feront la différence.



Jérusalem, ville sainte, Israël.



Montmartre, Paris, France.

VOYAGES SPIRITUELS

Par Victoria Laferrère

Communication & Presse chez Viditerra 1915

Héritière de la légendaire agence de tourisme Exprinter, Viditerra 1915 organise des voyages par le monde orientés vers les sanctuaires, pèlerinages et chemins reliés à la foi catholique.

Embrasser les facettes de la terre en sillonnant ses routes mais sans renoncer jamais à l'étonnement : telle est l'essence qui définit le profil de nos voyageurs. Et en plus, bien entendu, faire une pause face aux merveilles silencieuses et comme des globetrotters invétérés que nous sommes, contempler le miracle de la création.

Notre histoire, qui a plus de 100 ans comme l'une des premières agences de voyage en Argentine, en dit beaucoup sur cet élan aventurier et anthropologique en même temps.

Exprinter Viajes est né en 1915 grâce à l'imagination et brio d'un français aux idées originales et à sa force pour les mettre en œuvre : aujourd'hui, Viditerra 1915 continue son chemin. Actuellement, ceux qui en faisons partie, portons à nouveau le flambeau de l'innovation et du professionnalisme, tout en respectant le goût des voyages profonds pensés par des spécialistes, orfèvres de destinations et guides exquis pour plonger dans l'expérience vivante de voyager.

Destinations variées dans tout le monde

La France, pays largement enraciné dans notre imaginaire fondateur, nous convoque sans cesse. Sa vaste richesse culturelle et

religieuse comme « Fille aînée de l'Église » au dire des historiens et de Saint Jean Paul II, est en harmonie avec notre vocation d'agence de voyages culturels et religieux. Ainsi, nos chemins de pèlerinage nous renvoient toujours au nid, soit pour faire un arrêt à Lourdes, dans les Pyrénées, à l'occasion d'un voyage autour des sanctuaires marianistes européens, ou pour visiter les hauts lieux de la foi, la culture et la nature que ce pays offre aux pèlerins du monde entier : Ars, berceau de Saint Jean Marie Vianney, patron des prêtres ; Paray-le-Monial et le souvenir vivant de Sainte Marguerite Marie Alacoque, fondatrice de la dévotion au Sacré-Cœur ; Paris, la Médaille Miraculeuse et ses magnifiques sites touristiques ; en Normandie, Lisieux et le circuit spirituel et réel de Sainte Teresita appelée « la petite Thérèse », mais aussi les plages où ont débarqué les alliés de la Seconde Guerre mondiale et finalement le Mont Saint-Michel dont l'abbaye, de grande beauté architecturale, défie la nature de ses hauteurs.

Cependant, les pas de tant d'hommes et femmes qui ont écrit l'histoire de la foi nous poussent à d'autres coins du globe : en Europe, le chemin de Saint-Jacques de Compostelle qui a une valeur spirituelle et historique élevée. Une fois au Moyen Orient, la Terre Sainte à la recherche des pas de Jésus et de sa route du salut. Puis, la Turquie et la Grèce, pour suivre les traces de Saint-Paul ; une fois en Amérique, Mexico et le Sanctuaire de la Vierge de Guadalupe. Finalement, les surprenantes missions des jésuites justifient un passage par l'Argentine, la Bolivie, le Paraguay et le Brésil. Toujours accompagnés par un prêtre qui, avec des homélies et réflexions, guidera notre chemin spirituel.

Avec la rose des vents comme guide et illuminés par notre goût éternel pour la rêverie, nous avons créé des parcours d'échos exotiques comme le sud-est asiatique, la Chine et la Mongolie, l'Inde et le Népal, l'Arménie et tant d'autres.

Nous invitons les lecteurs à se joindre à notre aventure.



Rio Chico, Vallée de Traslasierra, Cordoba.



Centre de Conventions, Cordoba.

CORDOBA TOURISTIQUE

Par Pedro Borio

Directeur Général de Co-Active Consulting

La province a adopté, il y a plusieurs années, une stratégie pour développer l'industrie du tourisme ; à juger par les résultats, elle a réussi. Aujourd'hui, Cordoba est la première destination touristique du pays après la ville de Buenos Aires, dépassant les plages de l'Atlantique et les grandes destinations comme Iguazú, la Patagonie ou les centres de ski. Pourquoi ce succès ? En partie, le mérite peut provenir de son éblouissante géographie. Cordoba est une très belle terre aux mille paysages. Historique, cultivée, religieuse, traditionnelle, accueillante. De plus, plusieurs facteurs qui ne peuvent être ignorés se conjuguent :

- La continuité des politiques publiques (20 ans de gouvernements du même signe politique et sans disruptions).
- La création de l'Agence Cordoba Tourisme SEM, par la Loi des Ministères 9156, société mixte au capital majoritaire de l'État, qui fait un grand travail de promotion touristique.
- L'articulation et le dialogue fluide entre l'agence du gouvernement et l'activité privée ; et
- Les travaux d'infrastructure réalisés dans la province, lesquels, par leur importance et montants investis sont les plus importants de l'histoire de la province et, proportionnellement, du pays (plus de US\$ 5000 millions pour un plan de 4 ans : 2018-2022).

Il y a beaucoup d'aspects à souligner qui font partie d'un travail cohérent et durable. À long terme il n'y a pas de coïncidences, mais des causalités. Suivent trois exemples.

Tourisme de réunions

La ville de Cordoba est la destination numéro un, en province, pour le tourisme de réunions, selon l'Observatoire Économique du Tou-

risme de Réunions de la République Argentine (OETRA). En Amérique c'est la 27ème ville entre les 100 premières ; depuis 2017 elle a amélioré sa position de 16 rangs, se situant avant des villes comme Orlando, Miami, Las Vegas, Viña del Mar, Foz do Iguazú, Salvador de Bahia et Punta del Este. Au niveau international elle a avancé de 59 rangs et se situe à la 134ème place de 409 villes du monde, bien au dessus d'importantes capitales. Par ailleurs, pendant que l'activité a augmenté d'un 3 % dans le monde, en Argentine elle a augmenté d'un 16 % et à Cordoba d'un 62 %. Comme exemple, en 2018 seulement, Cordoba a hébergé 22 congrès internationaux.

Passion à 200 km/h

Avril 2019, 5ème date du Championnat du Monde de Rally FIA (WRC) et 39ème édition de ce concours organisé par l'Automobile Club Argentin. Les premiers sondages indiquent que plus de 700.000 spectateurs se sont mobilisés dans les vallées de Cordoba et on estime qu'ils ont dépensé quelques 750 millions de pesos en déplacements, repas, logements, etc. 30 % de ce chiffre a été engendré par des touristes étrangers. Cette date du Rally est un produit touristique vital pour Cordoba, parce qu'elle active les économies régionales. Il s'agit d'une des dates qui convoquent le plus dans la saison du WRC, et représente la possibilité de parvenir à 800 millions de spectateurs multimédia.

Formation de professionnels

L'Agence Cordoba Tourisme favorise la professionnalisation des effectifs du secteur, en offrant une formation touristique et des diplômes qui peuvent être obtenus dans différentes vallées de la province de Cordoba et dans la capitale (ville de Cordoba). Cette année il y a 300 nouveaux diplômés, résultat du travail de collaboration entre les universités nationales de Cordoba et Villa María, l'Université Siglo 21 et l'Université de la Province.



Chutes d'Iguazú, Province de Misiones. Photo: Cédric Marinot.

Comme seconde destination touristique de l'Argentine, la région d'Iguazú a su adapter son infrastructure aérienne, touristique et hôtelière à la croissance et à la diversité de ses visiteurs.

Le Mercure Iguazú Hôtel Irú, du groupe Accor, situé sur une terre de jungle près du parc national, est une excellente option pour connaître la région et organiser des événements ou des conventions.

IGUAZÚ, DESTINATION INTERNATIONALE

Considérées comme l'une des sept merveilles du monde, les Chutes d'Iguazú ("I"= eau" et "Guazú= grand" en langue guarani) ont été découvertes au milieu du XVI^e siècle par Alvar Nuñez Cabeza de Vaca, pendant son parcours depuis l'actuel territoire du Brésil jusqu'à Asunción du Paraguay. Cependant, seulement en 1901 est commencée la construction d'un chemin depuis Puerto Aguirre (actuellement Puerto Iguazú) ; cinq ans plus tard a été bâti le premier hôtel et en 1935 inauguré le Parc National. Aujourd'hui, la zone s'est développée et est devenue l'une des destinations les plus attractives du pays, pour des voyageurs d'Argentine et du reste du monde. Le Parc National a reçu en 2018 plus de 1.500.000 visiteurs.

Cette augmentation de l'activité touristique va de pair avec une meilleure infrastructure hôtelière et touristique, une meilleure connectivité et plus d'options de vols directs à partir de différentes destinations. Cette tendance s'accroît : Air Europa a une route depuis Madrid, plusieurs compagnies arrivent directement depuis de grandes villes du Brésil ainsi que du Pérou, et les low cost Flybondi, Norwegian et Andes complètent l'offre. Quant à l'aéroport, il est en pleine rénovation et agrandissement pour l'adapter à un trafic aérien plus intense.



Lobby du Mercure Iguazú Hôtel Irú.



Entrée du Mercure Iguazú Hôtel Irú.

Environnement unique et infrastructure moderne

Le tourisme de vacances est en hausse et des visiteurs arrivent depuis des régions lointaines comme l'Océanie, en même temps que se développe le tourisme événementiel grâce à la présence à Puerto Iguazú d'un centre de conventions ayant une capacité pour 2000 personnes. Dans ce cadre favorable, le groupe Accor administre le Mercure Iguazú Hotel Irú, qui a été, en 2014, le premier établissement local de la chaîne d'origine française, très bien vue en Europe et au Brésil. L'hôtel représente une option parfaite pour les entreprises qui cherchent à organiser des événements ou des conventions : le Mercure Iguazú Hôtel Irú a 100 chambres et un salon pour 200 personnes. Il est situé sur un terrain de 600 hectares, où se trouvent également d'autres hôtels et, dans le cas où aurait lieu un événement important, les établissements collaborent entre eux pour servir les visiteurs comme ce fut le cas pour une convention internationale de médecins. Personnellement, je suis ravie lorsque nous avons des événements : L'hôtel se remplit de vie et il y a beaucoup d'adrénaline ; en même temps, les espaces sont bien séparés et n'interfèrent pas avec la tranquillité des autres hôtes », explique Véronique Obregon, directrice de l'établissement.

L'emplacement privilégié du Mercure Iguazú Hôtel Irú, au milieu de la jungle et entouré de communautés autochtones, entraîne une responsabilité environnementale et sociale. Depuis sa construction, l'hôtel a été conçu pour suivre des lignes directrices durables comme la récupération de l'eau de pluie, les panneaux solaires, l'illumination LED, un système de chaudières alimenté de pellets sous-produit de l'industrie du bois qui ne produit pas d'émissions de CO₂, des dons de savons et une utilisation efficace de l'eau.

« Avec d'autres hôtels nous faisons partie de la Fondation Selva Iryapú, reconnue par l'Union Européenne pour son travail avec les communautés locales. Nous les aidons à développer leurs entreprises touristiques, nous recevons chaque semaine la chorale des enfants, leur offrons à goûter et favorisons la vente de produits d'artisanat et la transmission de la culture guarani aux hôtes », ajoute Mme Obregon. Elle précise aussi qu'au-delà des actions menées par les organismes publics, les différentes organisations locales d'hôtellerie et tourisme cherchent à préserver et à protéger la jungle pour qu'Iguazú continue à être considérée dans le monde comme une destination durable.



Photos 1 et 2: La cave Atamisque.

Cave Terraza de los Andes.

Bodega Diamandes.

La province de Mendoza est le lieu de référence de l'industrie vinicole mondiale et fait partie du Réseau des Grandes Capitales du Vin. Elle est devenue le centre d'attraction de milliers de touristes, et a fait de l'oenotourisme l'activité la plus mobilisatrice d'un secteur de l'économie régionale.

Sources : Observatoire d'Oenotourisme R. González / Avril 2019 ; Corporation Viticole Argentine (COVIAR); Presse Gouvernement de Mendoza.

LA MONTÉE DE L'OENOTOURISME

Le tourisme du vin a commencé à se développer à partir de la diversification de produits qui ont élargi l'offre traditionnelle provenant de la haute montagne, caves, digues et parcours par différentes régions de la province. À tout cela s'ajoute l'intense travail de la Fête Nationale de la Vendange comme principale célébration dédiée au vin et à notre culture.

Les données du tourisme en 2018 ont été très positives. Bien que n'a pas été signalée une augmentation de l'offre de logements, il y a eu une hausse des services et événements pensés pour les touristes locaux, à tel point que plusieurs hôtels ont fonctionné comme participants ou sièges, en élargissant de manière créative les offres destinées à différents segments.

Les dernières données qui correspondent à janvier 2019, ont montré un solde plus que favorable, d'autant plus qu'il ne s'agit pas d'un mois très positif à cause de l'incidence des températures. Cependant, 425.000 touristes ont visité la province pendant ce mois et l'occupation des hôtels a approché le 75 %.

Le tourisme viticole qui s'ajoute à la gastronomie, a apporté un air renouvelé et stimulant pour certains circuits très spéciaux, comme les routes de San Martín et pour l'autorisation de certains travaux, comme l'expansion de l'aéroport local. Tout cela, en plus des nouvelles connections et destinations de lignes aériennes, a contribué à augmenter la base de l'offre et de la demande de services.

Du total de touristes que reçoivent les caves de Mendoza, le 70 % est composé d'argentins, le 22 % d'étrangers et le reste de voisins de la province qui viennent et repartent dans la même journée selon un rapport de Coviar.

AUJOURD'HUI, IL Y A DANS LA PROVINCE DE MENDOZA 146 ÉTABLISSEMENTS DÉDIÉS AU TOURISME DU VIN, DISTRIBUÉS ENTRE LES DÉPARTEMENTS ET LES MUNICIPALITÉS.

En janvier 2019, plus de 13.000 touristes étrangers sont arrivés par avion à Mendoza, ce qui a représenté une augmentation de plus de 65 % par rapport au même mois de l'an dernier, selon les données de l'Institut National de Statistiques et Recensement (Indec).

Une radiographie du secteur

Il y a, dans la province, 125 caves ouvertes au tourisme : on peut y déguster des vins, manger et même y loger. Selon les données de l'industrie, en Argentine il y a 199 caves qui engendrent globalement des revenus d'au moins 1.700 millions de pesos par an. Des établissements de Mendoza provient le 70 % de cette facturation. L'industrie viticole attire plus de 1,8 million d'oenotouristes par an, qui, en plus de venir pour découvrir nos vins, deviennent de nouveaux ambassadeurs de nos merveilles, paysages, gastronomie et la culture qui nous caractérise.

Le secteur des vignes et du vin, fournit du travail direct à plus de 100.000 personnes dans les 830 établissements viticoles, les 219.000 hectares de raisin implantés dans notre pays.

Aujourd'hui il y a, dans la province de Mendoza, 146 établissements dédiés au tourisme du vin, distribués entre les différents départements ou municipalités : Godoy Cruz : 2 ; Guaymallen : 3 ; Junin : 1 ; Lavalle : 1 ; Lujan de Cuyo : 61 ; Maipu : 23 ; Rivadavia : 2 ; San Carlos : 3 ; San Martín : 5 ; San Rafael : 22 ; Santa Rosa : 2 ; Tunuyan : 13 ; et Tupungato : 8. Selon la taille des établissements, un 43 % sont petits, 31 % sont micro, 17 % moyens et 9 % grands. La principale raison de la recherche d'hébergement dans la localité

est le tourisme du vin (connaître la cave) et les voyageurs choisissent principalement les hôtels 3 étoiles. Le voyage comprend aussi d'autres activités comme des visites à des espaces ruraux, sports, sorties nocturnes et séances de spa.

L'offre touristique de Mendoza est basée sur les logements de différentes catégories mais a un complément fondamental dans les différents services connexes, qui demandent du personnel pour différentes propositions destinées aux touristes. Les services offerts sont variés et la langue qui prédomine est l'anglais (86 %) sur d'autres tout aussi importantes comme le français, le portugais, l'italien et l'allemand. Les établissements ouvrent leurs portes aux visiteurs du lundi au samedi, de janvier à décembre.

Courant 2018, les caves de Mendoza ont reçu 1.148.694 visiteurs. Du total et en ordre décroissant, San Rafael en a reçu 332.438 ; Maipu, 326.594 ; et Lujan de Cuyo, 319.398. La vallée d'Uco, dans son ensemble, a atteint les 158.000. Dans l'économie actuelle, où les progrès technologiques représentent un danger pour les postes de travail dans les secteurs agricole et industriel, les services sont en train de créer de nouvelles opportunités. Le tourisme du vin, selon le rapport, crée 629 emplois permanents contre 242 transitoires.

Les investissements dans les caves ouvertes au tourisme

Le rapport démontre qu'un 76 % a réalisé des améliorations en 2018, dans divers aspects comme installations, marketing, biens de capital, immeubles, formation en Ressources Humaines, informatique et, finalement, recherche et développement. La promotion et commercialisation des établissements a choisi de montrer leurs activités à travers les réseaux sociaux (33 %), les pages web (16 %), la participation dans des salons (14 %) et des brochures, entre autres. Concernant l'oenotourisme il reste un long chemin à parcourir pour faire et mesurer. Pour le moment, la province de Mendoza doit penser à continuer à consolider ce qu'elle a et à continuer l'excellent travail de croissance par une meilleure offre de produits touristiques et services connexes. Ceci est un défi pour le secteur privé, qui doit penser à des investissements à long terme pour collaborer avec l'activité.



Lancement du manuel de sélection des talents LGBTI+ du groupe Accor.



Windsor Hotel & Tower, Cordoba.



Palacio Duhau Park Hyatt Buenos Aires.



Hotel InterContinental Buenos Aires.

L'ART DE RECEVOIR

Les hôtels membres de CCI France Argentine nous font part de leurs nouveautés et stratégies de positionnement.

GROUPE ACCOR : FOCUS SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE ET L'INCLUSION

Le groupe hôtelier Accor, le plus grand d'Europe et d'Amérique du Sud, gère 11 hôtels en Argentine et couvre l'éventail des catégories d'hôtels depuis le Sofitel jusqu'à l'Ibis. Au cours de la dernière décennie, Accor Hôtels a ouvert un Mercure à Iguazú, Santa Rosa, La Pampa, un hôtel

Ibis à Pilar et a inauguré deux hôtels à Buenos Aires : le Sofitel Buenos Aires sur la rue Posadas, qui remplace le Sofitel Arroyo qui a fermé fin 2017 et le MGallery Palladio, situé sur l'avenue Callao face à la Place Rodriguez Peña. Les directeurs régionaux d'Accor ont annoncé que le groupe prévoit d'ouvrir un hôtel dans la province de Salta et vise les principaux centres urbains de l'Argentine, comme Bariloche, Cordoba, Tucuman ou Santa Fe, avec les marques Mercure, Novotel, Pullman et MGallery.

En plus de sa croissance dans le pays, Accor applique son pro-

gramme d'hôtellerie durable Planet 21 dont l'objectif est de placer le développement durable dans le centre de sa stratégie, développement et innovation. Planet 21 couvre plusieurs piliers alignés sur les Objectifs de Développement Durable des Nations Unies ; toutefois les thèmes primordiaux actuellement pour le programme sont la prévention des déchets alimentaires, l'alimentation saine, la conception écologique et la bio-construction, la reforestation et la lutte contre l'exploitation sexuelle des enfants. Accor a également lancé en août à Buenos Aires, son manuel de sélection de talents LGBTI+. À l'évènement a assisté Antonietta Varlese, VP Communications & CSR South America. Le responsable de la stratégie locale et porte-parole de la société en ce qui concerne les actions et thématiques de travail reliées à la communauté LGBTI+ est Ariel Prorovsky, directeur marketing et ventes de Palladio Hôtel Buenos Aires.

WINDSOR HOTEL: CONFORT ET GASTRONOMIE À CORDOBA

Depuis l'année 1956, l'hôtel Windsor offre un confort en plein centre de la capitale de la province de Cordoba, avec ses 75 chambres d'entre 22 et 58 m². Situé dans un lieu récemment modernisé, dans le centre historique, culturel et financier de la ville, tout près de l'ancien quartier des jésuites, face à l'Église San Francisco, il est entouré des principales attractions touristiques : les principaux espaces culturels de la ville, les théâtres, les musées et les centres commerciaux, à 30 minutes de l'aéroport international.

Son espace Windsor Terrace offre une parenthèse pour la tranquillité et le relax : piscine climatisée couverte, sauna sec et gymnase de haute performance assisté par un personnel trainer et spa. Cet hôtel recommandable de Cordoba a aussi quatre salons ayant une capacité de 120 personnes, et une infrastructure, tech-

nologie et personnel spécialisé qui garantissent l'organisation de tout type d'évènements. Son restaurant Sibaris est renommé par l'excellence de sa proposition gastronomique dont les responsables sont Roal Zuzulich et Facundo Tochi -chefs reconnus dans le pays et à l'étranger- et l'équipe qui les accompagne.

Le Guide Circuits Gastronomiques recommande également le Windsor Bar pour déguster des boissons d'auteur en fin d'après-midi soit comme after office ou comme moment préalable au dîner au Sibaris. Par ailleurs, l'endroit réalise des événements spéciaux au long de l'année, comme des cycles de dégustations sybarites ou des déjeuners spéciaux avec appariement de différentes caves et c'est une excellente option à la sortie du théâtre ou du cinéma grâce à ses horaires prolongés.

INTERCONTINENTAL : EXPÉRIENCE ARGENTINE, QUALITÉ INTERNATIONALE

Situé dans le quartier historique de Monserrat, l'InterContinental Buenos Aires est devenu une icône classique moderne de la ville, avec ses jardins et terrasses privées, accompagnateurs idéaux de l'Église Saint-Jean Baptiste.

Il se trouve près de musées, théâtres et cafés typiquement argentins, ainsi que des quartiers comme San Telmo et Puerto Madero, ce qui permet de faire une expérience authentiquement argentine.

Sa décoration combine des matériaux nobles, des espaces confortables et amples où l'on trouve un piano à queue dans le centre de la scène.

Ses 300 chambres élégantes, 2 majestueuses suites présidentielles et 8 suites de luxe, offrent des larges lits aux draps tissés avec 350 fils de coton égyptien. Et la gastronomie a aussi sa place dans l'InterContinental Buenos Aires de la main de son chef exécutif français, Bertrand Éginard et son équipe, dont la

versatilité se voit dans toutes ses créations. Entre ses 15 élégants salons fonctionnels, le Grand Salon Monserrat a une capacité pour 800 personnes : tous offrent un cadre idéal pour la célébration d'évènements sociaux et corporatifs.

InterContinental Buenos Aires est membre de la chaîne mondiale connue IHG, qui possède plus de 6500 hôtels dans le monde avec 12 différentes marques pour satisfaire tous les goûts.

Il offre aussi l'IHG Rewards Club, le programme de fidélité globale de la chaîne destiné à créer des moments mémorables et récompenser ses membres pour leur fidélité.

Entre ses clients se trouvent principalement des hôtes provenant d'Europe, des USA, de l'Asie et du continent américain. L'établissement reçoit une grande affluence d'hôtes français, et pour le G20 de novembre 2018, le Président Emmanuel Macron, son épouse et toute sa délégation s'y sont hébergés.

PALACIO DUHAU : ART DE VIVRE À LA RECOLETA

Le Palacio Duhau-Park Hyatt Buenos Aires est situé à la Recoleta, le quartier le plus exclusif de la capitale argentine. Cet hôtel cinq étoiles de luxe conserve, dans ses 165 suites et chambres, une forte identité qui se nourrit du passé et reflète la Buenos Aires traditionnelle du XXI^e siècle. La propriété est composée du Palais Néoclassique restauré, construit en 1934 et du bâtiment sur la rue Posadas érigé en 2006. Le Palais offre 23 suites et chambres donnant sur la traditionnelle Avenue Alvear, qui conserve encore l'art de vivre de la Belle Époque, qu'on reconnaît par les chandeliers Baccarat placés dans le Salon Cristal, ou les panneaux médiévaux de chêne européen revêtant les murs de l'Oak Bar, originaux d'un château de Normandie.

Le bâtiment sur la rue Posadas a 142 chambres qui se démarquent par l'élégance des détails qu'on apprécie autant par la décoration que par l'exceptionnel service personnalisé. Les deux bâtiments sont reliés par une galerie d'art éclectique et souterraine et aussi par un ample jardin aux terrasses exubérantes où l'on

peut vivre des expériences de gastronomie haut de gamme. La proposition culinaire de l'hôtel inclut trois restaurants et un bar : Gioia Restaurante & Terrazas, Duhau Restaurante & Vinoteca, les salons de Piano Nobile et le bar aux airs de club style Oak Bar.

Une atmosphère distinguée dans le cœur de Buenos Aires, un destin incontournable pour les voyageurs en quête d'expériences. La culture, le vin, la cuisine, l'art et la ville chaleureuse, en font la scène parfaite avant de découvrir la richesse des paysages de la Patagonie, les déserts de Salta et Jujuy et les chutes d'Iguazu.

Palacio Duhau-Park Hyatt Buenos Aires reçoit des touristes internationaux qui profitent de l'élégance et attendent un service personnalisé à chaque visite, qu'il s'agisse d'un voyage d'affaires ou d'un voyage de plaisir en couple ou en famille. L'hôtel attire également un public local qui cherche un environnement différent pour manger, organiser des événements –d'entreprises ou sociaux- ou bien pour participer à des dégustations de vins de grandes caves nationales avec les Cycles de caves.