



PRÊT À PARTIR

Créateur de voyages depuis 1948



L'arbre AVRIL 2020 À PALABRES

MAGAZINE D'INFORMATION
DE PRÊT À PARTIR



Édito



Illustration de couverture réalisée par Raphaëlle Piot

Vous avez entre les mains le quatrième numéro de l'Arbre à Palabres, le journal interne de Prêt à Partir. Sa dernière parution remonte à 2016, et beaucoup, beaucoup de choses se sont passées dans notre entreprise et nos métiers pendant ces quatre années.

Ce numéro, plus volumineux que les précédents, reprend les principaux articles qui parlent de nous. La plupart de ces articles n'ont été publiés que sur internet et les réseaux sociaux. C'est pourquoi j'ai souhaité les réunir sur le papier, de façon à ce qu'ils soient accessibles à tout le monde, et pour longtemps.

À la différence du livre « Le Fil Conducteur » que nous avons publié en 2017, où nous donnions la parole à nos conducteurs et conductrices pour exposer leur passion pour l'autocar et raconter leur « autre vie », cette revue parle essentiellement de Prêt à Partir.

De nos métiers.

De nos valeurs.

De nos échecs et de nos succès.

De notre Histoire commune.

De notre Avenir commun.

Plus que jamais, je suis heureux et fier de vous accompagner dans cette merveilleuse aventure. Beaucoup de gens nous citent en exemple, c'est un honneur que nous devons continuer de mériter !



François Piot

Président

fpiot@pretapartir.fr

06 17 78 35 60



Le fil conducteur

À voir ou à revoir :

bit.ly/fil-conducteur



Sommaire

Une entreprise familiale	4
Notre responsabilité sociétale	10
Des valeurs fortes	20
Notre activité transport	30
Nos agences de voyages	45
Nos start-ups	55



« Si tu veux construire un bateau, ne rassemble pas tes hommes et femmes pour leur donner des ordres, pour expliquer chaque détail, pour leur dire où trouver chaque chose... Si tu veux construire un bateau, fais naître dans le cœur de tes hommes et femmes le désir de la mer ».

Antoine de Saint-Exupéry

Une entreprise familiale

En 2017, notre entreprise fut doublement honorée : Prêt à Partir a été élue « Transporteur de l'Année » par le magazine Bus&Cars et « Entreprise familiale pour la Région Grand Est » par le cabinet EY. Ces deux événements nous ont amenés à nous poser la question suivante : qu'est-ce qu'une entreprise familiale ? Et surtout, quels avantages, et quels inconvénients, peuvent y trouver les collaborateurs de l'entreprise, mais aussi ses fournisseurs, ses clients, ses partenaires et ses actionnaires.

Certes, Prêt à Partir est une entreprise familiale, dirigée successivement par trois générations de Plot. Mais ce n'est pas cette définition qui nous a semblé la plus pertinente.

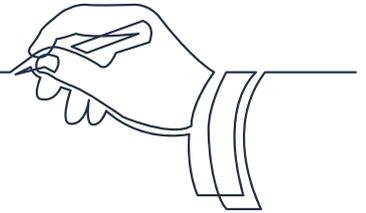
L'entreprise réellement familiale, c'est celle où la collectivité de collaborateurs se sent appartenir à une grande famille. C'est une entreprise qui s'adapte à l'homme, et pas le contraire. C'est une entreprise qui réfléchit aux conséquences des décisions qu'elle prend, pour ses collaborateurs, pour ses partenaires et pour l'environnement. Car l'entreprise familiale veut être encore là dans 20 ans. Elle veut rester familiale.

Au fur et à mesure des années qui passent, notre entreprise évolue et se diversifie sur de nouveaux métiers, notre stratégie s'adapte à notre environnement, et nos valeurs demeurent identiques. Cohérence, continuité, agilité.

“ *Les enfants doivent être indulgents envers les grandes personnes.* ”

Antoine de Saint-Exupéry

L'écosystème Prêt à Partir



Publié en octobre 2019

QUI EST RÉELLEMENT PRÊT À PARTIR ?

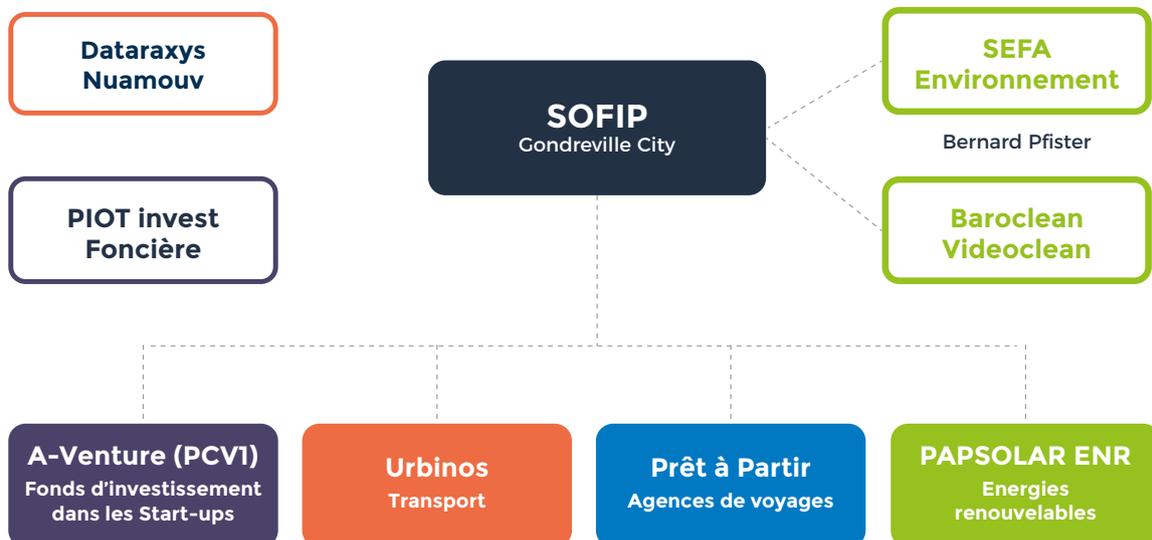
Prêt à Partir est une PME familiale présente dans différents métiers, une sous-holding étant dédiée à chaque métier :

- ▶ **Urbinos** pour le transport par autocars (environ 1100 véhicules dont 180 chez Lambert Locations)
- ▶ **Prêt à Partir** pour l'agence de voyages (une centaine de magasins et 350 collaborateurs).
- ▶ **Papsolar ENR** pour nos activités dans l'environnement (panneaux solaires, centrales hydroélectriques, centrale de méthanisation, start-ups).
- ▶ **A-Venture**, notre fonds d'investissement dédié à l'accompagnement des start-ups en lien avec nos métiers (loisirs, mobilité, environnement). A-Venture est présent dans une quarantaine de start-ups et anime 4 pépinières.

- ▶ **Piot Invest** est une société familiale dédiée à l'immobilier.
- ▶ **Nuamouv** est une SSII qui développe des solutions de mobilité et gère notre site www.pretapartir.fr

**NOUS SOMMES DES
ENTREPRENEURS CURIEUX,
PROCHES DE NOS
COLLABORATEURS, PASSIONNÉS PAR
LES AVENTURES HUMAINES ET LES
HISTOIRES D'ENTREPRISE.**

Notre management est fondé sur la confiance, le droit à l'erreur et le long terme. Nous sommes des gens humbles, travailleurs, sincères, qui ont à cœur de satisfaire nos clients pour assurer la pérennité de notre entreprise.



Qu'est-ce qui me donne envie de me lever le matin ?

Publié le 3 septembre 2019

Ce matin, j'ai reçu un candidat pour une embauche en alternance. Il m'avait écrit hier, et je pouvais le recevoir ce matin.

En arrivant, j'ai bien senti que ce jeune homme était stressé, mal à l'aise, peu sûr de lui. Quand il est parti, il était rayonnant, souriant, détendu, et il m'a dit merci pour tout ce que je lui avais apporté.

Pourtant, je ne l'ai pas embauché.

Pendant l'entretien, je l'ai mis à l'aise pour qu'il puisse m'exprimer son projet professionnel, et je me suis intéressé à qui il était.

Même s'il m'est apparu évident, dans les premières minutes de l'entretien, que je ne lui proposerais pas de poste, j'ai voulu lui consacrer du temps pour l'aider à progresser et, peut-être, décrocher un poste lors du prochain entretien qu'il passerait.

J'ai eu à cœur de lui donner des conseils, avec humilité et bienveillance, pour mieux le préparer aux questions des recruteurs. Pour qu'il apprenne à mieux se présenter, à chasser les incohérences de son CV et à expliquer sa motivation.

Je souhaitais aussi qu'il sache tout de suite s'il avait une chance chez nous ou pas. Je ne voulais pas lui donner de faux espoirs en lui disant qu'il allait recevoir de

mes nouvelles dans une lettre que je n'aurais jamais le temps d'écrire.

Depuis un mois, il a envoyé 60 lettres à des entreprises pour trouver son alternance. C'était le premier entretien qu'il avait. Probablement la seule réponse qu'il avait reçue. Ce n'est pas normal.

NOUS, PATRONS, PETITS ET GRANDS, NE NOUS ÉTONNONS PAS DU COMPORTEMENT DES JEUNES SI NOUS NE SOMMES PAS CAPABLES DE LEUR DONNER DU TEMPS ET DE LEUR MONTRER L'EXEMPLE.

À la fin de l'entretien, ce jeune homme m'a retourné une de mes questions : qu'est-ce qui me fait lever le matin ? Après quelques secondes de réflexion, je lui ai répondu que je me levais pour essayer de faire du bien autour de moi. Que je n'en attendais pas de reconnaissance, mais que j'espérais que les personnes à qui je ferais du bien, feraient à leur tour du bien autour d'elles, et ainsi de suite.

Je l'ai raccompagné à la sortie de notre immeuble, il était rayonnant. Probablement parti faire le bien de quelqu'un d'autre.



Interview Made in Nancy

Interview réalisée par Valentin Tonti Bernard pour son podcast Made in Nancy. Retour sur le parcours de François Piot, ses choix stratégiques et sa vision sur le métier de voyageur.



bit.ly/itw-madeinancy

Nancy : un Piot toujours prêt à partir

Publié par l'Est Républicain,
par Pascal SALCIARINI le 23 avril 2016

IL EST JEUNE, 43 ANS, ET A TRANSFORMÉ L'ENTREPRISE FAMILIALE. TRANSPORTS, VOYAGES, START UP, PARQUET BOIS : LE GROUPE MI-VOSGIEN, MI-MEURTHE-ET-MOSELLAN PERFORME.

Iconoclaste, intelligent et en éveil comme un môme en quête permanente d'un truc rigolo à faire : François Piot est comme ça, mais aussi centralien, multidiscipliné et fils d'une famille vosgienne, où l'on a les pieds solidement ancrés dans le réalisme entrepreneurial. Ce vendredi 22 avril, dans le cadre de la Matinale du Flo, organisée par SDIC conseil en partenariat avec L'Est Républicain et France Bleu Lorraine, François Piot, héritier discret à l'humour décapant, qui fuit les mondanités mais pas les responsabilités, a évoqué la diversification de son groupe de transport et de voyages.

PIOT C'EST 500 BUS, UNE CENTAINE D'AGENCES DE VOYAGES DONT SIX À NANCY, UNE GOUVERNANCE PARTAGÉE ENTRE NEUFCHÂTEAU ET CONDREVILLE ET UN PATRON QUI VIT AU MILIEU À NANCY.

Premier opérateur régional indépendant sur son créneau, François Piot plaque tout en 1998, à commencer par la biophysique moléculaire, son dada d'étudiant-chercheur : « Papa vendait, j'ai appelé maman, je lui ai dit de lui dire que je reprenais la société. J'étais jeune et prétentieux et je pensais que l'entreprise allait bien... »

Son truc c'est « le management à la confiance »

En 2005, le groupe Piot, au bord du gouffre, est cédé partiellement à Transdev. Mais François Piot rebondit et diversifie, se montre curieux, accueille des jeunes, des idées nouvelles, encourage la créativité en interne : « J'aime les rencontrer, être surpris, je suis quelqu'un de curieux, pas mondain, mais qui aime les gens. » Enfin, ceux qui la jouent positif. Les syndicalistes, par exemple ?



Credits photos @Patrice Saucourt



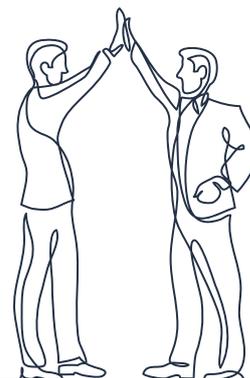
Il y a deux catégories de syndicalistes, les défenseurs de la veuve et de l'orphelin, que sincèrement je respecte. Et les autres, les TPMG, tout pour ma gueule, achetables, sans intérêt.

Au détour des petites phrases lâchées sur un ton débonnaire et goguenard, François Piot envoie ses vérités valser dans l'espace collectif : son truc c'est « le management à la confiance, dans la ligne de François Zobrist, chantre de l'entreprise libérée. Honnêtement il n'y a rien à jeter dans son bouquin. »

Pour autant, il lui faut plus qu'un bréviaire à succès pour qu'il se laisse dicter sa conduite. François Piot, qui n'a pas le permis pour conduire un bus, ne laisse personne piloter à sa place. « Prêt à Partir », son réseau truffé d'agences rapporte 75 M€ de chiffre d'affaires chaque année et avec lui son lot d'anecdotes. « Les clients pas contents d'une prestation m'appellent, et j'essaie de régler le problème. Parfois il se crée une complicité. J'aime ça. »

Facile à joindre, mais pas à déstabiliser, François Piot a réglé une partie de sa succession. Ses cinq filles sont déjà propriétaires de 62,5 % du capital. « L'une d'entre elles sera amenée, peut-être, à me succéder. » Et pourquoi pas deux, ou trois, ou plus ? « Parce qu'il ne peut y avoir qu'un pilote dans l'avion. » Ben voilà, c'est dit.

Bienvenue en 2020 !



Publié le 30 janvier 2020

AU MOMENT OÙ L'AUSTRALIE EST EN FEU, QUE LA PLANÈTE BRÛLE COMME DISAIT LE REGRETTÉ PRÉSIDENT CHIRAC, IL SEMBLE QUE LE CITOYEN PERDE UN PLUS CHAQUE CONFIANCE EN TOUS SES REPÈRES : DÉFIANCE DANS LE POLITIQUE, DÉFIANCE DANS LE RELIGIEUX, DÉFIANCE DANS L'ÉCONOMIQUE. QUI SAUVERA LA PLANÈTE ? QUE DEVIENDRONT NOS ENFANTS ? QUE VAIS-JE DEVENIR ?

Paradoxalement, vivant dans l'un des pays les plus développés du monde, le français est hanté par la peur de finir dans la rue. Pourtant, il y a une multitude de postes à pourvoir, d'opportunités à saisir, en traversant la rue ou en allant voir un peu plus loin.

Pourtant cette peur existe : elle se répand comme un fléau qui nous empêche d'être vraiment heureux, toujours insatisfaits et inquiets, toujours nostalgiques d'un passé révolu, toujours en attente d'un futur meilleur.

Dans nos métiers de service, nous devons sans cesse rassurer nos clients, et leur redonner confiance. La faillite quasi-simultanée de Thomas Cook, d'Aigle Azur et de XL Airways a largement alimenté cette défiance dans les métiers du tourisme. Ce n'est pas tous les jours qu'on voit disparaître celui qui a inventé notre métier !

En fait, si. L'espérance de vie d'une entreprise est de 7 ans. Les grosses vivent plus longtemps, mais ne sont pas éternelles : 61 ans en moyenne pour les entreprises cotées en bourse.

RÉJOUISSONS-NOUS, NOTRE ENTREPRISE FAMILIALE, DU HAUT DE SES 72 ANS, A DÉJÀ DÉPASSÉ LA MOYENNE DU CAC40.

Ainsi, les entreprises naissent et meurent, disparaissent par faillite ou sont rachetées par d'autres entreprises, souvent plus récentes. Connaissez-vous les Hénokiens ? Ce sont des entreprises restées familiales depuis leur création, et qui sont âgées de plus de 200 ans. Ce club mondial très fermé compte... 49 membres.

Comme disait mon mentor en biologie, la vie est une maladie mortelle sexuellement transmissible... Mais nos clients, nos fournisseurs, nos collaborateurs, aiment travailler avec des entreprises bien vivantes, solides et fortes, durables et pérennes, et c'est bien naturel. A charge pour nous de les rassurer et de leur expliquer qui nous sommes exactement, comment fonctionne notre métier, comment évolue notre environnement, et quels sont nos devoirs, nos responsabilités et nos limites. **Tout un programme que je vous propose pour 2020, que je vous souhaite rassurante et pleine de belles découvertes.**

“Nul ne peut se sentir, à la fois, responsable et désespéré.”

Antoine de Saint-Exupéry



Il y a 70 ans, ma grand-mère Rose, assistée par mon grand-père Achille, ancien sous-marinier, fondait les Cars Achille Piot, à Domrémy-la-Pucelle. Mon père Daniel rejoint en 1965 l'entreprise familiale, elle est alors en grande difficulté. Il l'a relevée et développée pour en faire le Prêt à Partir que nous connaissons aujourd'hui.

Ma grand-mère est décédée en 1972, avant ma naissance, quelques mois après avoir perdu son autre fils Jean-François dans un accident de voiture. Je ne l'ai pas connue, mais il paraît que c'était une femme de caractère ! Elle était née dans une roulotte - déjà la passion des gens du voyage -, dernière de onze enfants.

Quand j'étais gamin, Papa passait souvent cette chanson d'Edith Piaf qui raconte l'histoire de ce petit garçon qui chaque dimanche allait porter une rose blanche à sa mère à l'hôpital. Beaucoup d'émotions alors dans la voiture.

Notre entreprise est comme cette rose stabilisée : fraîche comme au premier jour, immaculée et rayonnante de sa blanche beauté, fragile mais protégée par celles et ceux qui y travaillent au quotidien.

Cette Rose est l'origine de notre entreprise. Depuis 70 ans, Rose, Achille, Daniel et Mireille nous guident dans la construction de notre Histoire commune. Ainsi, Rose sera chaque jour à vos côtés. Qu'elle nous rappelle d'où nous venons, qu'elle nous aide à comprendre pour quoi nous sommes là, et qu'elle nous inspire pour bâtir notre futur !

François Piot



Notre responsabilité sociale

La responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) repose sur trois engagements forts et durables : un engagement envers ses collaborateurs (social), un engagement envers l'ensemble de la société (sociétal), un engagement envers la planète (environnemental).

À notre petite échelle, nous n'allons pas sauver le monde. Mais, comme le colibri, nous avons bien l'intention de « faire notre part ».

Depuis plus de 10 ans, nous avons la chance de pouvoir aider l'association Niger Ma Zaada, qui fait un travail formidable au Niger. Régulièrement, des collaborateurs de notre entreprise partent au Niger pour découvrir les travaux de l'association. C'est pour nous une chance, une fierté, et surtout une expérience exceptionnelle.

Donner et Recevoir. Nous recevons bien plus que ce que nous leur donnons.

“ *C'est véritablement utile puisque c'est joli.* ”

Antoine de Saint-Exupéry

Du greenwashing à l'ère de la défiance : ça va chauffer !

Publié sur le blog Yakafokon de Togezer,
le 23 novembre 2019

Il y a 12 ans, j'ai fait la rencontre de Daniel Masson, président de Niger Ma Zaada, ONG qu'il avait fondé quelques années auparavant.

Daniel m'a expliqué ce que son association réalisait au Niger. Dans un rayon d'action limité, à environ 45 minutes de Niamey, Niger Ma Zaada avait construit des puits, des écoles, un centre de soins. Daniel parlait plusieurs fois par an au Niger, sur ses deniers et en bénévolé, pour suivre les chantiers financés par les fonds de l'association. Il m'a paru sympathique, compétent, et exemplaire, je lui ai signé un chèque de 3 000 €. Et n'ai pas oublié de demander mon reçu fiscal.

Douze ans plus tard, nos dons cumulés se chiffrent à 500 000 €.

PAR L'INTERMÉDIAIRE DE NIGER MA ZAADA, NOUS AVONS FINANCÉ DES PUIITS, DES ÉCOLES, UN CENTRE DE SOINS, UN GRENIER, ET UN PROGRAMME DE CONSERVATION DES DERNIÈRES GIRAFES D'AFRIQUE DE L'OUEST, POUR LESQUELLES NOUS AVONS REPLANTÉ QUELQUES 60 000 ARBRES.



Chaque année, nous donnons un peu plus à l'association. Nous avons écrit ensemble une belle histoire, qui s'est enrichie années après années. Cinq personnes de notre entreprise, dont moi-même, sont allées au Niger, encadrées par l'association. Daniel Masson intervient régulièrement auprès de nos équipes de ventes, et nous associons nos clients aux actions menées sur place. Nous les informons, nous les sensibilisons, et nous les remercions, car c'est grâce à eux que nous pouvons « faire notre part » au Niger.

Daniel m'a confié qu'il avait visité, en Afrique, des zones replantées de millions d'arbres... sur le papier. Dans les faits, malgré les panneaux arborant le nom des généreux mécènes, autour, c'est resté le désert. Les sponsors ont-ils réellement payé leur part ? L'argent s'est-il évaporé ? Ce qu'il y a de certain, c'est que le reçu fiscal a bien été utilisé !

Le 30 septembre dernier, Air France annonçait vouloir replanter 70 millions d'arbres pour compenser les émissions de CO₂ de ses vols intérieurs. L'information est tombée juste après la faillite d'Aigle Azur et de XL Airways, et surtout après plusieurs mois de « flyskam », la honte de prendre l'avion. Il suffit de lire les commentaires sur le web pour comprendre que l'effet n'est pas celui escompté. Il y a 10 ans, Air France aurait reçu le prix Nobel du développement durable, comme Al Gore a reçu celui de la paix avec des données falsifiées.

Aujourd'hui, le citoyen est mieux informé que formé, et il ne croit plus ce qu'on lui raconte. Le scepticisme radical, la chasse aux sorcières du greenwashing, l'ivresse de la théorie du complot

BIENVENUE DANS L'ÈRE DE LA DÉFIANCE !

La faillite de Thomas Cook va changer durablement la relation entre le voyageur et son agence de voyages.

Cela faisait 178 ans que Thomas Cook vous faisait découvrir le monde. Et, soudainement, tout s'arrête. Il faut repayer les hôteliers, rapatrier les clients, rembourser les acomptes. My God, que fait Scotland Yard ? Dieu sauve la Reine, et mes vacances... Alors, de grâce, ne venez pas me raconter que mon voyage en avion réchauffe la planète et que je ferai mieux de prendre le train électrique ou de partir en covoiturage.

NOMBREUSES ET LOUABLES ONT ÉTÉ LES INITIATIVES DANS NOTRE MÉTIER POUR PROPOSER DES VOYAGES PLUS ÉCOLOS : DU LABEL CHOUETTE NATURE DE CAP FRANCE AU FRAMISSIMA NATURE DE SOUSTONS, EN PASSANT PAR LE TOURISME « NATURE » D'AUSTRO PAULI OU DE VOYAGER AUTREMENT.

Malheureusement, nos clients ne se sont pas rués sur ces voyages qui n'ont jamais trouvé de rentabilité... durable. Quand j'ai rejoint l'entreprise familiale il y a 20 ans, nos clients partaient principalement en vacances autour de la Méditerranée, pendant deux semaines estivales en hôtel-club. Intuitivement, j'ai voulu rajouter à notre catalogue deux superbes circuits : l'un en Bourgogne autour des églises romanes, l'autre au nord de Paris pour visiter les premières églises gothiques. Inutile de vous dire que nous avons annulé les deux voyages.

13 ans plus tard, j'ai récidivé en déposant la marque « Esprit et Culture » pour organiser des voyages avec le diocèse de Nancy.

À l'occasion du lancement de cette très belle croisière avec des excursions exceptionnelles, nous avons organisé une fabuleuse conférence avec le journaliste et écrivain, spécialiste des religions, Antoine Sfeir – paix à son âme. Nous avons réuni plus de 2000 personnes en une soirée mémorable, et... vendu 2 cabines sur le bateau.

Au début de notre partenariat avec Niger Ma Zaada, nos vendeurs avaient pour consigne de demander 3 euros par voyage à nos clients, et de leur expliquer nos actions au Niger. Devant les réactions parfois décevantes, parfois agressives de nos clients, nous avons simplement augmenté nos frais de dossier de 3 euros et glissé une carte de remerciement dans nos carnets de voyages. Culpabiliser les clients ne sert à rien, sinon à leur donner envie de changer d'agence de voyages.



Quand Fabrice Pawlak m'a proposé de rédiger un article pour le Yakafokon, nous venions d'avoir une discussion sur le voyage éthique et la dimension sociétale des voyages à proposer à nos clients. Et nous n'étions pas du tout d'accord.

Nous ne changerons pas les goûts de nos clients, et notre métier est de leur conseiller le voyage qui leur apportera le plus de joies et de souvenirs. Nous avons certes une responsabilité dans les conseils que nous leur prodiguons, y compris en matière de responsabilité sociétale et environnementale. Par exemple, nous luttons contre le tourisme sexuel. Mais si notre client veut lézarder deux semaines au bord de la piscine en évitant tout contact avec les indigènes ou aller passer un week-end à Pékin, nous lui vendrons quand même.

En revanche, avec un bout de la marge de ces voyages, nous pouvons agir.

C'EST CE QUE NOUS FAISONS, PAR EXEMPLE EN FINANÇANT NIGER MA ZAADA. NOUS CONSACRONS UNE PART IMPORTANTE DE NOS RÉSULTATS À DES INVESTISSEMENTS DANS LES ÉNERGIES RENOUVELABLES (PANNEAUX SOLAIRES, CENTRALES HYDROÉLECTRIQUES, CENTRALES DE MÉTHANISATION). COMME LE COLIBRI, NOUS FAISONS NOTRE PART.



Pour changer les mentalités, pour changer les habitudes, il faudra la force de la loi. Restreindre, interdire, taxer. Cela suffira-t-il pour stopper le réchauffement climatique à un niveau acceptable ?

Soit la corrélation entre le taux de CO₂ dans l'atmosphère et la température moyenne de la planète est un hasard, ce qui signifierait que l'activité humaine n'a pas d'impact démontré sur le climat, soit il est déjà trop tard pour éviter un réchauffement qui devrait atteindre plusieurs degrés et plonger l'humanité dans un chaos inimaginable : montée des eaux, réfugiés climatiques, famines, pandémies, et bien sûr une guerre mondiale, qui mettrait peut-être fin à notre espèce. Restons optimiste pour Gaïa : l'homme est arrivé dans les dernières secondes de la vie sur Terre – 400 000 ans sur 4,5 milliards d'années – et plein d'autres espèces n'attendent que notre disparition pour prendre le pouvoir. Il y aura une Terre pleine de vie après notre disparition. Rappelons que les dinosaures, ces êtres soi-disant mal adaptés et stupides, ont régné sur la planète pendant 160... millions d'années. Dans tous les cas, exit la question du CO₂. Évidemment, pas politiquement correct...

En revanche, nos enfants vivront la fin du pétrole. La fin du pétrole comme carburant, car il y en aura toujours, mais on ne l'utilisera plus comme aujourd'hui, tellement son prix aura monté.

On l'utilisera tellement peu qu'il redeviendra moins cher qu'aujourd'hui. Souvenez-vous que nos grands-parents ont connu la fin du charbon, grâce au déploiement du nucléaire en France.

LE VOYAGE EST DEVENU UN BESOIN ESSENTIEL POUR BEAUCOUP D'ENTRE NOUS. LA LIBERTÉ DE SE DÉPLACER POUR PAS CHER EST DEVENUE UNE LIBERTÉ FONDAMENTALE.

Quand j'étais enfant, un voyage en Thaïlande coûtait 20 000 francs (3 000 euros) et durait 3 semaines. Aujourd'hui, personne ne part trois semaines en voyage ! Et l'offre s'est adaptée à la demande : un week-end à Pékin plutôt qu'une vraie découverte de la Chine. Pour un week-end, ne vaudrait-il pas mieux une bonne expérience 3D avec un casque de réalité virtuelle qui, comme le DVD élimine la pub, permettra d'éviter les contrôles dans les aéroports et les files d'attente dans les musées ? Une visite virtuelle de la Cité Interdite, sans bouger de son canapé.

L'autre tendance serait le « slow tourisme » : on court toute l'année métro-boulot-dodo, pourquoi ne pas prendre son temps pendant les vacances ?

Il faudra alors repenser nos programmes, passer du temps à visiter tous ces merveilleux sites touristiques secondaires, déserts et authentiques. Partir à la rencontre de celui qui nous accueille dans son pays, découvrir son histoire, sa civilisation, ses mœurs et ses coutumes. Toutes choses que nos touristes stressés et pressés n'ont pas le temps de voir.

Bien entendu, si on part moins souvent mais plus longtemps, le bilan carbone du voyageur s'améliore, car c'est le vol qui émet le plus de CO₂. Il est probable que le chemin sera, une fois de plus, montré par le monde de l'entreprise : de plus en plus de sociétés utilisent la vidéo-conférence pour éviter un rendez-vous de deux heures à l'autre bout du monde. Le voyage le plus économe en CO₂ est celui qu'on ne fait pas... Dans les appels d'offres de business travel, on commence à voir apparaître de nouvelles demandes liées à la RSE de l'entreprise. Par exemple, le montant des émissions de CO₂ liées au déplacement. C'est une piste intéressante : êtes-vous prêt à payer votre voyage un peu plus cher si votre avion est plus économe en kérosène ? Êtes-vous disposé à prendre le train plutôt que l'avion ? À utiliser Airbnb plutôt qu'un hôtel de chaîne ? Observons bien ce qui se produit dans le monde du voyage d'affaires, cela nous montrera l'évolution du comportement de nos voyageurs.

SI ON RÉSUME NOTRE PLAN-CLIMAT CHEZ PRÊT À PARTIR POUR LES 5 ANS QUI VIENNENT :

- ▶ Renseigner les voyageurs sur leur impact CO₂ de la façon la plus précise possible, dès le devis ;
- ▶ Inciter nos clients à partir plus longtemps, mais moins souvent, pour de véritables expériences avec les populations locales ;
- ▶ Consacrer une part toujours croissante de notre marge à des actions utiles et durables qui donnent du sens à notre métier.

On ne va pas sauver le monde, mais on va juste essayer de rendre nos clients, nos fournisseurs et nos collaborateurs un peu plus heureux.



Six mois après, le Niger ne quitte pas ma tête...

Publié le 17 mai 2017



J'ai eu la chance de participer à un voyage au Niger en novembre 2016. L'objet de ce voyage était de découvrir ce pays, son peuple, et les travaux réalisés par l'association meusienne Niger Ma Zaada

Que d'émotions pendant ce voyage...

Que d'émotion quand nous avons croisé, en pleine brousse et en plein silence, les girafes de Kouré. Majestueuses, calmes, sereines, royales. Elles ont presque ignoré notre présence, tant l'homme n'est plus un prédateur pour elles...



Que d'émotion quand, à la cathédrale de Niamey, nous nous sommes tous donné la main et que les enfants sont venus s'asseoir sur nos genoux. Tout le monde chantait, la joie seule dominait dans la communion et les couleurs chamarrées. Avons-nous tant péché pour mériter des messes si ennuyeuses chez nous ?

Que d'émotion dans le regard de ces enfants, de ces femmes et de ces hommes des villages. Ils n'ont rien, ils sont fiers, et ils sont heureux. Là-bas, «posséder» ne veut pas dire «être heureux».

Partout, nous avons été reçus comme des rois, attendus comme le sauveur. Certes, grâce au travail assidu et



permanent depuis 15 ans de Daniel Masson, Président de Niger Ma Zaada, ces villages ont vu leur niveau de vie s'améliorer. Mais il reste tant à faire. Ce n'est pas parce que le puits est sans fond qu'il faut renoncer à le remplir !

Certes, nous donnons, encore et toujours. Mais ce n'est rien à côté de ce que nous avons reçu là-bas. Ils nous rendent au centuple le trop peu que nous leur avons donné. Au final, c'est nous qui leur devons, pour nous avoir ouvert les yeux, pour nous aider à prendre du recul, pour nous aider à supporter notre confort quotidien.

Cela fait six mois que je suis rentré. Il ne s'est pas passé un jour sans que mon esprit ne vagabonde dans les ruelles des villages du Niger. L'Appel de la Forêt, en version noir et blanc...



Point de vue d'un autocariste et distributeur



Interview de Strategos, 2016

INVESTISSEMENT DANS LES ÉNERGIES RENOUVELABLES, FACTURATION D'UNE TAXE AUX FILIALES TRANSPORT PAR LA HOLDING... FRANÇOIS PIOT NOUS DÉCRIT LES DIVERSES ACTIONS MISES EN ŒUVRE PAR PRÊT À PARTIR EN LIEN AVEC LA RESPONSABILITÉ D'ENTREPRISE. UN CAS ATYPIQUE !

Prêt à Partir est un groupe aux activités diverses, voulez-vous nous les présenter ?

Nous sommes une entreprise familiale, une grosse PME puisque nous comptons un peu plus de 1 000 collaborateurs. Nos deux métiers historiques, nos deux piliers, sont le transport de personnes par autocar et l'agence de voyages, qui représentent 80% des effectifs aujourd'hui.

Dans le secteur du voyage, nous sommes présents sur les trois activités : le groupe, l'individuel et le voyage d'affaires, avec des sociétés dans lesquelles nous sommes majoritaires, d'autres minoritaires et nous avons des adhérents à notre GIE que nous avons créé il y a 4 ans maintenant.

Concernant notre activité d'autocariste, nous disposons d'un peu plus de 500 autocars mais il s'agit à 90% de transports réguliers, de marchés publics, la partie tourisme s'étant réduite comme peau de chagrin. C'est très cloisonné aujourd'hui, il y a peu de synergies entre

nos filiales autocars et agences de voyages. D'ailleurs les voyages en autocars dans nos agences représentent 0,5% des ventes.

Aussi, depuis une dizaine d'années, nous nous sommes diversifiés dans d'autres activités comme par exemple l'énergie renouvelable, avec la production d'électricité photovoltaïque à partir de panneaux solaires ou des centrales hydroélectriques, des projets qui commencent à voir le jour en méthanisation agricole, une entreprise qui entretient les abords de voies pour la SNCF, les espaces verts, ou encore 3 pépinières d'entreprises qui accompagnent les start-ups.

Quelle est votre stratégie de développement ?

Elle n'est pas réellement pensée en amont, ce sont davantage des rencontres qui donnent des envies. Mais concernant l'énergie renouvelable, par exemple, on y trouve du sens par rapport à nos métiers historiques pollueurs d'autocariste ou d'agent de voyages. On écrit l'histoire après coup.

Qu'est-ce que la responsabilité d'entreprise pour vous ?

Je vois deux aspects importants, deux guides dans la responsabilité d'entreprise : les valeurs du chef d'entreprise et de l'entreprise en général, et la réglementation. Ce qui me hérisse le poil, ce sont toutes ces entreprises qui font du greenwashing, qui font semblant de faire du sociétal et qui racontent n'importe quoi.

Ma conviction est que l'entreprise, même si ça n'est pas un but en soi, doit absolument gagner de l'argent, parce que c'est cet argent qui lui permet de continuer à vivre et d'avoir des projets. Donc cela suppose qu'un projet sociétal ou environnemental doit toujours avoir une rentabilité, sinon on se fait plaisir mais il n'y a pas de lendemain.



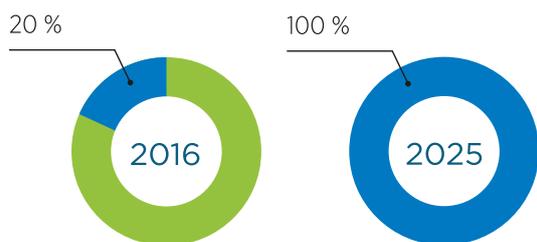


Un projet sociétal ou environnemental doit toujours avoir une rentabilité, sinon on se fait plaisir mais il n'y a pas de lendemain.

Réussissez-vous à concilier intérêt économique et responsabilité ?

Oui. Dans le transport par autocar, nous émettons beaucoup de CO₂ dans l'atmosphère, environ 10 000 tonnes par an. Il s'est trouvé que, m'intéressant aux énergies renouvelables et par le hasard des rencontres, je suis devenu producteur d'énergie renouvelable. De ce fait, vous pouvez alors calculer une sorte de compensation, estimer ce que votre électricité renouvelable évite de brûler comme charbon, pétrole ou gaz. En raisonnant ainsi, on arrive à une forme d'équivalence entre ce qu'on produit en énergie renouvelable et ce qu'on consomme dans nos autocars.

AUJOURD'HUI NOUS COUVRONS ENVIRON 20% DE NOS ÉMISSIONS DE CO₂ LIÉES À NOS AUTOCARS. J'AI PRIS LA DÉCISION DE PORTER CES 20% À 100% D'ICI 2025 AFIN DE COMPLÈTEMENT GOMMER NOTRE EMPREINTE CARBONE.



Pour cela le premier axe est d'émettre moins de CO₂ en consommant moins de gazoil. Nous avons donc commencé à rajeunir notre flotte. Ceci a un effet économique bénéfique car consommer moins de CO₂ réduit les factures de gazoil. L'autre axe est de produire davantage d'énergie renouvelable et là aussi c'est intéressant car nous vendons l'électricité à EDF à un prix fortement subventionné.

Il y a également un intérêt commercial en ce sens que, dans les marchés publics, on voit apparaître des critères environnementaux pour les attributions de marchés. C'est encore très timide aujourd'hui mais on peut imaginer que demain, à prix égal, le transporteur le plus vert sera choisi par la collectivité. C'est en tous cas le pari qu'on a fait.



Il y a donc une bonne action à la base, une conviction de chef d'entreprise de se dire que tant qu'à faire notre métier autant le faire le mieux possible, à la fois pour nos clients et par rapport aux conséquences que notre métier peut avoir sur l'écosystème en général.

Et puis il y a un intérêt économique et commercial à ces actions, si on n'avait pas réussi à gagner de l'argent, on n'aurait fait qu'une seule centrale photovoltaïque et on aurait arrêté. Aujourd'hui nous en avons 15 et nous sommes très heureux de gagner de l'argent avec. Ce n'est pas parce qu'on fait quelque chose qui est socialement, environnementalement ou socialement mieux que les autres qu'on doit forcément perdre de l'argent avec. Pour pouvoir alimenter ces projets sur le long terme, il faut gagner de l'argent.

Malgré cela, compenser 100% de vos émissions doit avoir un coût non négligeable ?

C'est à peu près 100 millions d'investissement. Pour cela nous avons mis en place une taxe interne. La holding va facturer aux filiales transport une taxe qui est liée à leur consommation de gazoil, à leur émission de CO₂. Cet argent remonte à la holding et est destiné à financer la production d'énergie renouvelable. Nous nous sommes donné 10 ans pour y parvenir. Dans la pratique, c'est sûr qu'il n'y a pas un seul client qui rentre dans une de nos agences pour dire qu'il veut un voyage équitable.

Le consommateur final est-il sensible à cette notion de responsabilité d'entreprise ?

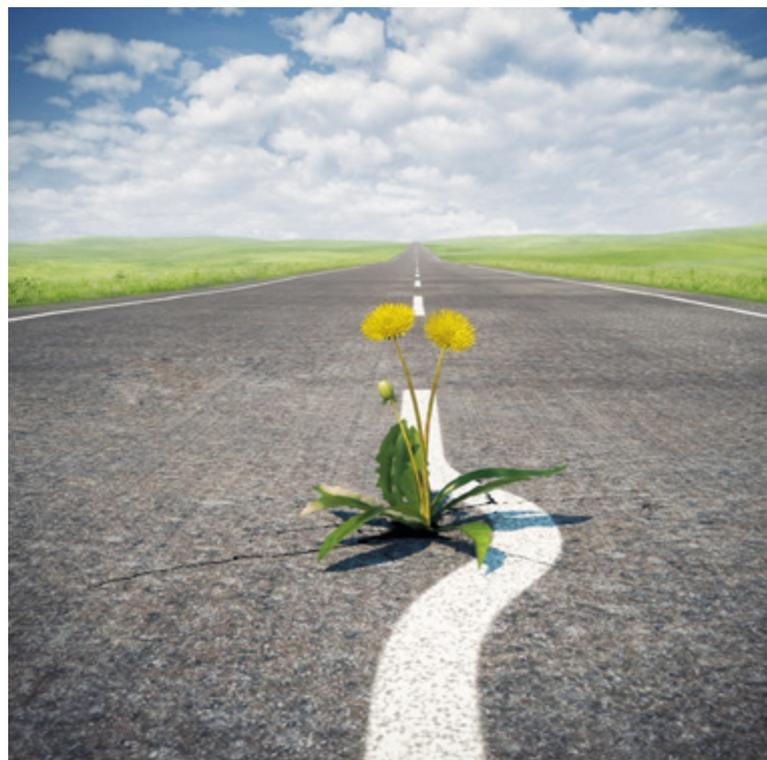
Non, pas du tout. L'espoir que j'ai, dans le voyage, est que ça vienne du voyage d'affaires, que les entreprises qui nous confient leur budget voyages commencent à nous demander des bilans carbone, qu'elles soient sensibles aux économies de carbone qu'on pourrait leur faire réaliser, même si ce ne sera pas forcément un critère de choix de l'agent de voyages. Ceci dit, choisir la compagnie aérienne qui va émettre le moins de CO₂ dans l'atmosphère, c'est choisir celle qui va avoir les avions les plus récents, qui vont consommer le moins de kérosène et donc logiquement c'est celle qui aura les billets les moins chers.

LE CLIENT FINAL NE FAIT UN CHOIX ÉCOLOGIQUE QUE S'IL FAIT UNE ÉCONOMIE OU SI C'EST AU MÊME PRIX. C'EST LÀ QUE NOUS POUVONS LE SENSIBILISER MAIS C'EST LÀ AUSSI QUE LE GREENWASHING INTERVIENT ET REND LE DÉCRYPTAGE COMPLIQUÉ POUR LE CONSOMMATEUR.

Depuis 9 ans nous accompagnons une association qui œuvre au Niger au travers de plusieurs actions sur une région bien définie. Parmi celles-ci, nous avons en particulier un plan de reforestation qui permet de recréer un habitat pour des girafes et qui stocke également du carbone, etc. On essaie de calculer combien de tonnes de carbone sont stockées dans les 50 hectares qu'on a replantés. Pendant ce temps, certaines grandes entreprises de la cosmétique ou du pneumatique français par exemple, communiquent sur des millions d'arbres replantés au Niger. Sauf que lorsque vous allez sur place, il n'y a rien, uniquement une pancarte mais pas d'arbres derrière.

Il n'y a donc pas de demande dans le loisir ?

On indique à nos clients que sur chaque voyage qu'ils achètent on reverse 3€ à cette association du Niger. Il y en a que ça intéresse, d'autres pour qui ça leur est égal et d'autres que ça énerve... Et mes fournisseurs, les tour-opérateurs, ont aujourd'hui tellement de difficultés économiques, qu'en effet l'aspect RSE leur passe complètement au dessus. Le souci est que la RSE est vue comme un truc de riches, comme quelque chose qu'on va faire si on a trop d'argent ou parce qu'on veut se donner bonne conscience. Mais ce n'est pas ça. Il faut réussir à intégrer la RSE dans le fonctionnement de l'entreprise pour qu'elle soit économiquement pertinente. Après dans la pratique c'est sûr qu'il n'y a pas un seul client qui rentre dans une de nos agences pour dire qu'il veut un voyage équitable. On avait signé des partenariats avec des petits TO qui prétendaient faire du voyage équitable, éthique, mais ça n'a pas marché. Il n'y a pas d'attente de la part des clients. Même dans le corporate travel, aujourd'hui le critère essentiel reste



le prix. Dans les appels d'offres, il y a une note sur le prix, une sur la technique, et de temps en temps une sur l'environnement. J'ai vu des appels d'offres où la note sur l'environnement correspondait à un point sur 100 et c'est rare que le prix soit en dessous de 50 %. J'espère que cela va évoluer.

Comment l'expliquez-vous ? Est-ce un manque de communication ?

Je crois que les consommateurs en ont marre qu'on leur parle de l'environnement, je ne sais pas si la communication est un bon moyen. Depuis l'école primaire, on parle de développement durable aux jeunes générations. Plutôt que de l'ancrer dans leur ADN, j'ai l'impression que ça fait un peu l'effet inverse. Si nous réussissons à proposer des voyages plus responsables au même prix, les consommateurs suivront. Quand l'écologie rejoint l'économie, cela fonctionne.

Dans la notion de responsabilité, il y a aussi l'axe social comme le bien-être des collaborateurs. Y êtes-vous également sensibles ?

Dans nos métiers où l'aspect humain est prépondérant, et dans une entreprise qui est et se revendique familiale, nous sommes obligés d'être cohérents. Aujourd'hui, en tant que patron de l'entreprise, mon job est de faire en sorte que les collaborateurs viennent heureux le matin au travail. Quels sont alors nos grands repères ? Chez nous, je demande à mes collaborateurs qu'ils sachent prendre des risques, qu'ils aient envie de jouer. La contrepartie est que quand ils prennent des risques, ils font des erreurs, et pour cela je ne les sanctionne pas. Le droit à l'erreur est fortement reconnu. C'est essentiel.

Ensuite, il y a évidemment un discours très transparent et très direct. Cela évite des procès ou des situations qui pourrissent et rendent malheureux tout le monde pendant des mois voire des années. On mise beaucoup sur la sincérité et la transparence. Nous voulons une complète transparence des chiffres. Chaque agence dispose de son compte d'exploitation détaillé, tous les mois, qui est un vrai outil d'aide à la décision pour moi évidemment mais aussi pour tous les membres de l'agence, même un stagiaire a accès au compte d'exploitation s'il le souhaite. Rien n'est caché. Chaque agence sait si elle gagne de l'argent ou non, quel est son volume, son taux de marge, ses charges, son loyer, les salaires, etc. Il n'y a aucun tabou là-dessus.

UNE DES DÉFINITIONS DE LA RESPONSABILITÉ D'ENTREPRISE EST JUSTEMENT LA TRANSPARENCE, LE DEVOIR DE RENDRE COMPTE DE SES ACTES, D'EN ASSUMER LES CONSÉQUENCES, ETC. C'EST EXACTEMENT CELA.

Même si je suis encore un peu réservé sur l'entreprise libérée, nous sommes proches du modèle FAVI, une entreprise qui a été transformée lorsque Jean-François Zobrist en a pris la responsabilité, et qui fonctionne sur une délégation totale, c'est impressionnant. Il a arrêté de prendre ses employés pour des enfants. La sincérité et la transparence font partie des valeurs d'entreprise.

Je suis quelqu'un de très cash, en interne comme en externe d'ailleurs. J'ai une vision de l'entreprise qui est une sorte d'auberge espagnole : il n'y a pas d'interne ni d'externe mais un écosystème avec des clients, des collaborateurs et des fournisseurs, et toutes ces personnes vont travailler ensemble. Je ne suis pas là pour faire un coup, arnaquer un client, un collaborateur ou un fournisseur. Nous devons réussir à construire une relation pérenne sur plusieurs années et pour cela, il faut de la transparence et de la sincérité. Il y a aussi un pré-requis : j'ai en moyenne entre deux et trois personnes dans une agence. Certaines sont à 1 000 km du siège, si on commence à les contrôler, c'est fini. On prive déjà toute envie d'initiative et on va créer des postes de contrôleurs qui vont coûter très cher, donc on est obligé de faire confiance. C'est aussi simple que cela et ça fonctionne très bien. La confiance est totale. En revanche, pour la personne qui va trahir cette confiance, le verdict est immédiat.

Et concernant la redistribution, les salaires ?

Nous avons déjà de façon contractuelle une partie des résultats de l'entreprise qui est reversée aux collaborateurs, en plus de la participation, donc un fort intérêt. C'est important pour moi et pour les équipes. Dans tous les cas aujourd'hui le principal poste de charge dans une agence c'est le salaire. Donc l'essentiel de la richesse qui est créée dans une agence va au collaborateur.

L'entreprise est une personne morale ?

Oui mais au quotidien c'est difficile de le voir. Il y a une notion d'échelle de temps. L'entreprise est créée en général pour 99 ans. Certains vont y rentrer, y travailler toute leur vie peut-être et l'entreprise sera encore là derrière. Maintenant, dans la pratique, il faut bien voir que pour la plupart des entreprises, elles ne les voient jamais les 99 ans. C'est essentiel que les collaborateurs aient confiance en l'avenir. Évidemment ils viennent échanger leur travail contre un salaire mais le fait d'avoir l'assurance de percevoir ce salaire aussi longtemps qu'ils font bien leur travail, parfois des décennies, est un vrai confort pour eux, surtout par les temps qui courent.

Plutôt que d'aller sur le marché du travail au plus offrant, ils préfèrent être dans une entreprise où ils se sentent bien, être récompensés de leurs efforts et avoir de la visibilité. Nous partageons beaucoup sur la stratégie d'entreprise avec les collaborateurs et cela les rassure aussi de voir que ce qui a été annoncé se fait. C'est de la cohérence. Transparence au début, cohérence ensuite.



FAVI part du principe que l'homme est bon, la devise de l'entreprise c'est : bonne foi, bon sens, bonne volonté, bonne humeur. On essaie d'être dans ce schéma-là.

Cela rejoint l'intérêt économique également, c'est une façon de garder ses employés ?

Tout à fait. Globalement nous n'avons pas de problème de recrutement et pratiquons beaucoup la promotion interne. En termes de formation, nous ne formons pas pour former. Nous avons des formations produit ou technique et aussi des formations en management avec l'organisme Krauthammer, qui a un peu les mêmes principes que FAVI. FAVI part du principe que l'homme est bon, la devise de l'entreprise c'est : bonne foi, bon sens, bonne volonté, bonne humeur. On essaie d'être dans ce schéma là.

Nous ne faisons pas des formations en management pour que nos collaborateurs apprennent uniquement des techniques, il faut que ces techniques aient du sens, qu'elles soient cohérentes avec des valeurs. À partir du moment où il y a une cohérence entre les valeurs de l'entreprise et la façon dont on manage les équipes, on a tout gagné. Si c'est appliquer des techniques pour convaincre les collaborateurs de faire ce qu'on a envie qu'ils fassent, cela fonctionne une fois, pas deux.

Piot s'engage à gommer son empreinte carbone d'ici 2025

Publié par l'Est Républicain,
par Olivier JORBA le 14 janvier 2020

COMMENT PIOT, LE TRANSPORTEUR LORRAIN, ÉQUIPÉ DE PLUS DE 1 000 VÉHICULES, PARVIENDRA-T-IL À GOMMER SON EMPREINTE CARBONE D'ICI À CINQ ANS ? RÉPONSE DU PATRON D'UN GROUPE QUI VIENT DE RÉALISER SA MEILLEURE ANNÉE.

Quelques semaines après le rachat de trois agences de feu Thomas Cook, le groupe Piot vient tout juste de prendre en charge les services urbains de la communauté de communes Terres Toulouses et ses 45 000 habitants. C'était le lundi 6 janvier dernier. Un marché à 50 emplois et 40 véhicules qui s'ajoute à d'autres perspectives : depuis le 1er décembre 2019 et la décision de la chambre commerciale de Strasbourg, le groupe Piot est également le nouveau propriétaire du leader de la location d'autocars, Lambert Location, dans l'Yonne, avec ses 200 autocars et autobus et 16 collaborateurs.

Avec plus de 2 000 salariés (dont 1 100 dans le transport, 350 dans les agences de voyages, près de 300 au sein de différentes start-up), 1 000 véhicules et 100 agences de voyages, le groupe, dont le siège social demeure à Neufchâteau (nonobstant des services administratifs à Gondreville en Meurthe-et-Moselle), vient de réaliser sa meilleure année, selon son dirigeant, François Piot. Globalement 250 M€ d'affaires réalisés dans le domaine du voyage ; 50 M€ dans celui du transport.

Ce que l'on sait moins, c'est l'ambition - et l'engagement - du groupe à compenser 100 % des émissions de CO₂ de ses autocars grâce aux énergies renouvelables. François Piot avoue être « tombé dans le panneau solaire » en 2007. Il crée alors un pôle énergies renouvelables avec la mise en œuvre de petites centrales photovoltaïques auprès d'agriculteurs. À Pierreville d'abord (54) puis à Belleau (54). Aujourd'hui, ce pôle compte 15 centrales et environ 3 ha de panneaux solaires installés chez des agriculteurs.

Reforestation au Niger

Ce n'est pas tout : la toute première unité de méthanisation portée par Piot (5 M€ d'investissement) a été achevée en octobre 2019 et la première facture doit être imprimée ce mois-ci. D'autres centrales chargées de traiter les déchets agricoles (et produire des engrais propres) doivent être construites dans le quart nord-est. « Nous avons aussi quelques centrales hydroélectriques au bord de rivières dans l'ouest de la France, dans des lieux chargés d'histoire. »

Le groupe émet 15 000 tonnes de CO₂ chaque année. Aujourd'hui, la compensation se situe aux alentours du tiers.

LA MÉTHANISATION COMBLERA LE DÉFICIT ACTUEL D'ICI 2025. ENFIN, DEPUIS ONZE ANS, FRANÇOIS PIOT PARTICIPE À DES ACTIONS DE REFORESTATION AU NIGER : IL A VERSÉ 500 000 € POUR LA PLANTATION DE 60 000 ARBRES.



Des valeurs fortes

Quand je rencontre d'autres chefs d'entreprise, je me rends compte que nous n'avons pas la même relation avec nos collaborateurs, nos clients, nos fournisseurs. Nous ne vivons pas dans le même monde.

Notre monde n'est pas forcément meilleur que celui des autres, il est juste différent. Nos métiers de services supposent que nos collaborateurs soient passionnés, dévoués, et qu'ils aiment les gens.

Cela suppose que le risque, que l'inconnu, que l'Autre ne sont pas des ennemis à redouter, mais des bonheurs de rencontre pour écrire, peut-être, une histoire ensemble.

“ *Il faut autour de soi, pour exister, des réalités qui durent.*

Antoine de Saint-Exupéry

Adhérer aux valeurs de son entreprise

Publié le 1^{er} avril 2017

SI JE VOUS DEMANDAIS QUELLES SONT LES VALEURS DE NOTRE ENTREPRISE, PEUT-ÊTRE COMMENCERIEZ-VOUS PAR ME RÉPONDRE : QU'EST-CE QU'UNE VALEUR ? À QUOI CELA SERT ?

Les valeurs sont des repères qui vous permettent de prendre la bonne décision sans avoir besoin que quelqu'un vous dicte ce que vous devez faire. Ce sont des principes qui vous indiquent la bonne direction, et qui vous disent aussi ce qu'il ne faut pas faire. Tous vos actes, toutes vos décisions, toutes vos paroles, doivent être en cohérence avec nos valeurs communes. C'est ce qui constitue la culture de notre entreprise. Ce qui se traduit par le fait que notre entreprise est différente des autres. Ni meilleure, ni pire, juste différente.

Si vos valeurs et celles de l'entreprise sont en décalage, vous risquez de ne pas vous sentir à l'aise dans votre mission. À terme, vous risquez d'être malheureux au travail et de vous retrouver marginalisé, car l'entreprise vous demande d'agir selon des principes qui ne sont pas les vôtres. L'entreprise vous demande de faire des choses qui sont en opposition avec vos valeurs à vous.



Au contraire, si vous les avez comprises et si vous adhérez aux valeurs de Prêt à Partir, vous vous sentirez bien dans votre travail car votre mission vous semblera naturelle et familière. Vous pourrez laisser parler votre cœur et votre tête sans vous demander si vous êtes dans l'erreur, sans avoir peur d'enfreindre les codes et les règles de notre entreprise.

Nous tous, collaborateurs de Prêt à Partir, sommes garants de nos valeurs, auprès de nos collaborateurs, de nos clients, de nos fournisseurs, de nos amis et de tous les acteurs qui gravitent dans notre écosystème.

Si vous managez des personnes ou avez l'ambition de le faire, votre responsabilité envers le respect de nos valeurs est encore plus forte. Chacun attend que son manager ait une conduite exemplaire.

ET QUELLES SONT CES FAMEUSES VALEURS CHEZ PRÊT À PARTIR ?

La satisfaction de nos clients

L'écoute

La confiance

La passion

Une vision à long terme

La curiosité

L'innovation

Le droit à l'erreur

Nos valeurs : l'écoute et la confiance

Publié le 14 avril 2017

EST-CE QUE VOUS AIMEZ LES GENS ? C'EST UNE QUESTION QUE JE POSE SOUVENT EN ENTRETIEN D'EMBAUCHE. CONSEILLERS-VOYAGES, CONDUCTEURS D'AUTOCARS, VOUS NE POUVEZ PAS FAIRE NOTRE MÉTIER SI VOUS N'AIMEZ PAS LES GENS.

L'écoute ne doit pas être passive : nous ne sommes pas chez le psy et il n'est pas question de faire semblant. Quand j'écoute quelqu'un, non seulement j'essaie de comprendre ce qu'il veut me dire et pourquoi il me dit cela, et pas autre chose. Je tente de comprendre pourquoi il utilise tels mots, et pas d'autres. J'essaie aussi de me mettre à sa place pour comprendre ce qu'il ressent. Non pas d'imaginer ce que je ferais à sa place s'il m'arrivait la même chose, mais de me mettre dans sa tête et dans sa peau pour comprendre ce que mon interlocuteur attend et ressent.

Pour cela, il est nécessaire que je m'intéresse à l'Autre, que cet Autre soit un collègue, un client, un fournisseur... Que j'aie envie de le connaître, pas seulement dans son besoin marchand ou commercial, mais dans son existence, dans son rôle social, dans sa personne, voire dans son intimité.

Quand je rencontre des clients, il est rare que nous parlions voyages ou transport. C'est avant tout d'eux que dont nous parlons. Et vous seriez surpris de voir avec quel plaisir nos clients parlent d'eux. Un client ne vous reprochera jamais de vous intéresser à lui. Bien sûr, si vous le faites avec sincérité et empathie, et pas seulement pour lui extorquer son adresse mail pour alimenter votre fichier !

Souvent, je pose des questions très intimes pendant les entretiens d'embauche. Des questions qui parfois choquent, ou troublent le candidat. Je pars du principe que ce sont les réponses qui sont indiscretes, pas les questions. C'est parce que je m'intéresse à la personne que j'ai en face de moi, que je souhaite savoir qui elle est réellement. Avant de lui proposer un travail dans notre entreprise, je cherche avant tout à comprendre son histoire personnelle pour tenter de vérifier si ses valeurs seront en phase avec celles de notre entreprise.

LA SINCÉRITÉ, L'AUTHENTICITÉ SONT DES VALEURS QUE JE RECHERCHE CHEZ LES PERSONNES QUE JE RECRUTE.

Je déconseille formellement à nos managers de travailler avec des collaborateurs en qui ils n'ont pas entière confiance.



La confiance est un des piliers de notre organisation. C'est non seulement une conséquence de la structure de nos métiers : nos conducteurs garent souvent leurs autocars chez eux et nos conseillers-voyages travaillent souvent à plusieurs dizaines ou centaines de kilomètres du siège de Gondreville et de leur manager direct.

MAIS CETTE CONFIANCE DONNÉE, DÈS LE DÉPART À TOUS LES COLLABORATEURS SANS EXCEPTION, EST AUSSI UN CHOIX DE MANAGEMENT : RESPONSABILISER NOS COLLABORATEURS, POUR QU'ILS S'ÉPANOUISSENT AU MIEUX AU SEIN DE L'ENTREPRISE TOUT EN AYANT LE DROIT DE SE TROMPER.

C'est cette confiance aussi qui est le fondement de la fidélité de nos clients. Cette confiance se construit au fur et à mesure des voyages – et parfois des litiges – que nous organisons pour nos clients. Un client mécontent à qui nous avons apporté des réponses crédibles et justes, et devant qui nous avons pleinement assumé nos responsabilités est un client fidélisé, qui parlera de nous en bien autour de lui.

Cette confiance ne peut pas être trahie. La rupture de la confiance se traduit immédiatement par la rupture de la collaboration : le client change d'agence de voyages, le collaborateur qui trahit la confiance de son manager quitte Prêt à Partir.

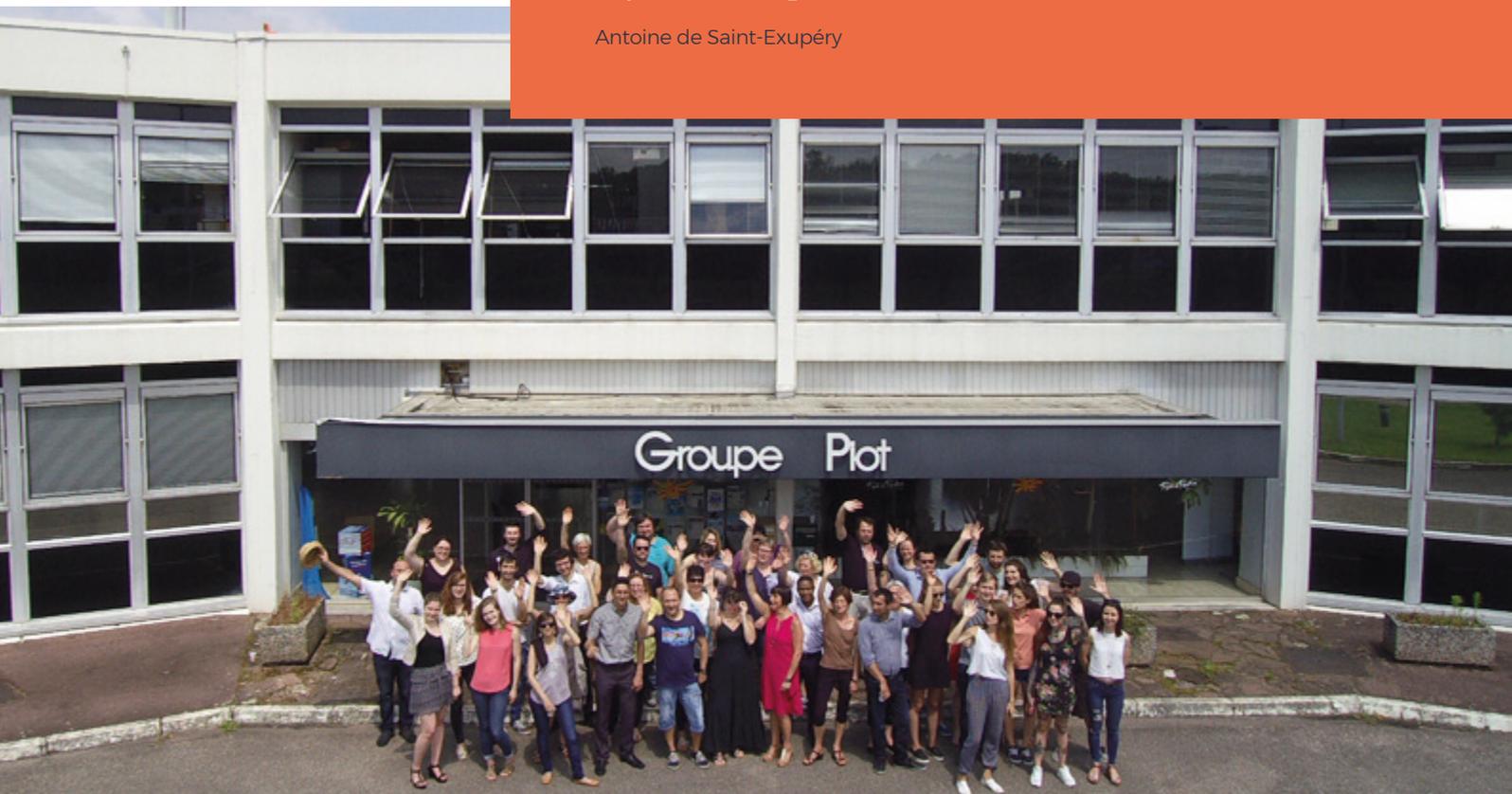
Je n'oublie pas que la confiance doit être réciproque : il est essentiel que nos collaborateurs aient confiance dans Prêt à Partir, dans ses valeurs et dans son avenir. C'est pour moi, mais aussi pour tous les managers qui encadrent d'autres collaborateurs, une tâche de tous les jours qui est d'une énorme importance.

“

À tous les collaborateurs de Prêt à Partir, j'adresse cette bonne nouvelle : vos managers ont confiance en vous. Cette confiance est un cadeau qui vous est fait dès votre entrée dans notre entreprise. À nous tous de la développer et de l'enrichir chaque jour. A nous tous de la développer ensemble afin de construire un avenir solide à notre entreprise.

“ *Toutes les grandes personnes ont d'abord été des enfants, mais peu d'entre elles s'en souviennent.*

Antoine de Saint-Exupéry



La curiosité, l'innovation et le droit à l'erreur

Publié le 10 janvier 2020

TOUT PART DU CONSTAT QUE RIEN N'EST JAMAIS ACQUIS, ET QUE SEUL UN ÊTRE PRIVÉ DE VIE EST TOTALEMENT INERTE. C'EST LA MÊME CHOSE POUR UNE ORGANISATION, POUR UNE ENTREPRISE : SI ELLE N'EST PLUS EN MOUVEMENT, ELLE DÉPÉRIT.

Prêt à Partir est une entreprise solide et pérenne, appréciée de ses clients, de ses fournisseurs et de ses collaborateurs. C'est une entreprise rentable, en croissance, qui affiche des performances enviables et qui travaille pour le long terme.

Pourtant, il y a 15 ans, notre entreprise était très fragile et a failli disparaître. L'histoire nous a appris à rester humbles et à ne pas oublier d'où nous venons, avec quelle rapidité nous avons progressé, et avec quelle vitesse nous pourrions donc disparaître.

NOS SUCCÈS NOUS ONT RENDUS FORTS ET SEREINS. MAIS C'EST AVEC NOS ÉCHECS QUE NOUS AVONS APPRIS.

Cette notion d'apprentissage par l'essai et par l'échec est essentielle à mes yeux de chef d'entreprise. L'envie de savoir, la curiosité, la passion du changement sont des qualités que nous incitons nos collaborateurs à cultiver.

Ainsi, je considère que mon rôle de chef d'entreprise est de donner envie à mes collaborateurs. De leur donner envie de se dépasser, de repousser leur limites, de sortir de leur zone de confort, de prendre des risques, de jouer aussi, de s'amuser surtout et de prendre - ensemble - du plaisir dans leur travail.

Auparavant, chez nous, une erreur était systématiquement sanctionnée, avec lettre recommandée, entretien disciplinaire et tout le tralala. On ne sait jamais, c'est important d'avoir une trace dans le dossier si un jour cette



personne doit être licenciée. Il faut faire les choses dans les règles. Sinon on se fera allumer aux prud'hommes.

Beuuuurk... Nous étions complètement à côté de nos tongues ! Nous gérons à la « méthode des 3% » : l'organisation était pensée pour piéger les 3% de salariés mal intentionnés dont l'avenir est de toute façon ailleurs (il paraît que c'est la même proportion dans chaque entreprise). Un collaborateur qui tente de nouvelles expériences, dans le bien de l'entreprise, va forcément faire des erreurs. Moi le premier (et quand c'est le patron qui se plante, cela coûte très, très cher) ! C'est l'intention qui compte, et il ne faut pas briser un bon élan. Sinon il n'y aura plus d'élan du tout, la routine s'installe, puis l'inertie, et la mort...

Précision : quand je parle d'innovation, je n'attends pas de chacun d'entre nous qu'il monte son petit laboratoire dans son coin (quoique...). J'insiste sur ce point : j'ai mis en place des tas de bonnes idées dans notre entreprise (et beaucoup m'admirent pour cela...), mais aucune n'était de moi ! Il y a deux catégories de gens : ceux qui ont les idées, et ceux qui les appliquent. Je préfère être dans le deuxième groupe, c'est moins fatigant et plus rentable.



Innover, c'est avant tout avoir le courage de changer son quotidien. C'est de reconnaître que telle idée peut aider à faire mieux avec moins, et de savoir reconnaître une bonne initiative quand elle se présente. De provoquer aussi cette rencontre avec le Différent, de s'intéresser à l'Autre.

Pour accélérer cela, nous avons déployé il y a 3 ans un réseau social d'entreprise.

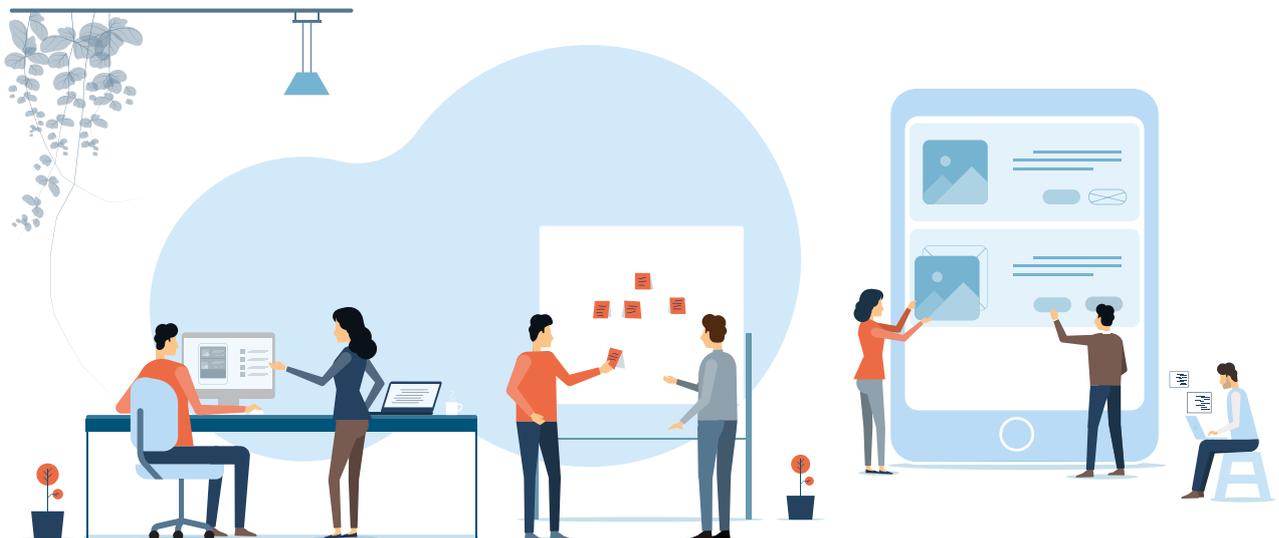
Ainsi, nos collaborateurs sont mieux informés, partagent leurs expériences, et s'entraident spontanément. Ils postent leurs idées, leurs questions, leurs envies sur Workplace, et tout le monde réagit sans aucun frein ni barrière hiérarchique. Au fait, c'est quoi la hiérarchie ? Un truc d'avant...

J'ai la chance d'avoir créé, avec deux associés, André Raoul et Stéphane Thioly, ainsi que Paul de Rosen qui nous a rejoints récemment, quatre pépinières d'entreprises dans lesquelles nous accueillons des dizaines de start-ups dont nous sommes systématiquement associés. Ces jeunes pousses ont beaucoup à nous apprendre, y compris sur le sens de l'entreprise, et la façon de faire s'épanouir les talents de nos collaborateurs.



« Le PDG ne peut plus être celui qui gribouille une stratégie sur une serviette en papier pendant le dîner. Il ou elle ne peut pas être celui ou celle qui, debout face à une assemblée, harangue la foule avec un discours grandiloquent. Le rôle du PDG est de permettre aux gens d'exceller, de les aider à découvrir leur propre sagesse, de les pousser à s'engager corps et âme dans leur travail et à accepter la responsabilité du changement. »

**Extrait du livre de Vineet Nayar
« Les employés d'abord, les clients ensuite »**



La satisfaction de nos clients

Publié le 11 janvier 2020

SUJET ÉMINEMMENT DANGEREUX : QUELLE ENTREPRISE AURAIT LE COURAGE DE DÉFENDRE LE FAIT QUE LA SATISFACTION N'EST PAS LA PREMIÈRE DE SES PRIORITÉS ? COMBIEN D'ENTREPRISES PRÉTENDENT DE METTRE LE CLIENT « AU CŒUR DE LEURS PRIORITÉS » ? MAIS COMBIEN LE FONT RÉELLEMENT ?

Avec le développement des réseaux sociaux et la multiplication des avis sur internet, les entreprises ont créé des postes pour surveiller leur e-réputation. Un mauvais avis est publié, et c'est la catastrophe. Tout doit être mis en œuvre pour que cet avis disparaisse. On s'attaque aux effets, pas aux sources de la maladie.

Certes, la satisfaction a un coût. C'est souvent un coût caché. Prenons l'exemple des grèves dans les transports. Nos conseillers voyages vont se plier en quatre pour assister nos clients qui vont vouloir annuler, modifier, reporter leurs déplacements. En conclusion, nous travaillons beaucoup plus que d'habitude pour une recette en baisse d'environ 20%...

NOTRE MÉTIER, C'EST AUSSI DE PRÉVENIR ET DE PROTÉGER NOS CLIENTS DES IMPONDÉRABLES SURVENANT AVANT OU PENDANT LEUR VOYAGE.

Tout récemment, l'un de nos fournisseurs a fait faillite, alors que nous lui avons versé des acomptes. Nous avons dû retrouver des prestataires à destination, et repayer une bonne partie du prix du voyage, sans même que nos clients en aient été informés.

Ce qui est compliqué dans notre métier, c'est que la qualité de notre conseil est souvent assimilée à la qualité de la prestation que nous vendons. Je m'explique : notre métier est de fournir à nos clients le voyage qui leur correspondra le mieux, tout en tenant compte de leurs contraintes financières. C'est une alchimie complexe, car il faut choisir le voyage en se mettant à la place de notre client, et non le voyage qui nous plairait à nous.



C'EST POURQUOI IL EST ESSENTIEL DE BIEN CONNAÎTRE NOS CLIENTS, LEURS GOÛTS, LES VOYAGES QU'ILS ONT FAITS AUPARAVANT, ET QUE LE BON AGENT DE VOYAGES EST DÉFINITIVEMENT UN COMMERÇANT DE PROXIMITÉ, ANCRÉ DANS SA VILLE ET DANS SON TERRITOIRE, UN AMI INTIME AVANT D'ÊTRE UN FOURNISSEUR.

Je participe régulièrement à des soirées organisées par nos agences de voyages où nous invitons nos clients pour leur présenter, par exemple, une nouvelle destination. À chaque fois, je discute librement avec nos clients qui m'expliquent tous les beaux voyages qu'ils achètent... ailleurs que chez nous. Pourtant, ils adorent nos équipes, qu'ils trouvent sympathiques, professionnelles, attentives à leurs besoins, et toujours disponibles.

Pourquoi ces clients qui nous adorent ne sont-ils qu'à moitié fidèles ? Y aurait-il autre chose, quelque chose de plus fort que la satisfaction clients ?

C'est l'effet « Waouh ». De la satisfaction, mais aussi de la surprise : une qualité de service qui n'était pas attendue, qui va au-delà de ce qu'on est en droit d'attendre. Cela va de la disponibilité de notre agence lors d'un dimanche ou sur votre lieu de travail, quand vous ne pouvez vous déplacer à l'agence. Ou tout simplement de répondre à l'e-mail urgent de notre client coincé à l'autre bout du monde au milieu de la nuit. Et de faire tout cela, non pas en échange d'une rémunération, mais tout simplement par amour de nos clients...

Une vision à long terme

Nous n'héritons pas de la terre de nos parents, nous l'empruntons à nos enfants.

Publié le 13 janvier 2020



EN TANT QUE PETIT-FILS DE PAYSAN, J'ESTIME QU'AGIR EN PENSANT AUX CONSÉQUENCES DE NOS ACTES SUR LE LONG TERME EST UN DEVOIR ET UNE NÉCESSITÉ.

Prêt à Partir est une société fondée par ma grand-mère Rose, en 1948, juste après la guerre. Pendant 70 ans, cette société a connu des hauts et des bas, et a toujours réussi à s'en sortir, grâce à l'engagement de ses collaborateurs et à la détermination de ses dirigeants.

Avec l'ensemble de nos 1400 collaborateurs, nous écrivons une histoire commune que nous voulons la plus longue et la plus heureuse qui soit. Notre entreprise se veut discrète, elle avance sereinement dans le 21^{ème} siècle, et revendique son côté familial tout en plongeant dans la modernité et le développement durable.

En 2015, nous avons pris l'engagement de compenser nos émissions de CO₂ d'ici 2025 : nous produisons 15 000 tonnes de CO₂ par an, que nous compensons à 50% en produisant de l'électricité renouvelable.

Nous avons mis en place une taxe carbone interne : la CAVELTEC (Contribution Annuelle Volontaire pour l'Élimination sur le Long Terme de notre Empreinte Carbone).

Nos entreprises de transport financent ainsi des investissements dans les énergies renouvelables. À ce jour, déjà 30 000 m² de panneaux solaires, 3 centrales hydro-électriques et une centrale de méthanisation. Et plein de projets...

Depuis 2013, nous soutenons une quarantaine de start-ups qui inventent notre futur. Nos premiers investissements ont maintenant 7 ans, et nous sommes honorés de continuer à accompagner ces jeunes pousses devenues de belles sociétés. Nous hébergeons la moitié d'entre elles dans l'une de nos 4 pépinières de Lorraine ou de Paris. C'est un métier passionnant, riche d'innovations et de rencontres, et c'est une activité rentable.

1400
collaborateurs

15 000 tonnes
de CO₂ produits par an

100%
compensé en 2025

30 000 m²
de panneaux solaires

3 centrales
hydroélectrique

1 centrale
de méthanisation

40
start-ups

7 ans
d'investissement

Notre entreprise fonctionne beaucoup sur les rencontres. C'est un bonheur de voir que certaines rencontres d'il y a 10 ans ont donné de belles histoires d'entreprise. Que nous avons donné l'envie, renforcé l'idée, fourni les moyens de concrétiser des rêves transformés en aventures humaines et entrepreneuriales.

Nous croyons beaucoup aux rencontres gratuites, en apparence sans enjeu, juste pour le plaisir d'aller vers l'autre. Joie d'échange et de découverte. La plupart de ces collisions seront vite oubliées, certaines aboutiront à de belles histoires. Il arrive qu'on trouve sans savoir que l'on cherchait quelque chose. Sérendipité.

Notre entreprise est curieuse et passionnée. Parfois elle sort de sa zone de confort et s'égaré dans des chemins de traverse, toujours pour revenir plus déterminé et plus forte dans ses métiers historiques. Le plus court chemin n'est pas toujours la ligne droite.

Le temps est un facteur essentiel. Time is money. Il faut savoir renoncer même si on a déjà perdu beaucoup de temps et d'argent. On a le droit de se tromper, mais persévérer dans son erreur est un fléau mortel. Mais il faut aussi donner le temps aux graines semées de rendre une belle récolte. Les semer au bon moment, savoir les regarder germer et croître patiemment. Les récolter au bon moment.

Nous avons la chance d'avoir pu conserver un actionariat familial, loin de la pression d'actionnaires anonymes qui ignorent tout de nos métiers. Nous sommes maîtres de notre destin, et nous avançons au rythme qui nous convient, stoïques dans la crise, agiles dans un monde en mouvement.



Nous voulons toujours être là dans 20 ans, tous ensemble, pour honorer nos responsabilités et répondre de nos actes devant nos clients, et surtout devant nos fournisseurs et nos collaborateurs. Nous voulons être fiers et nous souvenir de ce que nous avons fait, et de ce qu'ont fait ceux qui sont passés avant nous. Pour cela, nous devons entretenir notre terre, l'enrichir souvent, et la laisser se reposer, parfois. Patience, humilité, travail.

“ Pour ce qui est de l'avenir, il ne s'agit pas de le prévoir, mais de le rendre possible.

Antoine de Saint-Exupéry



Rien de grand ne s'est fait sans passion (Hegel)

Publié le 30 juin 2017

NOS VALEURS : LA PASSION

Un jour, il m'est arrivé une chose horrible. Lors d'un entretien d'embauche, j'ai posé à une candidate une question que je pose à tous ceux qui postulent chez Prêt à Partir : «quelle est votre passion dans la vie?» Tout à coup, la candidate s'effondre en larmes car ma question lui révèle qu'elle n'a pas de passion. J'espère que c'était la première étape, nécessaire et douloureuse, à la découverte de ce qui allait donner du sens à sa vie, et tout simplement lui servir de moteur pour se lever le matin. On a deux vies, et la deuxième commence le jour où on comprend qu'on n'en a qu'une.

La passion est d'abord souffrance. Comme dit le proverbe, à vaincre sans péril, on triomphe sans gloire. Ce qui est obtenu avec facilité ne nous satisfait jamais longtemps. Ce bonheur, ou plutôt cette joie, est éphémère et vite oubliée, vite méprisée.

La passion, qu'elle soit professionnelle, personnelle ou familiale, c'est cette énergie qui vous donne des ailes, qui vous amène à vous surpasser sans compter ni votre temps, ni vos efforts. C'est ce qui alimente vos succès, et c'est aussi ce qui vous aide à rebondir encore plus haut après l'échec.

Pour être passionné, il faut être patient, avec soi mais aussi avec les autres. C'est le temps qui, à force d'exercice, à force d'erreurs, permet de mieux se connaître pour mieux nous sublimer.

On pardonne plus facilement aux personnes passionnées. Le crime passionnel ne donne-t-il pas droit à des circonstances atténuantes ? La passion est aussi une forme de folie, surtout aux yeux de ceux qui n'ont pas été touchés par cette grâce, une bizarrerie qui nous donne un supplément d'âme et nous rend différents, avec humilité et solitude.

“

J'aime travailler avec des gens passionnés. La passion est contagieuse. Elle se répand à l'infini en se partageant. La passion est ce qui reste, quand on n'a plus rien à perdre.

Et vous, qu'est-ce qui vous donne la force de vous lever le matin ?



“ La pierre n'a point d'espoir d'être autre chose que pierre. Mais de collaborer, elle s'assemble et devient temple.”

Antoine de Saint-Exupéry

Notre activité transport

En l'espace de 2 ans, notre activité transport a doublé, s'est ouverte à l'urbain et au transport adapté. Nous avons aussi racheté Lambert Locations, le leader de la location d'autocars et d'autobus en France.

Pourtant, notre métier traverse une zone de turbulences particulièrement violentes, qui va durer encore plusieurs années. La transition énergétique, la mise en appels d'offres des TER et du marché francilien, le développement des VTC, les nouvelles mobilités, le véhicule autonome : autant de sujets à maîtriser et sur lesquels nous devons prendre les bonnes décisions. Nos clients historiques sont encore plus perdus que nous. La seule certitude c'est que la mobilité de demain sera davantage partagée et multi-modale, probablement plus écologique, mais sans aucun doute plus coûteuse.

Au moment où j'écris ces lignes, nos voisins luxembourgeois annoncent la gratuité de leurs transports en commun. À Nancy, la gratuité des transports s'invite dans le débat des Municipales. Qui aura raison ?

Dans ce monde troublé et parfois absurde, n'oublions pas les missions fondamentales de notre entreprise : permettre à des milliers de personnes de se déplacer pour aller à l'école, au travail, ou pour toute autre raison, dans des conditions optimales de sécurité, de ponctualité, d'information, de confort.

“ *Droit devant soi, on ne peut pas aller bien loin.* ”

Antoine de Saint-Exupéry

Le service de transport public évolue sur tout le territoire

Publié dans L'Est Républicain,
par Jérôme BOURGUIGNON, le 8 novembre 2019

LA NOUVELLE SOCIÉTÉ « TERRES TOULOISES MOBILITÉS » VA ASSURER, PENDANT LES SIX PROCHAINES ANNÉES, LE TRANSPORT RÉGULIER AINSI QUE DU TRANSPORT À LA DEMANDE SUR L'ENSEMBLE DES 41 COMMUNES DU TERRITOIRE. LE SERVICE SERA EFFECTIF À PARTIR DU 1ER JANVIER 2020.

La longue route de la mobilité partagée est semée d'embûches. La communauté de communes Terres Toulaises (CC2T) a repris la compétence mobilité le 1^{er} avril 2018. À l'issue d'un appel d'offres, elle change de délégataire pour l'exploitation du service de transport public, l'annonce est effective début septembre. La société Prêt à Partir, dirigée par François Piot, est retenue.

TOUTEFOIS, LA SIGNATURE OFFICIELLE DU CONTRAT AVEC LA SADAP, FILIALE DE PRÊT À PARTIR, LE NOUVEAU DÉLÉGATAIRE POUR LES SIX PROCHAINES ANNÉES, N'A EU LIEU QUE CE JEUDI 7 NOVEMBRE AU SIÈGE DE L'INTERCOMMUNALITÉ.

Un concurrent conteste l'appel d'offres

« Le référé d'un concurrent a repoussé la signature de trois semaines alors que les délais sont serrés avec la reprise au 1^{er} janvier », indique Jorge Bocanegra, vice-président à la mobilité.

Le 6 novembre, le juge a donné tort sur l'ensemble des points de l'appel d'offres contestés par le concurrent.

« Pendant le référé, on était bloqué et dans l'hypothèse la plus désastreuse, le juge nous demandait de tout revoir », précise Fabrice Chartreux, président de la CC2T

« Les conséquences pouvaient être graves pour le nouvel exploitant... », poursuit Jorge Bocanegra.

« Notre but est de rendre le même service à toutes les communes », Fabrice Chartreux, président de la CC2T



« Une quarantaine de véhicules seront mis en place au 1^{er} janvier avec une cinquantaine de chauffeurs, afin d'assurer un service sur l'ensemble des 41 communes du territoire. La société créée pour répondre à la demande portera le nom de « Terres Toulaises Mobilités », annonce François Piot

Des bus et du transport à la demande

« Notre but est de rendre le même service à toutes les communes, les plus éloignées pourront rallier la gare SNCF et rejoindre Nancy. Depuis la reprise de la compétence, elle est très suivie par les communes, on sent qu'il y a un vrai besoin », souligne Fabrice Chartreux.

« Dès le début de l'année 2020, chaque commune aura à minima deux services par jour à des heures importantes, c'est une avancée formidable en termes d'environnement », selon le vice-président aux mobilités.

Les bus ne circuleront pas sur tout le territoire, il y aura du transport régulier ainsi que du transport à la demande. Concernant ce dernier, « dès qu'une personne le déclenche, il se met en route », explique Cécile Gardan, directrice générale des services.

Ils ne circuleront pas encore le 2 janvier, mais à terme, François Piot annonce que des véhicules électriques assureront le transport à la demande.

Des projets pour les zones d'activité

La notion d'environnement est mise en exergue. Le transport collectif participe à la réduction du nombre de véhicules sur les routes. Fabrice Chartreux rappelle que les entreprises financent, via la taxe transport, une partie de l'exploitation du réseau, « d'où notre réflexion pour irriguer les zones d'activité avec de la mobilité commune. »

Du concret dès le 1^{er} janvier et des projets. Le tout fonctionne aussi grâce à une tarification incitative « pour rendre des services de mobilité autres que la voiture. »

Le dilemme des PME du transport

Publié le 8 février 2019

LES PME DU TRANSPORT DE VOYAGEURS SONT DANS LA TOURMENTE. NOUS AVONS PERDU NOS REPÈRES, BEAUCOUP D'ENTRE NOUS PENSENT VENDRE RAPIDEMENT LEURS SOCIÉTÉS, ALORS QUE FINALEMENT NOS BILANS NE SONT PAS SI MAUVAIS. COMMENT EN SOMMES-NOUS ARRIVÉS LÀ ?

Nos PME subissent plusieurs types de pressions différentes, qui remettent brutalement en question notre stratégie à moyen terme :

1. **Tout d'abord, la loi NOTRe qui a transféré la compétence transports des départements aux régions, en même temps que ces régions fusionnaient entre elles, nous a fait perdre nos repères commerciaux.** Du jour au lendemain, notre interlocuteur, notre client, a changé et s'est éloigné de nos préoccupations quotidiennes du terrain. Nombreux sont mes collègues qui, d'un seul appel d'offres, peuvent perdre la totalité de leur fonds de commerce.

2. **Simultanément, l'extension permanente des ressorts territoriaux, anciens PTU, amène les PME à devenir sous-traitants,** dans le meilleur des cas, des délégataires - en général Keolis ou Transdev - du transport urbain communautaire. Nos PME sont souvent démunies devant ces DSP urbaines : c'est un autre métier, d'autres véhicules, une autre convention collective, et nous ne sommes pas préparés à cette évolution de notre métier.

3. **Toujours en même temps, sous la pression législative et par naïveté politique, les appels d'offres nous demandent désormais «plus verts»,** utilisant de l'électricité, de l'éthanol, du GNV, de l'hydrogène, et surtout pas du gasoil. Pourtant, de façon évidente, le gasoil demeure l'alternative la plus économique et la plus écologique dans un environnement financièrement contraint. N'oublions pas que 75% de l'électricité mondiale est d'origine fossile (charbon, gaz, pétrole) et que c'est un mensonge honteux de prétendre que l'électricité est dénuée de carbone.



4. **Pendant ce temps, à force de promesses non tenues et d'avenants abusifs, les collectivités locales ont perdu la confiance qu'elles avaient placée dans leurs partenaires transporteurs.** Et l'envie leur a pris de mieux nous contrôler, en nous privant de nos patrimoines transgénérationnels : de plus en plus fréquemment, la collectivité est propriétaire du bâtiment et du parc de véhicules. Exit plus-values et prime au sortant, vous serez jugés comme vous avez jugé !

5. **Pour compliquer encore un peu la donne, nous allons vivre des années historiques et passionnantes par la mise en concurrence des derniers monopoles.** La bataille du rail fait rage pour redistribuer les 4 milliards d'euros du transport TER sur rail. Transdev a fait savoir que, grâce à leur expérience en Allemagne, ils pouvaient faire mieux que la SNCF, pour... deux fois moins cher. Le lointain actionnaire commun appréciera.

De son côté, la RATP se prépare à défendre la totalité de son fonds de commerce francilien. Les appels d'offres vont déferler sur l'Île-de-France, ce qui n'est jamais arrivé auparavant. Merci Bruxelles...

Heureusement, nous voyons poindre le nez des véhicules autonomes, qui vont définitivement résoudre nos éternelles difficultés de recrutement.

Après avoir assisté à plusieurs journées de conférences dédiées à ces véhicules, j'ai acquis la conviction que cette révolution n'était pas prévue pour demain. Cette technologie fonctionnera un jour, c'est certain. Mais, de grâce chers clients, oubliez ces gadgets coûteux et inutiles pour consacrer vos budgets à un service public de transport efficace et pertinent.

AINSI, ENTRE RISQUES ET OPPORTUNITÉS, LE PATRON DE PME NAVIGUE EN EAUX TROUBLES.

Alors beaucoup d'entre nous se disent que le temps de céder leur affaire est bientôt venu. Nos marchés de 7 ans ont laissé place à des contrats d'un an, renouvelables 3 fois dans le meilleur des cas. N'attendons pas le prochain appel d'offres, qui peut rayer de la carte l'entreprise créée par mes aïeux...

Nous sommes encore 80 entreprises à «rouler» pour la région Grand Est. Il y a fort à parier qu'après un ou deux tours d'appels d'offres nous ne soyons plus que 15. 15 parmi lesquels on trouvera encore les grands de ce monde (Keolis, Transdev, RATP), quelques étrangers (probablement Cube et Arriva), et quelques champions régionaux, dont je compte bien faire partie.

Nous avons choisi notre futur.

Cette année,

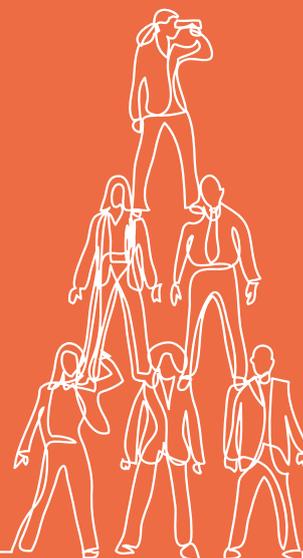
- ▶ **nous avons réussi l'acquisition de trois entreprises de transport**, dont deux ex-filiales RATP DEV.
- ▶ **nous avons remporté notre premier marché de transport adapté** : 40 Renault Clio pour le département des Vosges.
- ▶ **nous avons déployé notre propre système d'information voyageurs** dans plus de 200 autocars, dans nos filiales et chez certains collègues.
- ▶ **nous avons ouvert notre quatrième pépinière**, où nous accueillons quelques-unes des quarante start-ups dans lesquelles nous avons investi via notre fonds A-Venture. Toutes en lien avec la mobilité, l'environnement ou les loisirs.
- ▶ **nous allons mettre en circulation notre premier bus électrique** et notre premier véhicule GNV qui ira faire le plein de biogaz «à la ferme».
- ▶ **nous allons remporter notre première Délégations de Service Public urbaines.**



« L'Histoire nous sera indulgente car nous avons l'intention de l'écrire ».

Winston Churchill

Avec nos clients, avec nos collaborateurs, et toute notre passion.



Il était une fois une PME...

Publié le 9 septembre 2019

...qui se battait tous les matins parce qu'elle avait des salariés en or et des clients sympas qui lui faisaient confiance. Ce n'était pas rose tous les jours, mais, entre tous les petits soucis du quotidien qui nous pourrissent l'existence, nous avions parfois de grandes joies en famille, avec nos fournisseurs et avec nos clients. Des moments qui nous rendaient durablement heureux, et qui transformaient tous nos efforts et toutes nos souffrances en merveilleux souvenirs. C'était un temps pas si lointain, où, quand une entreprise avait à cœur de bien faire son métier, son avenir était assuré au travers des générations.

PUIS LES RÈGLES DU JEU ONT CHANGÉ.

Enfin, elles n'ont pas vraiment changé, mais elles ont été appliquées différemment, littéralement, en faisant fi des relations humaines que nous avons mis des décennies à tisser.

Il y a deux ans, j'avais publié un article sur notre défaite à Saint-Dizier, défaite cuisante qui nous avait tous profondément déçus. Car nous y avons tellement cru...

Il y a quelques mois, nos équipes ont répondu à un appel d'offres urbain. Cela nous a pris environ 600 heures de travail. Notre offre a été déclarée irrecevable car nous n'avons pas signé un document qui n'était pas à signer (sic). Partie directement au panier.

Quelques mois plus tard, nous avons perdu une soixantaine de circuits que nous exploitions, certains depuis plus de 20 ans. Ce qui nous a pénalisé, c'est une note éliminatoire sur un critère technique auquel nous n'avions pas répondu. Ce critère n'était pas nouveau, mais, lors des appels d'offres précédents, personne n'y avait répondu. Alors le critère n'avait pas été noté. Pourtant, nous étions largement moins cher que l'entreprise attributaire.

Quelques semaines plus tard, lors d'un autre appel d'offres urbain, le consultant du client nous a déclaré que sur le plan technique notre offre était parfaite. Sur le prix, nous avons fait des efforts particuliers, ce qui

nous a valu d'obtenir 0,5 point de plus, sur 40, que l'entreprise attributaire, qui était probablement 15% plus chère que nous. Il semblerait que leur offre était plus que parfaite, au moins sur le plan technique.

C'est difficile, pour un chef d'entreprise, de motiver ses équipes quand on enchaîne les défaites. C'est facile de baisser les bras quand on a donné le meilleur de soi-même et que ses efforts ne sont pas récompensés. Cela semble injuste, et on a parfois l'impression de se battre pour rien.

NOUS N'AVONS PAS BAISSÉ LES BRAS.

Nous avons décidé, il y a bientôt un an, de recruter une équipe pluri-disciplinaire qui serait en charge de répondre aux appels d'offres publics, qui constituent 90% de notre chiffre d'affaires. Une quatrième personne les rejoindra mi-octobre, et nous allons encore recruter 2 à 3 personnes, idéalement des seniors de l'appel d'offres et du transport public. Cette équipe sera aussi en charge d'aider nos filiales à démarrer et à faire vivre nos futurs marchés et concessions.

Il y a un an, nous répondions à tous nos appels d'offres avec une équipe de deux personnes à Bar-le-Duc, précisément à Longeville-en-Barrois. À la fin de l'année, l'équipe sera composée de 6 à 7 personnes, et, même s'ils sont déjà opérationnels, je sais que cela ne suffira pas pour répondre à toutes les opportunités qui vont se présenter à nous dans les deux prochaines années.

Honnêtement, je ne sais pas comment font les autres PME familiales. Ce n'est pas seulement une question de coût, même si une nouvelle équipe de 7 personnes va forcément peser sur nos coûts de revient. Mais, surtout, ce sont des compétences rares qui sont difficiles à trouver. Quand les jeunes diplômés ont suffisamment d'ouverture d'esprit pour ne pas postuler que chez Keolis ou RATP, ce qui est rare, leur principale question est de savoir si le poste est à Paris ou à Lyon. Non, il est à Gondreville. On ne rit pas svp.



C'EST DUR, MAIS ON VA Y ARRIVER.

On a déjà une belle équipe, passionnée, sympa et hyper-motivée. Nous venons de décrocher un très beau marché de transport à la demande pour la CTS à Strasbourg, avec deux innovations majeures : nous travaillons avec PADAM, une start-up que nous suivons depuis plusieurs années qui a développé un logiciel de Transport à la Demande (TAD) hyper-efficace, et nous allons exploiter des Nissan électriques. Une belle référence dont nous sommes fiers.

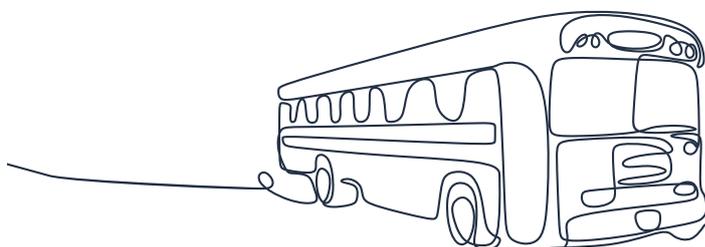


En fait, ce qui est magique, c'est de se dire que nous sommes en train d'écrire une très belle page de l'histoire de notre entreprise, en train de vivre une très belle aventure humaine, technologique et commerciale.

LES COLLECTIVITÉS ONT BESOIN DE PME COMME LA NÔTRE, DE CHAMPIONS RÉGIONAUX QUI VONT GARDER L'AMOUR DE NOTRE MÉTIER, DE NOS CLIENTS AINSI QUE LE RESPECT DES VOYAGEURS ET DES COLLABORATEURS, TOUT EN TENANT COMPTE DE LEURS CONTRAINTES BUDGÉTAIRES.

Nos clients ont besoin de PME comme la nôtre qui constituent une alternative sérieuse aux multinationales, qui lorgnent agressivement sur le ferroviaire et les marchés parisiens.

Avec 900 véhicules, je pense que nous avons la taille critique pour répondre aux attentes de nos clients. Suffisamment aventuriers pour être présents aux quatre coins de nos régions, suffisamment agiles pour répondre aux défis technologiques des nouvelles mobilités, et pas assez lourds pour nous effondrer sur nous-mêmes par boulimie administrative et jacobine.



Faire le plein à la ferme, c'est possible !

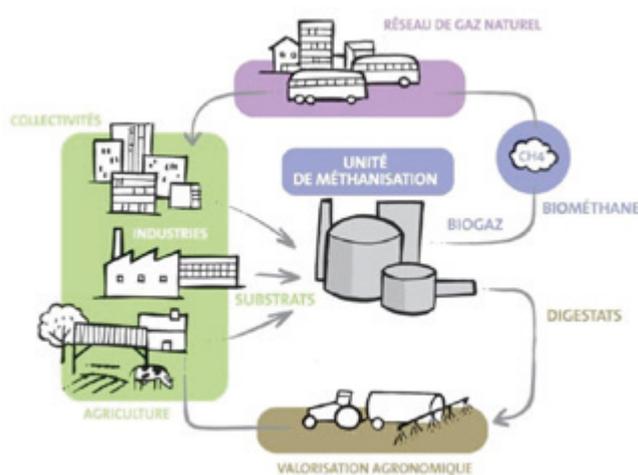
Publié le 29 août 2019

GRÂCE À LA PASSION DE PHILIPPE COLLIN ET À L'OPINIÂTRETÉ DE PHILIPPE COUTURIER, NOTRE AUTOCAR SCOLAIRE IVECO DAILY VA DÉSORMAIS FAIRE SON PLEIN DE BIO-GNV (GAZ NATUREL COMPRIMÉ) À LA FERME.

Philippe Collin est agriculteur à la frontière des Vosges et de la Haute-Marne. Il exploite depuis plusieurs années une centrale de méthanisation qui transforme des déchets en bio-méthane. Il roule lui-même depuis longtemps avec sa FIAT au gaz. Mais l'essentiel de sa production de méthane était consommée dans un moteur pour fabriquer de l'électricité. Désormais, il va pouvoir distribuer son gaz à des transporteurs qui roulent au Gaz Naturel Comprimé (GNV).

Philippe Couturier est le représentant commercial d'Iveco sur le Grand Est, et un ami de longue date.

Acheter un Iveco, cela se mérite ! Depuis des années, il porte la bonne parole aux autocaristes pour les inciter à convertir leurs véhicules gazoil au GNV. Le GNV est le choix industriel d'IVECO, filiale de FIAT, car l'Italie n'exploite pas de centrales nucléaires en raison des risques sismiques. Le GNV n'émet pas de particules lourdes qui sont dangereuses pour notre santé. En revanche, le gaz fossile, qui vient de Russie ou d'Algérie, est une source de CO₂ (dioxyde de carbone), c'est un gaz à effet de serre qui contribue au réchauffement climatique.



En utilisant du gaz issu de la fermentation de déchets en milieu privé d'oxygène (méthanisation), nous créons un cycle propre d'émissions de CO₂ : le CO₂ est absorbé par les plantes qui poussent pendant l'année ce carbone est ensuite réduit par les bactéries de la centrale de méthanisation en méthane (CH₄). La combustion (l'oxydation) de ce méthane dans le moteur des véhicules rejette du CO₂ dans l'atmosphère qui peut ensuite être réabsorbé par les cultures agricoles.





Le métier d'agriculteur est un métier merveilleux, mais c'est un métier difficile et peu lucratif, surtout dans nos régions d'élevage. La culture est soumise aux aléas climatiques (et pas seulement le réchauffement) et à la volatilité des cours des produits et de la demande des consommateurs. Construire une centrale de méthanisation, ou une centrale photovoltaïque, est un des moyens de trouver des revenus complémentaires et stables pour l'exploitation agricole, sur le long terme.

CELA FAIT 10 ANS QUE PRÊT À PARTIR S'EST LANCÉ DANS LES MÉTIERS DE L'ENVIRONNEMENT.

En 2009, nous raccordions notre première centrale solaire chez un paysan de Meurthe-et-Moselle, à Pierreville. C'est Franck Millardet, alors responsable de notre service informatique, qui s'est passionné pour les énergies renouvelables et a mené de front une quinzaine de constructions de centrales photovoltaïques chez des agriculteurs du Grand Est.

ACTUELLEMENT, NOUS EXPLOITONS 30 000 M² DE PANNEAUX SOLAIRES, QUI PRODUISENT 3 MILLIONS DE KWH PAR AN, ET PERMETTENT DE COMPENSER 22% DE NOS ÉMISSIONS DE CO₂.

Nous avons installé des panneaux solaires sur notre siège à Condreville, ainsi que sur le toit de notre nouveau bâtiment de Neufchâteau.

Puis, nous avons fait une belle rencontre avec Philippe Herbrecht, un alsacien qui rêvait d'acheter une centrale hydro-électrique. Cela fait 5 ans que nous sommes associés, et nous exploitons deux centrales ensemble, l'une à côté de Limoges et l'autre à côté de Vierzon.



Le chantier du moment, c'est une centrale de méthanisation que nous construisons à Belleau, en Meurthe-et-Moselle, en coopération avec une dizaine de paysans locaux. C'est un gros investissement, près de 5 millions d'euros, que nous portons intégralement. Cette centrale va prochainement être mise en exploitation : elle produira 8,5 millions de kWh par an, et compensera un tiers de nos émissions de CO₂.

En 2015, Prêt à Partir a pris l'engagement d'effacer son empreinte carbone en 10 ans. À mi-chemin vers 2025, nous sommes confiants dans l'atteinte de cet objectif.

Pour l'atteindre, nous avons aussi rajeuni notre flotte d'autocars, qui répond aux normes Euro5 et Euro6 à 85%. En plus de cet Iveco Daily qui fonctionne au GNV, nous avons acquis un mini-bus électrique pour l'urbain de Neufchâteau, qui fonctionne chaque jour depuis mai 2019.

Enfin, nous accompagnons l'association meusienne Niger Ma Zaada dans des programmes de reforestation et des programmes de conservation des dernières girafes blanches d'Afrique de l'Ouest.

TOUS CES PROJETS SONT DES PROJETS D'ENTREPRISE, PARTAGÉS AVEC NOS COLLABORATEURS ET IMPACTANT NOTRE VIE QUOTIDIENNE SUR LE LONG TERME.

C'est grâce à tous nos clients et à nos fournisseurs que nous pouvons imaginer et financer tous ces chantiers, qui donnent un peu plus de sens chaque jour à nos métiers.

En passant par Saint-Dizier...

Publié le 16 juin 2017

Nous n'allons pas conquérir le marché des transports urbains de Saint-Dizier, du moins pas en 2017. Le choix de la collectivité va se porter sur Transdev (l'exploitant actuel), pour des raisons «objectives, sachant que les trois offres étaient toutes trois de très bon niveau». Nous y avons tous cru, et moi peut-être encore plus que tous les autres.

Je suis admiratif et profondément ému par l'énergie que cet appel d'offres a déclenchée chez nous. En quelques semaines, j'ai vu des talents de tous horizons travailler ensemble, avec efficacité, excellence, rapidité et ingéniosité. Quelle équipe de rêve ! J'ai été tellement bluffé par son dynamisme et son enthousiasme qu'il me paraissait évident que rien ne pourrait s'opposer à notre succès. La mer s'ouvrait devant nous, et allait engloutir nos ennemis.

Je nous voyais déjà, forts de notre référence bragarde, conquérir les urbains de la région : Bar-le-Duc, Verdun, et bien d'autres encore... Comme Pérette, j'ai laissé choir le pot au lait. Et j'ai sous-estimé la capacité de réaction de nos concurrents.

Bon sang, mais c'est bien sûr... Nous laisser conquérir Saint-Dizier, et y démontrer que nous pouvons y faire bien mieux pour bien moins cher, voilà qui aurait signé le début d'un raz-de-marée qui aurait noyé nos concurrents. Bien vu, Transdev, vous avez encore échappé de justesse à l'envahisseur. Vous avez senti le vent du canon. Vous avez réagi et vous avez été meilleurs que

nous. Bravo ! Nous laisser nous installer eût été une erreur stratégique d'un coût inouï et incalculable... J'ai au moins l'intense satisfaction que la ville de Saint-Dizier bénéficiera, à cause de nous sinon avec nous, d'un meilleur service pour un prix moindre.



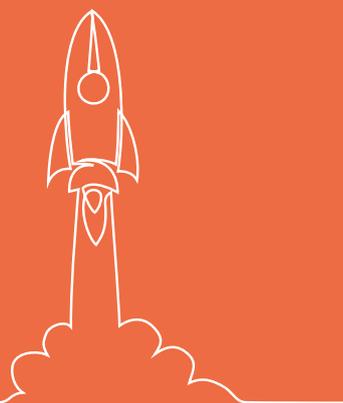
Il n'y a ni amertume ni rancœur dans cette défaite. Encore moins du découragement. Nous sommes passés très près d'une victoire méritée. Nous avons énormément appris de cet échec. Nous allons redoubler d'efforts lors des prochains appels d'offres. La question n'est pas de savoir si nous allons conquérir un marché urbain de référence, mais où et quand cela se produira.

Every day is day one.

Ne bougez pas, nous arrivons.

“ Il est des victoires qui exaltent, d'autres qui abâtardissent. Des défaites qui assassinent, d'autres qui réveillent.

Antoine de Saint-Exupéry



Une simulation unique en France

Publié sur France 3 - Auvergne Rhône Alpes,
par V.P. avec Stéphanie Vinot le 5 février 2020

DANS L'ALLIER, LES COLLÉGIENS DE COMMENTRY ONT COMPRIS L'IMPORTANCE D'ATTACHER SA CEINTURE DANS LES CARS SCOLAIRES GRÂCE À UN CAR UNIQUE EN FRANCE. LE SYSTÈME, QUI SIMULE UN CAR QUI SE REVERSE, POURRAIT ÊTRE DAVANTAGE DÉPLOYÉ POUR LA PRÉVENTION SI LE COMPORTEMENT DES ÉLÈVES ÉVOLUE.

Dans la réalité, ce car mettrait à peine quelques secondes pour se renverser. Mais pour cet exercice de prévention dans lequel des collégiens de Commentry (Allier) ont pris place, on lui en accorde tout de même 17. Bien que ralentie, la chute suffit pour rendre compte des conséquences parfois dramatiques que peut provoquer un accident. «Je pense que je vais plus mettre ma ceinture maintenant !» confie l'un des jeunes.

MOINS DE 5% DES ENFANTS CEINTURÉS

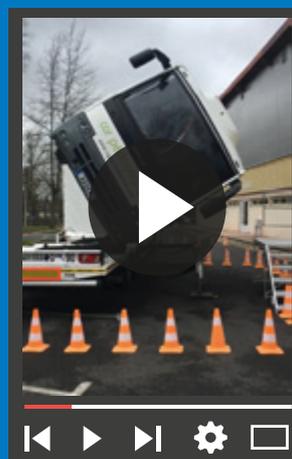
Dans les cars scolaires, moins de 5 % des élèves bouclent leur ceinture. Pour les chauffeurs, c'est une vraie difficulté. «On ne peut pas regarder la route et faire attention à ce qu'il se passe derrière. On leur répète tout le temps, mais c'est compliqué,» affirme Myriam Galaudier, conductrice.

Refuser de s'attacher dans un car scolaire peut coûter cher. Avec ce car simulateur d'accident, la société qui gère le transport scolaire dans l'Allier a voulu en apporter la preuve. «Quand un car se couche sur le côté, la moindre chute va au moins représenter 2,50 m,» explique un animateur.

LE BIEN-ÊTRE DES ENFANTS AVANT TOUT

«Il y a 250 autocars qui circulent dans l'Allier chaque jour, toutes compagnies confondues, explique Jérôme Maillard, directeur de la société de transport Prêt à Partir. Notre préoccupation, c'est la sécurité des élèves qu'on transporte. On est tous parents, les enfants sont ce qu'on a de plus cher et on a envie de les voir rentrer indemnes.»

Le comportement des enfants sera observé dans les semaines qui viennent cette simulation. Si les résultats sont au rendez-vous, ce car unique en France pourrait revenir dans l'Allier.



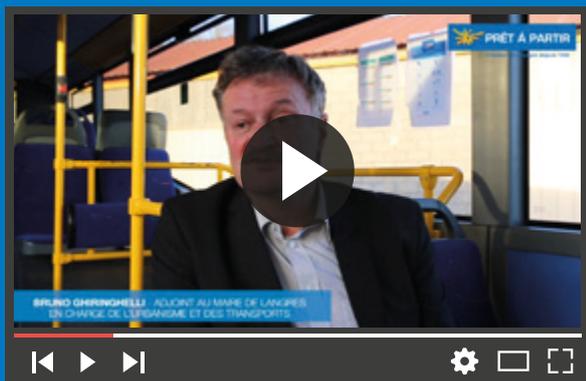
Pour voir la vidéo,
flashez le code :



bit.ly/prevention-bus



Séquences vidéos



Interview de Bruno Chiringhelli

Ancien adjoint au maire de Langres en charge de l'urbanisme et des transports.



Le site de Neufchâteau fait peau neuve

Un site tout neuf, avec des panneaux solaires et bientôt un verger. 40 Clio Prêtes à Partir pour le nouveau marché décroché par la SADAP. Une magnifique vidéo tournée par Stéphane Thioly (Pole Capital).



Transport urbain électrique à Neufchâteau

La ville de Neufchâteau en partenariat avec Prêt à Partir, s'est dotée d'un véhicule électrique pour son transport urbain. Une démarche innovante !

Vesoul : le chauffeur sauve un enfant qui s'étouffe dans le bus

Publié par l'Est Républicain
par Eléonore TOURNIER le 13 mars 2019

GROSSE FRAYEUR POUR LE JEUNE LUCAS, 11 ANS. JEUDI, IL A MANQUÉ DE S'ÉTOUFFER DANS LE BUS QUI LE RAMENAIT CHEZ LUI À CAUSE D'UN BONBON. C'ÉTAIT SANS COMPTER SUR LE SANG FROID DU CHAUFFEUR, DOMINIQUE DOUARD QUI A APPLIQUÉ LA MÉTHODE DE HEIMLICH.

« On lui est tellement reconnaissants », confie, émue, Magalie Rufer, à propos du chauffeur de bus, qui, tous les jours, transporte son fils au collège Brel. Ce jeudi, Lucas Guillaume, 11 ans, a manqué de s'étouffer à cause d'un bonbon avalé de travers.

« Il était 17 h 15. Je venais de quitter le collège Jacques-Brel. J'ai vu un enfant debout au milieu de l'allée. Il disait : "Je m'étouffe". Il était blanc comme un linge », raconte le chauffeur Dominique Douard. Immédiatement, il stoppe le car au milieu de la route, fait descendre le garçon et applique la méthode de Heimlich. « Au bout de deux minutes, il a toussé, sorti des glaires et puis il m'a dit : "C'est bon je respire" ».

Deux jeunes du bus prêtent main-forte au conducteur : Mathéo fait la circulation tandis que Juline appelle les pompiers. « Ils ont été exemplaires. Personne n'a paniqué, c'est ensuite qu'on s'est rendu compte de ce qui s'était passé. Lucas était tremblant comme une feuille », relate Dominique Douard.

L'enfant est transporté à l'hôpital de Vesoul où il est resté plusieurs heures. « En fait, il a avalé le bonbon. Les médecins nous ont dit de faire attention qu'il n'ait pas de fièvre ou de toux inhabituelle par la suite. Ils nous ont aussi dit que si le chauffeur n'avait pas eu ces gestes-là, s'il n'avait pas utilisé cette méthode, Lucas ne serait sans doute plus là », rapporte sa maman.

UNE MÉTHODE APPRISE... DEUX SEMAINES PLUS TÔT

Une méthode que le chauffeur avait apprise... deux semaines plus tôt à l'occasion d'une formation de deux



jours financée par son employeur, la société Prêt à partir de Quincey. « Tout le monde peut l'apprendre. C'est simple. Il faut pencher la personne qui s'étouffe en avant, lui donner cinq tapes avec la paume de la main entre les omoplates. Dans la foulée, on sert le poing et on exerce une pression au niveau du sternum en remontant vers le haut cinq fois. On recommence tant que nécessaire », détaille le chauffeur, retraité de la gendarmerie.

« N'importe qui peut être confronté à ce souci : une maman avec son fils, un frère avec sa sœur... Cette méthode mérite d'être connue », explique-t-il. Dans son bus, il a prévu de mettre à disposition de ses jeunes voyageurs des petits fascicules qui la détaillent.

Lucas a repris le chemin du collège ce lundi, conduit par Dominique. « C'est un bonheur de l'avoir tiré d'affaire et de le voir à nouveau. J'ai plaisir à le voir rentrer dans mon bus tous les matins », confie, heureux, son ange gardien.



bit.ly/sauvetage-ddouard

Dominique Douard explique les gestes qui sauvent en cas d'étouffement

Chauffeurs de cars recherchés pour sillonner le Toulinois

Publié dans L'Est Républicain,
par Stéphanie MANSUY le 21 janvier 2020

L'ANNONCE A ÉTÉ RELAYÉE SUR LES RÉSEAUX : LA SOCIÉTÉ PRÊT À PARTIR QUI S'EST VU CONFIER LE TRANSPORT SCOLAIRE À L'ÉCHELLE DE LA COM COM TERRES TOULOISES RECRUTE DES CONDUCTEURS D'AUTOCARS. DES EMPLOIS À CUMULER AVEC D'AUTRES ACTIVITÉS OU PAS.

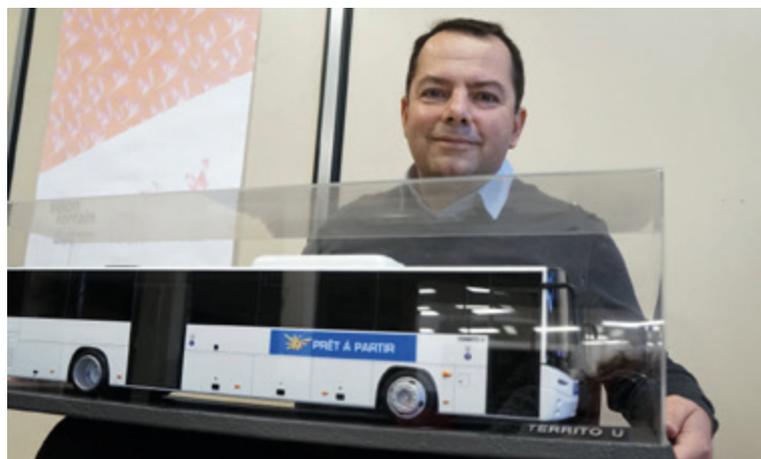
François Piot, le patron de Prêt à Partir, a un besoin permanent de chauffeurs de cars. Trente-six sont nécessaires au transport scolaire.

Deux heures le matin, deux heures le soir. C'est en général l'amplitude horaire demandée aux chauffeurs de cars de la société Prêt à Partir, basée à Gondreville. C'est pourquoi ce genre d'activité séduit retraités, femmes au foyer, voire prêtre, agriculteur ou pizzaiolo, en seconde activité professionnelle.

L'entreprise de transport qui assure les allers et retours des élèves du Toulinois depuis début janvier pour le compte de la com com Terres Toulaises est justement en quête de conducteurs titulaires du permis D pour assurer les rotations. Elle a même dû faire appel à des chauffeurs de son groupe venus de Nevers. « Un turnover naturel »



Un accord de branche dans le métier de transport de voyageurs stipule que lorsqu'un marché est perdu par un exploitant, le nouveau est dans l'obligation d'embaucher les conducteurs du précédent prestataire et de les affecter à 65 % de leur temps sur ce marché.



Crédits photos © ER / Stéphanie MANSUY

Dans le cas de la transition entre le prestataire Keolis et Prêt à Partir, vingt chauffeurs Keolis ont franchi le pas sur trente-six attendus pour la mission. Seize manquaient donc à l'appel en décembre. Dix ont été recrutés depuis. Et les six manquants viennent d'être identifiés et suivent en ce moment une formation... « Néanmoins, l'entreprise a un besoin permanent de recruter », insiste le patron. « Car il y a un turnover naturel et parfois des conducteurs en arrêt, il faut donc avoir une certaine latitude ».

CHOLOY-MÉNILLOT Une équipe renouvelée au Foyer rural

L'EST
RÉPUBLICAIN

LE JOURNAL DE
TOUL

Photo ER/Stéphanie MANSUY

TOUL
La porte d'entrée
du musée
endommagée
ce week-end

Mardi 21 janvier 2020

> PAGE 4

On recrute des chauffeurs de cars



TOULOUS Pour mener à bien sa mission de transport sur le territoire de la com com Terres Toulousaines, la société « Prêt-à-Partir » recrute des conducteurs d'autocars. Photo ER/Jérôme BOURGUIGNON

> PAGE 4

Conversion proposée aux employés administratifs

Ce complément d'activité représente entre 800 et 1.000 heures de travail et est rémunéré entre 1.000 et 1.100 € bruts sur les dix mois que compte une année scolaire. Les conducteurs doivent aimer conduire un car, ainsi que le relationnel avec les enfants. Titulaires du permis D, ils doivent obtenir la FIMO (formation initiale minimum obligatoire) ou la FCOS (formation continue obligatoire) ou encore un titre professionnel qui demande trois mois de formation.

Pour l'heure, l'annonce lancée via les réseaux sociaux n'a pas attiré de candidat. Mais il y a une semaine, le patron a développé une autre idée : proposer à sa quarantaine d'employés administratifs de se convertir en chauffeurs de cars en complément de leur activité. Deux femmes et un homme du service comptabilité, ainsi que deux époux de salariées se sont montrés intéressés. « *Faire du terrain en plus du bureau, ce sera une vraie immersion pour eux !* », se réjouit déjà le patron, qui va étudier le cadre, les horaires et combien d'heures ce personnel peut effectuer en plus de son travail pour augmenter sa paie.

Nos conducteurs ont du talent

L'autocar vu comme un outil de bienveillance et de communication, par notre conducteur vésulien Dominique Douard



« En fait, je suis multi-cartes... les maîtresses, les bambins, les plus grands, tous veulent monter dans mon car, je ne sais pas pourquoi ! Ou peut-être si, sur la prochaine photo. En tout cas merci de m'accorder cette liberté pensée et contrôlée. Vous savez, cela fait plaisir lorsque les automobilistes dépassent et klaxonnent avec le pouce en l'air. En fait, il faut présenter le goût de l'école dès le transport. »

Dominique Douard



Nos agences de voyages

Rassurer notre client. Tel fut le thème de nos Universités en octobre 2019, quelques jours après l'effondrement de Thomas Cook. Difficile d'être plus en phase avec l'actualité du jour, avec la pandémie du Coronavirus qui vient secouer l'économie mondiale et, très directement, le monde du voyage.

Pourtant, le tourisme est le premier secteur économique au monde, créant 10% du PIB mondial. On estime que 20% des créations d'emplois sont dans le tourisme. En 2030, IATA prévoit que le trafic aérien aura doublé par rapport à 2018. C'est un secteur hyper dynamique, qui nous promet un avenir radieux...

Pour être agent de voyages, il faut aimer les gens et être passionné par les voyages. Notre promesse, c'est que chacun de nos conseillers voyages soit un « expert sympa », un ami qui s'y connaît et qui vous veut du bien.

Nous revendiquons notre rôle de commerçant de proximité, ancré dans son quartier et acteur de son territoire. C'est cette relation humaine, profonde et sincère, ce petit supplément d'âme, qui nous rendent si différents et qui nous font tant aimer notre métier et nos clients.

“ *Aimez ceux que vous commandez. Mais sans le leur dire.*

Antoine de Saint-Exupéry

Prêt à Partir rachète trois agences Thomas Cook

Publié dans Vosges Matin,
par Olivier JORBA le 3 décembre 2019

LE GROUPE LORRAIN, IMPLANTÉ À NEUFCHÂTEAU ET GONDREVILLE (54), REPREND TROIS AGENCES DE L'ANCIEN VOYAGISTE THOMAS COOK ET EMBAUCHE CINQUANTE PERSONNES À COMPTER DU 1ER JANVIER 2020, QUAND DÉBUTERA LA DÉLÉGATION DE SERVICE PUBLIC POUR LES TRANSPORTS URBAINS DU TOULOUS.

Lorsque le 22 septembre dernier, le plus ancien voyageur au monde reste à quai et se déclare en faillite, le Domrémois François Piot rédige une missive à l'adresse des franchisés Thomas Cook et enseignes Jet Tours, les invitant à rejoindre le réseau dont il est le dirigeant.

Le patron du groupe Prêt à Partir dépose alors, sur le bureau des juges consulaires du tribunal de Nanterre (92), deux offres pour la reprise de 59 agences de feu Thomas Cook dans un premier temps puis, quelques jours, avant que les juges ne statuent, une seconde offre améliorée à hauteur de 62 agences.



Ce sont des agences qui ont appartenu à l'ancien réseau de Havas, situées à des emplacements exceptionnels en centre-ville, avec des équipes bien formées. Il s'agissait d'une opportunité pour nous de développer notre réseau, en particulier dans le nord de la France où le personnel observe les mêmes valeurs de travail que dans l'Est et se montre loyal,

souligne François Piot, joint ce vendredi.

Les juges n'ont cependant pas directement suivi le dirigeant vosgien, préférant confier à un consortium de six repreneurs (autour de Havas Voyages) 141 des 174

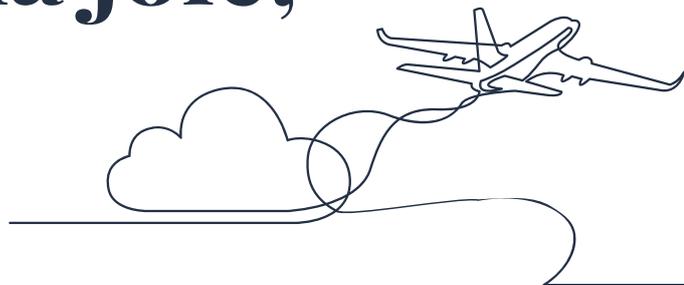
agences Thomas Cook. Dans le giron lorrain entrent toutefois les agences de Vichy et Brive-la-Gaillarde, via l'associé de François Piot, Laurent Lhomme, et l'enseigne Escapades (Orléans), dans laquelle le Vosgien est actionnaire minoritaire (40 %). Prêt à Partir obtient également des juges l'achat de l'agence Thomas Cook d'Annemasse (Haute-Savoie) où le groupe dispose déjà de deux agences. « C'est un territoire riche et de voyages, proche de la Suisse », indique François Piot.

- ▶ **Plus de 2 000 salariés**
- ▶ **Montant du rachat : 7 500 €.**
- ▶ **Nombre de nouveaux collaborateurs à compter de ce 1er décembre : 5.**

Par ailleurs, le transporteur vient d'obtenir le marché des transports urbains de la communauté de communes Terres Toulous (45 000 habitants à l'ouest de la Meurthe-et-Moselle) au sein de laquelle se trouve justement le siège de sa société (Gondreville). La collectivité, qui gère les transports depuis avril 2018, a en effet décidé de confier, via une délégation de service public, le transport urbain « et des lignes structurantes de la communauté de communes » selon l'intéressé, à compter du 1er janvier 2020. L'impact, pour Prêt à Partir, n'apparaît pas négligeable : « Nous allons embaucher 50 personnes sur notre site de Gondreville », pour 40 véhicules et des postes de marketing, selon François Piot.

Dans ses agences, Prêt à Partir réalise un volume d'affaires qui s'élève à 250 M€ ; 50 M€ dans le domaine du transport. Si les activités voyages et transports donnent du travail à 1 400 personnes, le groupe emploie aujourd'hui essentiellement, dans le Grand Est et en Bourgogne-Franche-Comté, plus de 2 000 personnes.

Je sers mon client et c'est ma joie, Maître.



Publié le 30 septembre 2019

LE MONDE DU TOURISME A CHANGÉ LE 22 SEPTEMBRE 2019, JOUR DE LA FAILLITE DE THOMAS COOK, PLUS VIEIL AGENT DE VOYAGES AU MONDE ET L'UN DES ACTEURS MAJEURS DE NOTRE SECTEUR. THOMAS COOK, EN FRANCE, EST AUSSI PROPRIÉTAIRE DE JET TOURS, UN TOUR-OPÉRATEUR HISTORIQUE SUR NOTRE MARCHÉ..

Ces événements tragiques surviennent en même temps que deux compagnies aériennes bien connues en France, Aigle Azur et XL Airways, sont liquidées.

Presque ironiquement, le tribunal de commerce de Nanterre devra statuer sur le sort de Thomas Cook le 1^{er} octobre, qui est aussi le 1^{er} jour du grand rassemblement annuel des agents de voyages à Paris, Porte de Versailles (IFTM Top Résa). L'ambiance y sera digne d'un 11 septembre...

CÔTÉ CLIENTS, C'EST ÉVIDEMMENT L'INQUIÉTUDE.

Pour ceux qui ont acheté un voyage dans une agence Thomas Cook, et qui ont versé des acomptes, c'est l'incertitude sur le devenir de cet argent. Nous ne savons pas encore s'il y aura un repreneur pour les activités de Thomas Cook. Ainsi, soit ces voyageurs seront pris en charge par le repreneur de Thomas Cook, soit ces clients seront remboursés, dans quelques mois, par l'APST, qui est le garant financier de Thomas Cook.

“*Le plus beau métier d'homme est le métier d'unir les hommes.*”

Antoine de Saint-Exupéry

Dans tous les pays de l'Union Européenne, les états sont responsables de la protection des acomptes versés par les consommateurs dans les agences de voyages pour l'achat d'un forfait (un séjour ou un circuit, car cela ne couvre pas l'achat de billet d'avion sans prestations). Ainsi, chaque agence de voyages doit souscrire une garantie financière qui interviendra au cas où elle soit défaillante, en remboursant les acomptes ou en prenant en charge le paiement des prestataires de l'agent de voyages pour que le client puisse voyager.

Pour les clients qui ont acheté un voyage Jet Tours, Jet Tours propose une annulation sans frais pour tous les départs jusqu'au 31 octobre. Au-delà, cela dépendra de la reprise, ou pas, des activités de Jet Tours par jugement du tribunal de commerce dans quelques semaines.

Chez Prêt à Partir, nous sommes en train de proposer des alternatives, ou des remboursements, à tous nos clients qui ont acheté un voyage Jet Tours dans l'une de nos agences. C'est le cas de 400 de nos clients environ. Nous avons d'ores et déjà repayé des prestations, des nuits d'hôtels, des excursions, pour des clients à destination « pris en otage » par les fournisseurs, non payés par Jet Tours ou Thomas Cook. Nous avons aussi payé des billets d'avion pour des clients coincés à New York avec un billet retour XL Airways...

SOMMES-NOUS PARVENUS À LA FIN D'UN MODÈLE, QUI A FONCTIONNÉ PENDANT PLUS DE 150 ANS ?

Rappelons-le, le tourisme est le premier secteur économique mondial, avec 10% des emplois et 20% des créations d'emplois sur la planète. S'il est un secteur dynamique, en pleine mutation et en pleine essor, c'est bien le tourisme. Les carnets de commandes d'Airbus et de Boeing sont pleins à craquer, et on prévoit un doublement du nombre de voyageurs aériens d'ici 2030.

Dans ce contexte, on peut se demander quel sera le rôle de l'agent de voyages de demain. Le comportement de nos clients a certes évolué depuis le déploiement d'internet et de toutes ses sollicitations. Internet, Easyjet, Airbnb, Blablacar, Uber, notre métier s'est adapté, plus ou moins bien, plus ou moins rapidement, et l'agent de voyages d'aujourd'hui ne pourrait évidemment plus travailler sans internet.

Je me souviens, il y a presque 20 ans, nos agences étaient presque les seules à proposer de voler avec Easyjet. Quelques années après, tout le monde s'y était mis, pour le plus grand bonheur de nos clients. Demain, on pourra réserver un hébergement Airbnb dans une agence Prêt à Partir, et la compléter avec un transport et des visites...



Gardons à l'esprit que nos clients ont une relation particulière, authentique et empathique, avec nos conseillers voyages. Notre métier, petit à petit, a glissé de la vente de voyages sur catalogue à un service beaucoup plus large de conciergerie, qui doit garantir la réussite des vacances. Quel est le profil du bon agent de voyages de demain ?



QU'EST CE QU'UN BON AGENT DE VOYAGE ?

- ▶ Le bon agent de voyages aime les gens et les voyages.
- ▶ Il aime son client comme lui-même, et il sait prendre le temps de l'écouter.
- ▶ Il sait rassurer son client, quand son vol est annulé, quand un volcan en éruption l'empêche de rentrer chez lui, quand sa compagnie préférée est en grève.
- ▶ Il va repayer les vols de son client qui a acheté un séjour, va repayer le séjour de son client pris en otage par l'hôtelier qui n'a pas été payé par Thomas Cook.
- ▶ Il va passer quelques nuits blanches pour permettre à son client de repartir, à peu près au même prix, voire moins cher, pour que les vacances de son client ne soit pas annulées ni gâchées.
- ▶ Il va laisser de côté sa famille et ses affaires personnelles pour se battre pour ses clients, sans en attendre de remerciement et seulement parce que sa mission, c'est de vous faire passer de bonnes vacances, malgré :
 - Les défaillances de nos prestataires,
 - Les grèves de nos compagnies,
 - La météo que Dieu seul décide,
 - Les humeurs de volcans,
 - Celle des terroristes, des indépendantistes et des révolutionnaires de tous bords,
 - Les maladies, les accidents, et tous les impondérables qui font que vos vacances ne se passent pas comme prévu.

6^e édition des Universités Prêt à Partir

Publié le 10 octobre 2017

AUJOURD'HUI COMMENCE LA 6^E ÉDITION DES UNIVERSITÉS PRÊT À PARTIR. PENDANT 5 JOURS, NOS CONSEILLERS-VOYAGES VONT RENCONTRER NOS PARTENAIRES LORS D'ATELIERS, DE CONFÉRENCES ET DE DISCUSSIONS INFORMELLES. NOUS ALLONS VIVRE INTENSÉMENT CETTE SEMAINE D'ÉCHANGES ET DE DÉCOUVERTE DANS UN LIEU HORS DU TEMPS, LE CHÂTEAU D'ART-SUR-MEURTHE.

Ces Universités sont un temps fort de la vie de notre réseau : c'est l'occasion de nous retrouver et de travailler « entre nous », avec notre famille élargie à nos partenaires du quotidien. Cette année, nos conseillers-voyages seront encore plus nombreux à participer à cet événement. Le thème retenu pour cette année est « l'Esprit Explorateur ».

Le lieu choisi pour nous accueillir correspond aux valeurs de notre entreprise. Ce château a longtemps été occupé par une congrégation de la société de Marie (Marianistes), qui s'attachait à l'éducation des jeunes gens. Le choix d'un lieu chargé d'histoire et de spiritualité ne s'est pas fait au hasard. Nous placer sous la bienveillance de Marie, personnage remarquable par son humilité et son sacrifice – imaginez, il y a 2000 ans, une femme qui devait expliquer qu'elle était la mère de Dieu pour justifier que le fils qu'elle venait

d'enfanter n'était pas celui de son mari - , nous invite à la sérénité et à la résilience pour affronter les défis qui s'offrent à nous.

Penchons-nous sur les règles de vie des Marianistes :

- ▶ vivre dans une ambiance d'esprit de famille
- ▶ éduquer dans une perspective de foi
- ▶ offrir une éducation intégrale de qualité
- ▶ préparer à servir la justice et la paix
- ▶ rendre capable de s'adapter aux changements

Tout cela n'a pas pris une ride et reste entièrement d'actualité.

NOTRE MÉTIER EST UN MÉTIER DE PASSION, C'EST LA CONVICTION DE SERVIR ET DE CONTRIBUER À RENDRE NOS CLIENTS HEUREUX QUI ANIME NOTRE FLAMME. UNE FOI SINCÈRE NE PEUT S'IMAGINER SANS LA PERMANENCE DU DOUTE.

Le bon Chrétien n'est pas celui qui va à la messe tous les jours sans se poser de questions sur le sens de sa pratique religieuse. Le vrai Chrétien doute autant qu'il croit, et s'inspire de l'expérience du Christ pour rechercher – et atteindre – le bonheur. Partons à l'exploration de notre vie, et « aimons notre client comme nous-mêmes ».



Est-ce que c'est grave ?

Publié le 11 octobre 2017

QUI N'A JAMAIS RESENTI UNE MONTÉE D'ADRÉNALINE QUAND IL FAUT RAPPELER UN CLIENT QUI A EU UN GROS LITIGE PENDANT SON VOYAGE POUR LUI DIRE QUE LE TOUR-OPÉRATEUR LUI ACCORDE ROYALEMENT 50 EUROS D'AVOIR SUR UN PROCHAIN VOYAGE ?

Pour affronter ces situations, faut-il être un super-héros ?... Qu'est-ce qu'un héros en fait ? Qu'est-ce qu'une action héroïque ? Souvent on pense au soldat mort au champ d'honneur, en héros. Sachant que celui qui reculait était fusillé pour désertion ou manque de courage, l'héroïsme de ceux qui avançait était en partie subjectif... C'est le « Héros malgré lui », au bon endroit au bon moment.

Pour donner du courage à ses troupes, lorsque celles-ci sont coincées entre la mer et l'ennemi, Cortès a fait brûler ses bateaux quand il a débarqué sur le sol américain en 1519. Les Aztèques étaient 6 millions, les Espagnols... 508. On connaît la suite de l'Histoire.

Plutôt que de jouer les super-héros (qui ont un taux de mortalité dans la vie réelle bien supérieur à ce qu'on peut constater dans les films américains), je vous propose de gérer au mieux votre stress, et de travailler sur l'équation suivante :

$$\text{STRESS} = \frac{\text{ENJEUX}}{\text{RESSOURCES}}$$

Ainsi, pour faire baisser votre stress, vous disposerez de deux types de solutions.

Soit vous faites baisser les enjeux liés à la situation (relativiser, « est-ce que c'est grave », « quelles sont les conséquences si je rate ? »...),

Soit vous augmentez les ressources affectées à cet enjeu (bien préparer, travailler plus, mettre plus de moyens humains ou financiers).



ET NE PAS SE TROMPER D'ENJEU SURTOUT ! ET DANS «ENJEU», IL Y A «JEU». N'OUBLIEZ PAS DE VOUS AMUSER...

Bien évidemment, le stress est aussi le moteur de l'action et il faut en avoir un minimum pour démarrer le matin. Si vous avez au contraire besoin d'augmenter votre stress, je vous conseille évidemment de reconsidérer les enjeux (c'est important que je le fasse bien et maintenant) plutôt que de baisser les ressources (vous y prendre au dernier moment quand il n'y a plus le choix). C'est ce que fait Cortès en brûlant ses navires : l'enjeu devient la survie, et la ressource, le moyen de fuite inexistant.

“ Dans la vie il n'y a pas de solutions ; il y a des forces en marche : il faut les créer et les solutions suivent.

Antoine de Saint-Exupéry

L'ami de l'ami de mon ami peut-il devenir mon client ?

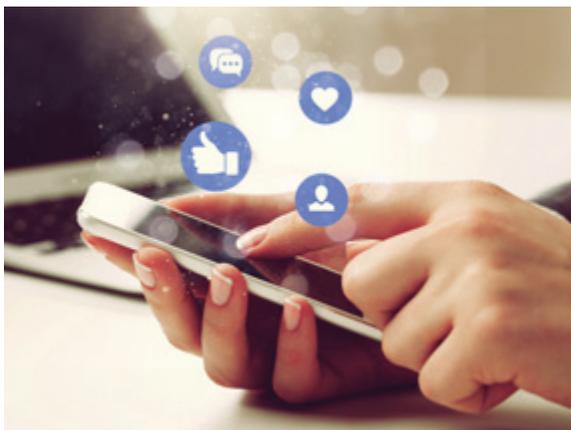
Publié le 12 octobre 2017

QUI, À PART GOOGLE QUI FACTURE DE LA PUB, GAGNE DE L'ARGENT DANS LE VOYAGE SUR INTERNET ?

Pas les distributeurs, c'est certain, avec un taux de transformation qui plafonne à 10%, alors que celui-ci frise les 70% dans l'agence physique. Et quand les tour-opérateurs feront sincèrement leurs comptes, ils admettront qu'une agence de voyages qui joue le jeu leur coûte moins cher que leur site web...

De l'autre côté du comptoir, notre client s'attend à ce que nous utilisions toute la puissance des nouvelles technologies pour enrichir la relation que nous construisons avec lui. Non seulement l'étoffer en contenu, mais la rendre plus réactive, plus conviviale, plus transparente, plus ludique.

Nous avons déployé le réseau social Workplace dans notre entreprise. Le rôle de cet outil est d'améliorer la diffusion de l'information et de favoriser la solidarité inter-agences. Workplace renforce notre sentiment d'appartenance à un réseau unique, reposant sur des valeurs partagées. Workplace est le livre où nous écrivons notre histoire commune.



VENDRE DU VOYAGE SUR INTERNET C'EST :

- A. Difficile : que des demandes bidon ! On y passe un temps fou et on ne vend rien
- B. Cher : les campagnes Google coûtent un bras
- C. Pas rentable : il faut faire des remises pour vendre
- D. Pas durable : le client internet n'est pas fidèle, il ne sait même pas sur quel site il a acheté
- E. Les 4 réponses à la fois

La semaine dernière, notre entreprise a reçu le prix de l'Entreprise Familiale, décerné par EY. J'ai diffusé l'information sur Workplace, mais aussi sur mes comptes personnels Facebook, Twitter, LinkedIn. 10 jours plus tard, mon article a été vu près de 15 000 fois. Alors je suis encore loin du nombre de vues de la Reine des Neiges ou du nombre d'abonnés Twitter de Donald Trump, mais j'y travaille !

Cela fait un an que je diffuse de l'information sur les réseaux sociaux, comme des bouteilles à la mer. En général je réplique les posts que je publie sur Workplace qui parlent de l'entreprise, de ses valeurs et de son histoire. Jamais sur des offres produits. Ce que je vous propose, c'est d'utiliser Facebook ou LinkedIn pour faire parler de votre petite entreprise, pour parler de vous, des services que vous proposez à vos clients, de l'histoire que vous construisez avec eux au quotidien. Vous pouvez par exemple raconter une belle anecdote sur un voyage ou narrer l'aide que vous avez apportée à un client en galère au bout du monde.

ALORS, PRÊTS À EXPLORER LA JUNGLE DES RÉSEAUX SOCIAUX ?

Le calme avant la tempête ?

Publié le 13 octobre 2017

LE MONDE DU VOYAGE CONTINUE DE CHANGER...

Dans le monde :

- ▶ **Les Chinois arrivent en force** (l'aéroport de Toulouse, les avions, Louvre, hôtels ACCOR et Carlson, Pierre & Vacances, le Club Med, Thomas Cook, une compagnie de croisières...)
- ▶ **Les évolutions technologiques** (big data, norme aérienne NDC, chatbot, paiement bsp, surcharges GDS, etc.) **et l'apparition des ordinateurs quantiques** (100 000 000 de fois plus puissant qu'un PC classique...).

En France :

- ▶ **Fusion Transat Look TUI**
- ▶ **Fram relève la tête**
- ▶ **Arrivée d'Alpitour sur le marché français**
- ▶ **Abitbol : échec du putsch. Le roi sacré empereur...**
- ▶ **Une bonne année pour les agences de voyages.**
- ▶ **Un effet Macron sur la croissance ?**

L'année 2017 chez Prêt à Partir :

- ▶ **Une belle année, de belles ventes, de belles marges.** Une belle image, portée par ses valeurs. Le meilleur exercice jamais réalisé depuis notre naissance.
- ▶ **Une année chargée en événements :**
 - Déploiement de Workplace, publication du Fil Conducteur, montage du film de Langres, Prix de l'Entreprise Familiale décerné en octobre par EY
 - Gain dans la Meuse et ailleurs (nous avons acheté 100 cars cette année)
 - Un nouveau bâtiment à Neufchâteau, écologiquement remarquable, pensé pour le bien-être de ceux qui y travaillent
 - Ventes des parquets Huot (sauvegarde des emplois et des savoir-faire)
 - Vente de 90% de notre participation dans Voyagexpert
 - Beaucoup de changements au siège, pour construire le meilleur des mondes
 - Rachats des murs des agences : Oyonnax, Vittel, Epinal, Altkirch ?





Illustration Le Chat de Philippe GELUCK

Mauvaise nouvelle : la croissance ne va pas durer, et c'est même un euphémisme...

- Instabilité politique (la Catalogne est plus inquiétante que la Corée du Nord)
- Hausse du pétrole (et du kérosène)
- Hausse des taux d'intérêt (inflation)
- Dérèglement du climat (seuls les viticulteurs du toulousain en sortiront gagnants)
- Déploiement de l'intelligence artificielle et du big data dans tous les secteurs, disparition de métiers (pas délocalisation) et de centaines de millions d'emplois
- Risque de conflit mondial très élevé dans les 25 ans qui viennent
- Et en plus Jean Rochefort nous a quittés...

Alors, faut-il mettre tout de suite les doigts dans la prise (tant que le prix de l'électricité ne triple pas) ?

Que va-t-il se passer chez Prêt à Partir en 2018 ?

- Objectif Lune : pas prévu de le vendre aux Chinois. Une bonne nouvelle début 2018.
- Transport : grosse croissance liée aux appels d'offres
- Accroissement significatifs de nos investissements dans les start-ups. Ouverture probable d'une nouvelle pépinière à Paris en 2018.
- Construction d'une première centrale de méthanisation en Lorraine
- Joyeux septantième anniversaire à Prêt à Partir, né en 1948 à Domrémy-la-Pucelle ! L'espérance de vie d'une entreprise est de 33 ans (18 ans pour une entreprise cotée en bourse).

Mon devoir premier, et celui de vos managers, est de protéger notre entreprise et vos emplois. Ce qui est certain, c'est que le monde va vers de grosses, très grosses turbulences.

EN TANT QUE CITOYENS EUROPÉENS, ET EN TANT QU'AGENT DE VOYAGES, NOUS AVONS UN RÔLE À JOUER DANS LA SENSIBILISATION DE NOS CLIENTS.

Notre engagement sociétal aux côtés de Niger Ma Zaada, notre démarche environnementale très volontaire, notre management résolument humain, basé sur la croyance que « l'homme est bon », sont autant de domaines où nous nous voulons exemplaires. Gardons à l'esprit la devise de Favi : bon sens, bonne foi, bonne humeur, bonne volonté.

Les petits ruisseaux font les grandes rivières. Et, avec beaucoup de chance, cela peut marcher !





Séquences vidéos



bit.ly/itw-melanieg

Interview de Mélanie Girardet

Suite à sa participation à la Travel Agent Cup IFTM Top Résa : 3 participations et une finale en 2019 ! Quand une de nos conseillères voyages veut se surpasser, cela donne... ça !



bit.ly/video-reassurance

Retrouver la confiance

2019... Année difficile pour certaines compagnies aériennes et Thomas Cook. Nécessaire donc de rassurer nos clients. Quoi de mieux pour cela qu'une vidéo animée rappelant le cœur de notre métier ?



Nos start-ups

Quel meilleur moyen, pour préparer l'avenir, que de baigner dans les start-ups ? Ces jeunes pousses du numérique qui ne comprennent pas à quoi sert une agence de voyages et qui pensent trottinette électrique quand on leur parle de mobilité...

Financé à 100% par Prêt à Partir, le fonds A-Venture est une magnifique... aventure. Une histoire d'hommes avant tout : une belle rencontre avec André (grâce aux panneaux solaires), Stéphane, Paul, et tous les porteurs d'idées que nous avons appris à connaître...

A-Venture est le miroir d'Alice créant des passerelles entre des mondes qui n'ont pas l'habitude de se parler. De la finance à la veille technologique. De l'univers du numérique au monde traditionnel. Du collaborateur salarié au patron de start-up. Tout en restant proches de nos clients et de nos territoires.

“ *Les vrais miracles font peu de bruit.* ”

Antoine de Saint-Exupéry

A-Venture, une première décennie de surprises...

Publié par André Linh RAOUL,
CEO and co-Founder at A-Venture le 9 janvier 2020

WOUAHOU, 10 ANS DÉJÀ ! L'ANNÉE 2019 AURA CLÔTURÉ NOTRE DIXIÈME ANNÉE D'ACTIVITÉ, OFFICIELLEMENT LANCÉE LE 1^{ER} JANVIER 2010. ET LE MOINS QUE L'ON PUISSE DIRE, C'EST QUE RIEN NE SE SERA PASSÉ COMME PRÉVU... ET TANT MIEUX !

Lorsqu'en septembre 2009 mon associé Stéphane et moi brainstormions depuis sa résidence secondaire de Forcalquier (un joli village du Luberon), nous avions alors une ambition : lancer un nouvel acteur de la gestion financière, qui deviendrait - évidemment - incontournable et international...

Son nom, « Pole Capital », devait rappeler deux idées majeures :

1. **« Pole » pour l'orientation**, car nous avons toujours pensé qu'un bon investisseur se doit d'accompagner ses participations et ses dirigeants

2. **« Capital » pour la rentabilité**, car nous avons toujours été convaincus que la meilleure garantie de pérennité est de générer de la performance financière, et ce sur la durée.

Et comme la plupart des start-ups, nous n'avons pas réalisé notre business plan de départ. L'écart entre nos projections et la réalité est considérable : le résultat n'est pas moins bien, au contraire, mais il est très différent.

Notre entreprise n'a pas levé de capitaux auprès d'une foultitude d'épargnants (la fameuse Mme Michu), mais nous avons reçu le soutien d'un entrepreneur lorrain (le non-moins fameux François Piot). En plus de son amitié et de son expérience, il nous aura confié quelques millions tout de même :)



NOTRE ASSOCIATION SE RÉVÉLA JUDICIEUSE ET ENRICHISSANTE. LES VALEURS INITIALES DE POLE CAPITAL (ACCOMPAGNEMENT ET PERFORMANCE) SE RETROUVENT TOUJOURS DANS NOTRE PHILOSOPHIE, MAIS ELLES SE SONT ENRICHIES DE NOTRE RENCONTRE AVEC FRANÇOIS PIOT

Nous restons viscéralement attachés à la quête de rentabilité, mais notre retour sur investissement est plus global : il intègre désormais des critères économiques, environnementaux et humains. Nous avons également adopté une vision plus long-termiste : sans contraintes de rotation du capital, il nous est désormais possible d'épauler des dirigeants sur 10, 20 ou 30 ans.



LA RECHERCHE D'ÉTHIQUE EST DEVENUE ESSENTIELLE DANS NOTRE DÉMARCHE. LE SUCCÈS D'UNE OPÉRATION NE SE RÉSUME PLUS SEULEMENT AU MONTANT DE NOTRE PLUS-VALUE FINANCIÈRE, MAIS ÉGALEMENT AUX EXTERNALITÉS POSITIVES QU'ELLE GÉNÈRE.

Attention, nous ne sommes pas subitement devenus écolos-bobos et nous ne souhaitons pas faire des effets d'annonce. Beaucoup d'investisseurs institutionnels cochent bêtement des cases pour se prétendre ISR (Investisseur Socialement Responsable)... et ça, très peu pour nous ! Les actes sont plus éloquents que les paroles.

Depuis une quinzaine d'années, nos quatre associés investissent (ensemble ou séparément) dans le développement durable. Nous ne le communiquons pas ou peu, car ce segment n'était pas encore prioritaire. Notre sensibilité s'est accrue avec le temps et nous souhaitons intensifier notre action dans l'environnement. **Malgré nos tempéraments différents, Stéphane, Paul, François et moi partageons le même objectif : investir UTILEMENT.**

L'un des avantages de travailler en « famille », plutôt qu'avec des « clients », est de pouvoir orienter ses choix d'investissements en fonction de ses convictions.



PROGRESSIVEMENT, POLE CAPITAL A GRANDI ET ÉVOLUÉ : EN PLUS DE SOUTENIR - FINANCIÈREMENT ET STRATÉGIQUEMENT - LES START-UPS, NOUS LES HÉBERGEONS DANS NOS PROPRES PÉPINIÈRES.

Ces lieux collaboratifs nous permettent d'être plus proches des entrepreneurs et de les accompagner le plus efficacement possible. Depuis 2010, nous avons soutenu +50 projets et ouvert +2.000 m2 d'espaces partagés.

POUR ÊTRE EN PHASE AVEC CES ÉVOLUTIONS, NOUS NOUS SOMMES REBAPTISÉS «A-VENTURE» EN 2019.

Dans les prochaines années, nous continuerons à accompagner des entrepreneurs exceptionnels, qui bousculent et révolutionnent les secteurs Hospitalité, Mobilité et Environnement ; et en priorité, nous soutiendrons les innovations technologiques et/ou écologiques qui ont un impact positif sur le long terme.

En tant qu'entrepreneurs, nous mesurons combien la création d'entreprise est un parcours semé d'obstacles et d'incertitudes. De ces expériences, nous avons acquis une conviction : lorsqu'on s'implique pleinement et totalement, alors le succès est TOUJOURS au rendez-vous => Nous abordons donc notre deuxième décennie avec confiance et enthousiasme, car notre A-Venture ne fait que commencer !

À vous et vos proches, nous vous souhaitons de très belles années 2020-2029 !

A-VENTURE EN QUELQUES CHIFFRES

4 SITES (Papinière, Paddock, Paris), bientôt 6 (2 péniches dans le port d'Asnières et une maison dans la Cité des Fleurs)

52 START-UPS SOUTENUES
dont 30 dans la seule région Grand Est

80 START-UPS ACCOMPAGNÉES

65 M€ DE CA cumulé en 2019

400 EMPLOIS DIRECTS en 2018

LoungeUp, pour une expérience client d'exception

Février 2020, Interview de Mathieu Pollet, co-fondateur et CEO de la start-up LoungeUp



En quelques mots, peux-tu nous présenter LoungeUp ?

LoungeUp est une plateforme de gestion de la relation client dédiée au secteur de l'hospitality (hôtels, clubs, résidences, campings, vacation rentals). Avec 2200 établissements équipés dans 40 pays, nous sommes leaders en Europe dans ce domaine.

Grâce à LoungeUp, les hébergeurs touristiques peuvent à la fois fluidifier le parcours client et générer des ventes additionnelles tout en enrichissant leur base de données clients.

Nous sommes une équipe de 20 personnes réparties entre Toulouse (technique), Paris (commercial et support) et Madrid (commercial).

Quand et comment as-tu rencontré A-Venture ? Qu'est-ce que cela t'a apporté ?

Nous avons rencontré A-Venture en 2012 lors d'une levée de fonds de seed que nous avons réalisées 9 mois après la création de la société. Il me semble que LoungeUp était, en fait, un des premiers investissements de A-Venture.

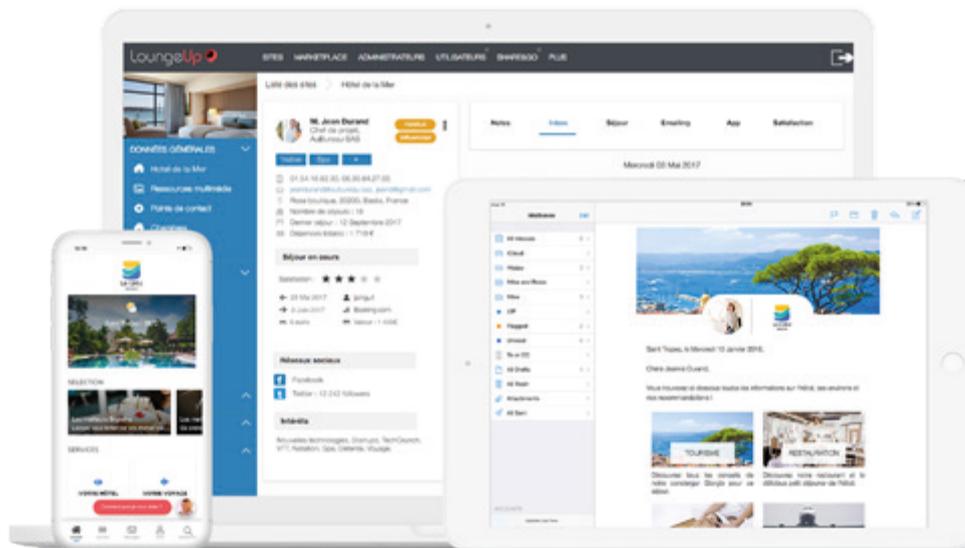
Ce tour de financement nous a aidés à consolider notre offre et à atteindre la rentabilité.

A-Venture nous a également soutenus financièrement pour lancer notre internationalisation fin 2017. Nous avons maintenant un bureau en Espagne qui réalise des débuts très prometteurs.

AU-DELÀ DE CE SUPPORT FINANCIER, A-VENTURE EST UN INVESTISSEUR ENGAGÉ À NOS CÔTÉS SUR LE LONG TERME, QUI A TOUJOURS UNE OREILLE ATTENTIVE À NOS BESOINS ET EST TOUJOURS DE BON CONSEIL, D'AUTANT PLUS QUE L'ÉQUIPE A-VENTURE EST DEVENUE UN ACTEUR CLÉ DE L'ÉCOSYSTÈME HÔTEL-TECH EN FRANCE.

Enfin, depuis 2019, nous avons confortablement installé notre équipe parisienne dans le AWorkspace de la rue de Rocroy dans le 10^e arrondissement de Paris.

Bref, c'est une relation de confiance, constructive et agréable qui nous lie à A-Venture sur le long terme...



Comment vois-tu évoluer ton secteur (hôtel-tech) ?

L'offre en technologie pour l'hôtellerie s'est considérablement élargie depuis ces 8 dernières années. Les hôtels sont sensibles à ces outils qui leur permettent d'améliorer l'expérience client et leurs performances. Ils ont donc des budgets IT en augmentation.

Toutefois, il y a une augmentation très importante des offres technologiques proposées aux hôtels alors que le nombre d'hôtels est lui plutôt constant.

Il en résulte que de nombreux acteurs de l'hôtel-tech ont du mal à atteindre une taille critique et dans le même temps les hôtels se sentent un peu perdus au milieu de toutes ces solutions qui ne sont pas assez interconnectées les unes avec les autres.

Je pense que l'avenir est à la concentration de ces acteurs de l'hôtel-tech pour voir émerger des acteurs internationaux qui pourront alors atteindre une taille significative.

Quelles sont tes ambitions pour LoungeUp ? Quels sont les développements à venir ?

Bien entendu nous continuons notre croissance organique avec un focus particulier sur les groupes pour lesquels notre offre fonctionnelle très riche est particulièrement adaptée.

LoungeUp 
Guest Engagement Platform

NOUS RENTRONS CETTE ANNÉE DANS UNE SECONDE ÉTAPE DE LA VIE DE LOUNGEUP.

Nous souhaitons renforcer nos positions à l'international mais également accélérer notre croissance grâce à de la croissance externe et devenir un acteur de la consolidation à venir du marché.

Nous sommes donc à la recherche de sociétés étrangères qui soient complémentaires à LoungeUp que nous pourrions acquérir ou avec lesquelles nous pourrions fusionner...





PRÊT À PARTIR

Créateur de voyages depuis 1948

“

*Droit devant soi, on ne peut pas
aller bien loin..*

Antoine de Saint-Exupéry

