

## Tourisme : Spécialiste des Séjours Jeunes, LCPA lance sa marque Adultes

Depuis plus de 30 ans, le tour-opérateur toulousain fait du voyage sur-mesure pour des groupes de jeunes, sa spécialité. Fort de cette expérience, il crée une seconde marque, Far Away Création Voyages, pour les Adultes et les Familles.



Au centre, Bernard Deguilhem, Président de la SAS, Loisirs Culture Passion Aventure qui exploite les deux marques, Passion Aventure Junior et Far Away Création Voyages. Ses enfants, Julie et Guillaume, l'ont rejoint il y a quelques années dans l'entreprise familiale.

Comment se développer, lorsque l'on est présent depuis plus de 30 ans sur le marché du Séjour Jeunes ? C'est la question que s'est posée Bernard Deguilhem, l'un des fondateurs, en 1988, de LCPA, Loisirs Culture Passion Aventure, lorsque ses enfants, Julie et Guillaume l'ont rejoint dans l'aventure familiale il y a quelques années.

Installée à Balma, en région toulousaine depuis 1996, l'entreprise, sous sa marque Passion Aventure Junior, s'est spécialisée dans les voyages en groupe pour les jeunes de 6 à 25 ans.

Chaque année, ses 11 collaborateurs font voyager 5000 jeunes à travers le monde, ce qui en fait un prestataire reconnu auprès de nombreux Comités d'Entreprises, son principal canal de vente. Pour autant, le voyageur a senti que son seul savoir-faire auprès de cette clientèle, très exigeante, ne suffirait pas à pénétrer d'autres marchés. Il fallait aussi changer l'image. « *Dans une entreprise, nous étions écartés des appels d'offres pour les voyages Adultes, alors que nous avions remporté ceux pour les Juniors, bien plus complexes à gérer. La marque était trop connotée* » analyse le dirigeant.

### **Dans les pas de PAJ, la création d'une marque pour les Adultes et les Familles**

Pour contrer cette situation, l'entreprise a donc lancé une seconde marque, Far Away Création Voyages. Elle cible les groupes et les individuels Adultes, ainsi que les Familles. Elle capitalise sur le savoir-faire de Passion

## Nouveauté ÉTÉ 2019

Cet été Passion Aventure Junior propose un nouveau séjour *Epopée en Mer de Chine* pour les jeunes de 14 à 17 ans - 15 jours à la découverte de Hong Kong, Macao, Taiwan, Singapour, hors des sentiers battus.

Déjà en catalogue, le Japon (384 pax), Hawaï (400 pax), la Californie (445 pax), la Nouvelle Zélande et l'Australie (80 pax) constituent les destinations phares cet été.

Aventure Junior ; la sécurité associée à une expérience hors du commun et appuyée par un réseau de professionnels qui garantit de pouvoir convertir, en un clin d'oeil, les voyages Jeunes en version Adultes. *« Il est plus facile de monter en prestation que de descendre. Par exemple, sur notre voyage West Coast Hawaii, nous transformons nos hébergements initialement en camping, en hôtel, nous ajustons le transport et changeons quelques activités, le tout en apportant un côté fun que n'ont pas d'autres TO »*, explique Guillaume Deguilhem, en charge du développement de la marque. Sa plus-value réside dans le voyage insolite qu'on ne retrouve pas en brochure. *« Nous partons toujours d'une feuille blanche pour nous adapter à la demande du client. Plus il y a de logistique, plus c'est intéressant »* poursuit-il, car *« la notion de Haut de gamme réside dans le côté insolite et n'a rien à voir avec celle du luxe. Notre force est de n'avoir aucun engagement avec les prestataires, donc nous ne cherchons pas à faire du volume »*. A l'horizon 2022, la marque entend doubler le nombre de pax annuels (150) pour atteindre les 300.

En se diversifiant, le voyageur voit aussi un moyen d'anticiper les impacts sur le pouvoir d'achat de l'Amendement Christophe qui prévoyait la taxation des aides versées par les Comités d'Entreprises aux salariés. Une mesure dénoncée par l'ensemble des syndicats professionnels auprès du Gouvernement.

## Renforcer sa présence en Occitanie

Jusqu'ici très présente sur le marché des CE en région parisienne, l'entreprise entreprend aussi de renforcer sa communication en Occitanie. Elle a « rapatrié » son commercial de Paris à Toulouse et vient d'embaucher un salarié pour le seconder sur les Ressources humaines qui signent 450 contrats d'encadrants chaque année.

En 2018, le groupe a réalisé 7,4 M€ de CA, pour 240 000 € de résultats nets, avec l'objectif d'ici 2022 d'atteindre les 10 M€.

Contact Presse

Agence RP - Véronique Michel

06 61 17 67 14 - veronique.michel@agencerp.fr