

Comment s'organise la desserte de La Mecque à l'occasion du hadj ?

Le pèlerinage vers La Mecque, la plus importante transhumance humaine moderne, a commencé le 10 octobre et se poursuit jusqu'au 20 décembre: 3,5 millions de pèlerins officiellement, peut-être près de 5 millions en réalité, vont se rendre dans cette ville d'Arabie saoudite à l'occasion du hadj (ou hajj). Le courtier aérien français Avico est devenu un spécialiste mondial de l'affrètement d'avions pour cette manifestation annuelle.

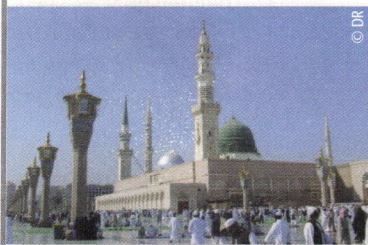
Afin de mettre fin à l'utilisation d'Iliouchine et d'Antonov hors d'âge par les transporteurs, proposant l'aller et pas toujours le retour, l'Arabie saoudite a mis en place une réglementation stricte et exemplaire du charter. Pour voler vers Djeddah ou Médine, la compagnie aérienne doit d'abord verser une caution comprise entre 20 000 et 40 000 euros, selon le nombre de vols prévus. Puis des fonctionnaires de l'aviation civile saoudienne se déplacent, aux frais du transporteur, pour effectuer un audit de ce-

lui-ci et inspecter les avions susceptibles d'être utilisés. «La compagnie et les appareils doivent être certifiés par l'Arabie saoudite pour pouvoir y atterrir», explique Mourad Majoul, président d'Avico.

Pour certaines compagnies occidentales, le hadj est une opportunité financière intéressante de voler en période creuse. Cette année, le timing est en effet particulièrement favorable, puisque la période octobre-novembre est plutôt calme pour les transporteurs touristiques. Et le hadj s'appuyant sur le calendrier lunaire, les prochaines éditions auront aussi lieu en novembre (2011) et octobre (2012 et 2013).

Selon Avico, qui met en contact compagnies aériennes et affréteurs, ces derniers sont souvent des gouvernements: les États musulmans doivent en effet proposer une offre publique de pèlerinage. L'Indonésie, avec environ 200 millions de musulmans, est un des gros clients. Ainsi, depuis trois ans, chaque hiver, un Boeing B747-400 de Corsairfly vole pour le compte de la compagnie Garuda et accomplit un millier d'heures de vol entre l'Indonésie et Djeddah. Au total, Avico affrète cette année dix gros-porteurs français, espagnols, italiens et portugais, deux fois plus que l'an dernier, qui vont effectuer ces séries de vols. C'est un budget de 30 millions d'euros et 6 500 heures de vol pour une entreprise qui offre une alternative aux intermédiaires britanniques, traditionnellement très présents sur ce secteur.

Thierry Vigoureux



Pas moins de 3,5 millions de pèlerins devraient se rendre à La Mecque jusqu'au 20 décembre.

Externalisation des call centers

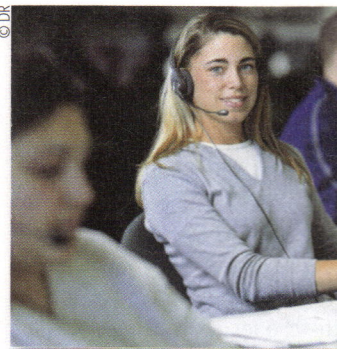
Webhelp grandit dans le tourisme

► LA GESTION DES APPELS TÉLÉPHONIQUES EST UN MAILLON CLÉ DE LA RELATION CLIENT, PARFOIS SOUS-TRAITÉ AUPRÈS DE SPÉCIALISTES.

Tournée à l'origine vers le secteur télécom, Webhelp a démarré dans le tourisme il y a trois ans, avec pour premier client Smartbox. Les débuts sont modestes: le spécialiste du call center met alors à disposition du numéro un des coffrets-cadeaux trois personnes pendant trois mois. Aujourd'hui, il affecte une centaine d'employés à la gestion des appels téléphoniques de Smartbox et Weekendes, les deux filiales de Smart & Co. Il gère 80% des flux téléphoniques pour la première, 100% pour la deuxième. Il intervient à différents niveaux de la relation client: conseil avant vente et SAV (échange, réclamations...), mais également dans le cadre de campagnes de télémarketing ou la recherche de partenaires fournisseurs.

« Une approche conseil »

Pour le groupe Louvre Hôtels, Webhelp gère les débordements d'appels lors des pics d'activités. Pour Voyageprive.com, il travaille à la fois en back office (saisie et packaging des offres réalisés en Roumanie, benchmarking des produits) et sur le suivi des convocations, par téléphone ou e-mail. « Nous avons une approche conseil pour aider les entreprises à gérer



Le spécialiste du centre d'appels a créé un département tourisme chapeauté par six personnes.

leur problématique opérationnelle, et nous sommes davantage positionnés sur des contrats de long terme que sur des opérations ponctuelles, explique François Beudar, directeur des ventes. Notre capital, ce sont les ressources humaines. Nous dédions des équipes à chaque client et nous insistons pour que l'entreprise participe à la formation de notre personnel sur les missions à accomplir. » Webhelp a créé un département tourisme chapeauté par six personnes, de façon à développer le partage des bonnes pratiques sur un même métier. « Les entreprises qui s'adressent à nous sont des sociétés en forte croissance, ou des entités déjà matures qui veulent externaliser une partie de leur activité. » ■

Corinne Chérigny

L'entreprise en bref

Webhelp, créée en 2000, travaille on et offshore. Elle emploie quelque 7 000 personnes réparties sur trois pays: France, Roumanie, Maroc. Les activités « voix » sont surtout concentrées au Maroc et en France. Le secteur télécom est son premier client (65% du chiffre d'affaires), suivi du e-commerce, des services financiers, du tourisme, et enfin du secteur public et parapublic. Elle se fait rémunérer à l'heure de loggin, en commission sur le CA apporté ou en fonction du nombre d'appels traités.