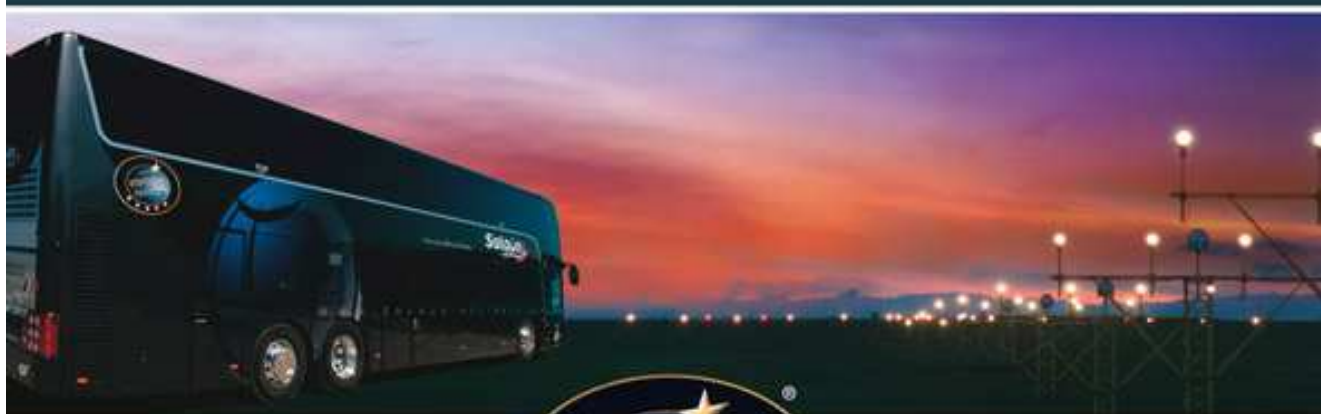


# Prix de l'innovation dans le domaine du tourisme par Autocar



Dossier de candidature de Salaün Holidays  
pour son nouvel autocar de très grand luxe  
L'Impérial Space

# Impérial Space :

## la nouvelle ère du voyage en autocar

### Itinéraire d'un autocariste inspiré...

Fondée en 1932 par Michel Salaün, grand père de l'actuel président, l'entreprise d'autocars située à Pont de Buis s'est hissée en quelques années dans le peloton de tête des tour-opérateurs français. Aujourd'hui, grâce à un savant mélange de savoir-faire, de passion, d'intuition et d'anticipation, le groupe Salaün, dont fait partie Salaün Holidays et la filiale autocars Salaün Autocars, est à la tête de 120 agences de voyages et de 10 sociétés d'autocars.

Cette ascension s'explique par un bel équilibre que Michel Salaün, Président actuel, est parvenu à créer entre ses activités complémentaires d'autocariste et de voyageur qui s'entrelacent l'une et l'autre et se tirent vers le haut. En effet, si l'activité d'autocariste a permis au tour-opérateur Salaün Holidays de développer ses propres circuits et de proposer des services personnalisés de prise en charge à domicile, le rayonnement et la médiatisation qui entoure la marque Salaün Holidays participe également à la valorisation du voyage en autocar. L'acquisition d'une flotte de véhicules d'exception par Salaün Holidays est un formidable vecteur de communication et de valorisation du tourisme de groupes en autocar de standing.

Parmi ces véhicules d'exception : l'Impérial Space... Autocar haut de gamme qui a dépoussiéré les mentalités et les idées préconçues véhiculées par le transport de groupes.

Lumière sur ce véhicule...

### Impérial Space : voyager en autocar devient un luxe

Salaün Holidays, sous l'impulsion de son président Michel Salaün, veille depuis toujours à apporter un soin particulier à sa flotte d'autocars, afin de proposer à sa clientèle les meilleures conditions de voyage dans ce mode de transport pratique et convivial qu'est l'autocar. Ainsi la moyenne d'âge des autocars de la flotte Salaün Holidays ne dépasse pas trois ans ; ceci dans un souci de sécurité, de respect de l'environnement mais aussi de confort et de bien-être de la clientèle.

### Du Royal Class à l'Impérial Space : une même démarche qualitative

En mars 2010, alors que Salaün Holidays fait déjà rouler une flotte de 50 autocars équipés du concept « Royal Class », le tour-opérateur annonce qu'il vient d'acquérir neuf autres autocars de grand standing de type Astronef et Astroméga du constructeur Van Hool. Le montant total de l'investissement se chiffre alors à 3.375.000 € et la société Van Hool, qui est actuellement le plus grand constructeur indépendant d'autobus et autocars intégraux en Europe, indique que la commande passée par Salaün Holidays est l'une des plus importantes de l'année 2010 au niveau européen.

Les fauteuils équipés du concept Royal Class sont particulièrement confortables car ils bénéficient d'espaces importants entre chaque fauteuil. Ainsi, alors qu'un autocar double étage de 14 mètres compte 92 sièges en configuration normale, il en compte seulement 66 en configuration Royal Class. Dans ces véhicules, les fauteuils sont inclinables jusqu'à 65°, ce qui permet une position semi-allongée idéale pour se reposer sans déranger la personne assise derrière, grâce à un espacement d'environ un mètre entre les sièges. (cf. annexe 1). Les fauteuils, tout en cuir, sont par ailleurs équipés de repose-tête et de repose-jambes réglables. Pour le confort de tous, chaque véhicule dispose également de tablettes individuelles, de rangements et de climatisation. Enfin, parce que la sécurité reste évidemment une priorité, ces véhicules sont tous équipés des dernières technologies avec trois systèmes de freinage et un limiteur de vitesse à 100km/h.

### **Impérial Space : une première en France**

« *Après le Royal Class, Salaün Holidays poursuit sa politique de montée en gamme de sa flotte autocar* » (Céline Eymery-Tourmag-annexe 5)

C'est à l'occasion de la Convention annuelle du groupe, qui a réuni en janvier 2011 l'ensemble de ses collaborateurs, que Michel Salaün a annoncé l'arrivée de ce vaisseau amiral au sein de sa flotte d'autocars. Investir dans un nouveau véhicule peut sembler anodin... Mais lorsqu'on fait le pari d'investir 540 000 euros dans un autocar de luxe et ce, afin que les vacances de ses voyageurs commencent à la porte de leur domicile, chacun s'accorde sur le fait que Salaün Holidays sait faire preuve d'audace et d'innovation.

En raison de sa gamme de confort exceptionnel, le nouveau véhicule est baptisé Impérial Space. Premier prototype du genre en France, il compte 48 places configurées en 3 rangées au lieu quatre. Ce gain d'espace a permis au constructeur d'installer de superbes fauteuils en cuir plus larges et très confortables, atteignant une inclinaison maximale (voir annexe 1). L'Impérial Space bénéficie des mêmes équipements de confort intérieur que le Royal Class mais dispose en plus d'écrans vidéos tactiles individuels qui permettent à chacun de choisir un film parmi une sélection de 100 titres proposés, d'écouter de la musique, de regarder la TNT ou de jouer à des jeux vidéos et ce, en toute discrétion, grâce à des casques individuels intégrés (cf annexe 1). Cette alliance d'espace et de technicité fait de l'Impérial Space, l'autocar le plus confortable de sa génération, l'équivalent d'une classe affaire aérienne ; plateau repas et mal de l'air en moins... « *En proposant un produit de cette qualité, nous nous démarquons de nos concurrents tout en donnant aux gens le goût de partir en vacances en autocar,* explique Michel Salaün. *Non seulement nous leur prouvons que ce mode de transport n'est pas ringard mais nous les rendons aussi addicts à l'autocar car les clients qui ont testé ce produit le plébiscitent unanimement et se réinscrivent sur d'autres circuits* ».

L'autocar Impérial Space est, cette année, proposé pour les destinations suivantes : l'Andalousie, la Costa Brava, le Portugal, l'Italie, la Croatie, le Maroc, le Tyrol et Londres. Autant de destinations qui ont déjà vu sillonner sur leurs routes, depuis mars 2011, le dernier né de Salaün Holidays.

# Impérial Space : une campagne de valorisation efficace

## Une communication tous azimuts

La première démarche de valorisation de l'Impérial Space a été de lui apporter une identification visuelle en créant un logo Impérial Space (cf annexe 5). Avec une identité forte axée autour de la modernité, du confort et du haut de gamme, le choix des couleurs a été aisé : 'noir' pour la modernité et l'élégance; 'or' pour le confort et le haut de gamme. Le format arrondi du logo renvoie à la souplesse du véhicule. Par ailleurs, les 5 étoiles du logo Royal Class ont été reprises afin de rappeler que l'Impérial Space possède les mêmes équipements que son homologue Royal Class. Une étoile a cependant été ajoutée au nouveau logo puisque ce véhicule monte encore en gamme.

L'Impérial Space a, par ailleurs, été présenté dans le nouveau catalogue de voyages ' Vos voyages 2011' édité à 180 000 exemplaires et diffusé partout en France, dans plus de 700 agences de voyages. De même, le magazine 2011 ' Salaün magazine' dédié à la valorisation de diverses destinations (sans démarche commerciale) présente le véhicule Impérial Space et vante les mérites du voyage de groupes en autocar. Parallèlement, une campagne de publicité nationale a été lancée. Objectif : asseoir la notoriété du véhicule tout en communiquant sur les destinations (cf annexe 6).

Salaün Holidays a par ailleurs su saisir chaque occasion de présenter son nouveau véhicule. Ainsi, à l'occasion du Printemps du tourisme en autocar, qui s'est déroulé du 17 au 20 mars 2011 à Lloret Del Mar, c'est l'Impérial Space qui a conduit un groupe de journalistes sur la Costa Brava afin de participer à l'événement tout en découvrant le confort et la technicité de ce véhicule haut de gamme.

Enfin, la filiale autocars Salaün Autocar a totalement refondu son site afin d'offrir une place de choix à la présentation de sa flotte de véhicules, Impérial Space en tête. L'internaute y découvre de très belles photos, des informations techniques mais surtout il peut accéder à une promenade virtuelle en 3D à bord de chaque autocar. Les voyageurs potentiels sont ainsi projetés au cœur du véhicule et intègrent avec réalisme l'ensemble de ses potentialités. Un lien vers ce site dédié aux autocars sera prochainement créé sur celui de Salaün Holidays qui jouit déjà d'une belle fréquentation et notoriété.

## Des retombées médiatiques immédiates

Avant même son arrivée dans le Finistère, l'Impérial Space avait déjà beaucoup fait parler de lui.

*« L'autocar reste la carte de visite de l'entreprise. Michel Salaün ne perd pas de vue qu'une partie de sa clientèle y est très attachée. Alors il investit dans des modèles de plus en plus confortables. Après les Royal Class, 2011 sera l'année de l'Impérial Space ».* (Ouest France / janvier 2011 / annexe 4)

*« Du côté de la flotte d'autocars, après le Royal Class, Salaün va pousser encore plus loin le concept d'autocar d'exception avec le lancement au printemps de l'Impérial Space ».* (Le Télégramme / janvier 2011 / annexe 4)

Suite au Printemps de l'Autocar, de nombreux articles ont également fait l'éloge de ce véhicule :

*« Les sièges sont inclinables à un point inattendu dans un car. Ce qui fait dire à nombre de passagers qu'il s'apparente de ce point de vue à la classe affaire des avions »*

(Bus et Car / mai 2011 / annexe 4)

*« Le temps de replier sa couverture, de dégonfler son repose tête, et la bête noire s'arrête sous le regard des passants ébahi dans un village entièrement reconstitué dans un style catalan [...]. Le 16<sup>e</sup> Printemps de l'Autocar peut alors commencer. De belle façon puisque cet Impérial Space en fait la promotion idéale ». (Quotidien du tourisme / mars 2011 / annexe 4)*

*« Les constructeurs ne cessent de s'adapter aux contraintes légales et aux demandes de confort des consommateurs [...], Opérateur un peu atypique dans la profession puisque le voyage en autocar ne représente plus que 25% des ventes de produits Salaün Holidays (malgré un parc de 274 autocars), Salaün Holidays a fait le pari de la montée en gamme qui, à ses yeux, est le seul moyen d'amener les clients à l'autocar ». (Tourmag / mars 2011 / annexe 6)*

Trois mois après son arrivée dans la flotte Salaün Holidays, l'Impérial Space, courageux soldat de la défense du transport de groupes en autocar et en GIR, jouit déjà d'une belle notoriété auprès de tous. Et l'aventure ne fait que commencer...

### **En conclusion : innovant à tous égards...**

Un mode de transport « ringard », « cheap », « inconfortable »... Tels sont les qualificatifs peu élogieux entendus encore aujourd'hui lorsque certains évoquent, sans le connaître, le mode de transport en autocar. Un véhicule de la gamme de l'Impérial Space gomme les inconvénients liés au transport de groupe (inconfort, promiscuité) pour n'en conserver que les avantages (ambiance chaleureuse/prix attractifs).

« Confortable », « luxueux », « silencieux », « reposant », « moderne »..., tels sont les nouveaux qualificatifs employés par les usagers de l'Impérial Space. Ainsi, c'est le regard sur toute la profession et sur l'autocar qui change.

Le fait d'acquérir et de parcourir toute l'Europe, avec une flotte d'autocars de plus en plus confortables et surprenants, est un pari courageux et témoigne d'une volonté de mise en avant du transport de groupes en autocar. Une stratégie qui ne se contente pas de la simple acquisition des véhicules, mais qui englobe toute une communication dynamique et innovante autour des véhicules. La promenade virtuelle en 3D sera notamment bientôt proposée sur les salons touristiques auxquels participe Salaün Holidays. Les visiteurs pourront s'étendre dans un fauteuil Impérial Space disposé sur le stand et visualiser en 3D l'intérieur du car...

Trois mois seulement après sa mise en service, l'Impérial Space n'en finit pas de susciter l'étonnement, l'engouement et l'admiration, et ce, au sein même des équipes des collaborateurs Salaün Holidays qui fourmillent d'idées pour le mettre en avant.

#### Documentation

Annexe 1 : plaquette de présentation de l'Impérial Space

Annexe 2 : photos intérieures de l'Impérial Space

Annexe 3 : pages du site Internet Salaün Autocars

Annexe 4 : articles de presses parus sur l'Impérial Space

Annexe 5 : logo Impérial Space et publicité type de la campagne de communication lancée en mars 2011