



CHAMPAGNE
MG
 MICHEL GONET

**Ven y disfruta de nuestros
 MARIDAJES de
 CHAMPAGNE y QUESOS**



Dos espacios de visita y degustación

196 Avenue Jean Jaurès – 51190 AVIZE
 Tel: + 33 (0)3 26 57 50 56

37 Avenue de Champagne – 51200 ÉPERNAY
 Tel: + 33 (0)3 26 54 39 29

Móvil + 33 (0)6 71 61 51 41

info@champagnegonet.com
 www.champagnegonet.com



Economía Colaborativa - Economía sumergida - Intrusismo - Distribución a través de la desintermediación sin control - Nueva forma de consumo - **Regulación urgente** - Competencia desleal... reconectar con el cliente...

Martin Sarrate
 Director General de Julia Central de Viajes, Vicepresidente Económico-Financiero de CEAV y Presidente de ACAVE

Hay un nuevo reto de los modelos de negocio basados en la economía colaborativa y que la mayor parte de los sectores de nuestra industria turística a excepción del sector aéreo comercial, se están viendo afectados por este tipo de economía, que en la mayoría de los casos se convierte en una economía totalmente sumergida y actuando claramente como un modelo de intrusismo que va contra todas las empresas turísticas legalmente constituidas y siguiendo unos procesos de garantía en defensa de los derechos de los consumidores, que son nuestros clientes y que disfrutan del cumplimiento del 100% de los servicios turísticos contratados.

Estas tendencias se ven favorecidas, gracias al impulso de las webs, que conectan con el potencial de clientes particulares y que ofrecen todo tipo de servicios.

El objetivo es buscar opciones de viajes aparentemente mas económicos y que intentan eludir como prioridad el pago de los impuestos legales correspondientes, siendo muy importante adaptar la normativa a regular... la seguridad, el régimen fiscal y los estándares de calidad de los servicios contratados.

La crisis económica y el cuestionamiento del modelo económico han dado mucha fuerza al consumo colaborativo el desarrollo de las TIC, permite realizar un salto cualitativo en este tipo de economía del intercambio y a unos costes de transacción muy bajos en la medida que permite hacer llegar la oferta a la demanda y a un colectivo indefinido, substituyendo soportes materiales por soportes digitales.

Debemos de utilizar las TIC para generar relaciones de confianza y reforzar la reputación de nuestras marcas y es aquí donde las Agencias de Viajes debemos de jugar un papel importante y asesorar profesionalmente al consumidor de los nuevos productos y servicios demandados por ellos y que están dentro de la legalidad ofreciéndoles la total garantía de los servicios contratados.

Hay muchas expectativas, debido a que los beneficios de la economía colaborativa se pueden multiplicar espectacularmente en la próxima década, donde los sectores claves y con mas potencial son los viajes, el coche compartido y el alojamiento turístico.

También empezamos a tener indicios de ciertas amenazas para nuestras agencias receptoras debido la aparición de aplicaciones como *uber travel*, para cubrir necesidades de desplazamientos y actividades turísticas a nivel de traslados y excursiones turísticas en las ciudades de destino el P2P, penetrará en la actividad turística y no deja de ser una competencia para las Agencias de Viajes y actualmente este tipo de productos estan siendo demandados por nuestros clientes y estamos viendo como están apareciendo nuevos proveedores con estos servicios totalmente legales siendo una gran oportunidad de negocio y que nuestro apoyo es total e incondicional y con las reglas de distribución que rigen en nuestro sector.

En la Cumbre de CEAV en el País Vasco, hablamos de este modelo como competencia desleal, pero que también puede aportar una oportunidad de negocio y que no deja de ser una amenaza, ya que no pagan los correspondientes impuestos.

Debemos de presionar a los legisladores, para que finalicen los marcos regulatorios adaptando estos nuevos negocios y todos los sectores afectados debemos de luchar para combatir la ilegalidad, el intrusismo y la economía sumergida.

Se esta demorando mucho en generar una regulación que sea uniforme a nivel europeo y sobre todo unas obligaciones de información claras a todos los usuarios por parte de estas plataformas de servicios.

Estamos en una nueva era digital para el consumidor, donde la marca es uno de los principales activos de nuestras empresas, se está experimentando una fusión importante con su otro gran activo que es nuestro consumidor, las reglas de juego han cambiado donde resaltan el contenido de la marca, el marketing sensorial a la experiencia del consumo y la fusión de las herramientas de comunicación.

El nuevo consumidor es más: activo, selectivo y bidireccional con los impactos publicitarios- conectado a su entorno - tiene poder de decisión sobre las marcas con la incidencia de las redes sociales y las distribuye viralmente - valora el factor tiempo en el ocio -quiere tener nuevas experiencias - busca contenidos en foros y blogs.

REFLEXIÓN

Debemos de personalizar más nuestra oferta de servicios - la información en tiempo real y la flexibilidad en los paquetes turísticos e inspirar credibilidad y confianza.

Sin lugar a dudas tenemos una gran oportunidad en el comercio electrónico y la hemos de aprovechar para llegar mas y mejor a nuestros clientes y tambien para venderles mucho mas, tanto a nivel *on line* como *offline* y debemos de trabajar en todos los canales y garantizar la experiencia de la marca y que les demos acceso a una oferta más grande y con una gran calidad de servicio y que debemos de aplicar el omnicanal para vender más.

En nuestro sector las preferencias de los consumidores varían en función de la ocasión del viaje, por lo que hay que clasificar las opiniones según al segmento al cual pertenecen: familias, parejas, viajes de negocio, etc...

La actividad turística es uno de los fenómenos socioeconómicos más determinantes e influyentes

de los siglos XX y XXI y todo apunta que seguirá siendo así en el futuro y que según las previsiones de la OMT en el 2023 se alcanzaran los 2.000 M de viajeros internacionales, todavía nos queda mucho camino por recorrer...

No obstante tenemos unas claves importantes para el 2016, y son consolidar la trayectoria de nuestra empresas después de resistir los momentos más duros de la crisis y reforzar el crecimiento de la confianza en el consumo interior para afianzar la consolidación de nuestros crecimientos y sobre todo luchar dentro de la unidad de nuestro sector contra cualquier tipo de intrusismo que afecte a nuestra viabilidad empresarial y profesional.

Y me gustaría terminar con una cita de Warren Buffett que dice: "Cuesta 20 años construirse una reputación y 5 minutos destrozarla". Si piensas en ello haras las cosas de diferente modo.

GANAR UNA VUELTA AL MUNDO



Llevamos 50 años de camino recorrido y queremos celebrarlo contigo

Si eres agente de viajes podrás ganar una de las **3 vueltas al mundo** que sorteamos*. Entra y participa

vueltaalmundoavis.com

MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL

IBERIA

AVIS 50

*Para reservas realizadas entre el 20 de enero y el 20 de marzo, en más de una de las empresas participantes (Meliá, Iberia y AVIS). Términos y condiciones en vueltaalmundoavis.com



El portal líder de alquiler vacacional de las Agencias de viajes



 **LaComunity®**