



## **NAP VOYAGES, FILIALE DU GROUPE NAP (AUBAGNE), DEVIENT TOUR-OPÉRATEUR**

Conférence de presse du 20 octobre 2015



### **Communiqué de presse**

**NAP Voyages mise sur l'aérien et entend multiplier  
par 5 son chiffre d'affaires d'ici 2020**

**page 2**

### **Le Groupe NAP, trois entités :**

**NAP Tourisme, NAP Voyages et NAP Provence**

**page 4**

**Une entreprise fidèle à son territoire depuis 15 ans**

**page 6**

### **Portraits**

**Lionel de Abreu, Président Directeur Général du groupe NAP  
Olivier Moncoudiol, Directeur de NAP Voyages**

**page 7**

Contact presse : Agence ACCÈS PRESSE  
Claire Fiori [cfiori@accespresse.fr](mailto:cfiori@accespresse.fr) / 06 25 45 87 57 ou Anne Kramel [akramel@accespresse.fr](mailto:akramel@accespresse.fr) / 06 25 45 01 00

Communiqué de presse

## TOURISME : NAP VOYAGES MISE SUR L'AÉRIEN ET AMBITIONNE DE MULTIPLIER PAR 5 SON CHIFFRE D'AFFAIRES D'ICI 2020

A l'aube de son 15<sup>ème</sup> anniversaire, le groupe familial **NAP** (Nouveaux Autocars de Provence, 190 collaborateurs / 12,2 M€ de chiffre d'affaires), implanté à Aubagne et deuxième entreprise d'autocariste indépendante en PACA, poursuit sa diversification en lançant sa propre activité de voyages par avion opérationnelle depuis septembre.

« *C'est un véritable tournant pour notre filiale **NAP Voyages** qui devient un tour-opérateur à part entière* », commente Lionel de Abreu, président-fondateur du groupe. Positionnée comme agence de voyages dans le réseau Sélectour-Afat depuis 2009, **NAP Voyages** ajoute une corde à son arc avec le développement de sa propre production de voyages aériens au départ de la région.



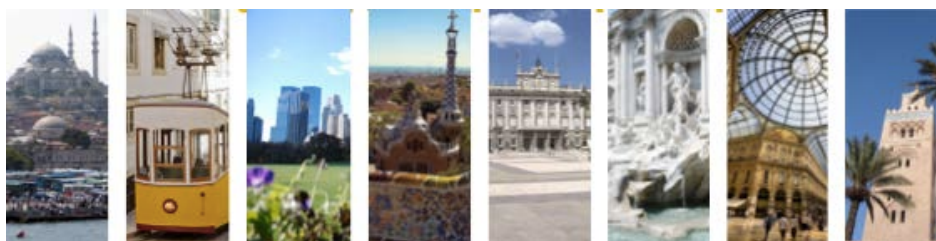
Une grande nouveauté pour **NAP Voyages** qui vient d'éditer sa toute nouvelle brochure 2016 conçue comme un « agenda » de voyages, mois par mois. Au programme ? Des séjours et circuits en France et à l'étranger en autocar, des croisières mais aussi, désormais, une vingtaine de destinations proches ou lointaines, au départ de l'aéroport Marseille Provence. City break à Lisbonne, Christmas shopping à New-York, safari photos en Tanzanie... **NAP Voyages** souhaite proposer une offre différenciante à ses clients, majoritairement des habitants de la région PACA, au départ de chez eux.

### Multiplier par 5 le chiffre d'affaires de NAP Voyages d'ici 2020

« *Devenir un pôle de tourisme incontournable dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur* », telle est l'ambition de **NAP Voyages** qui prévoit de réaliser un chiffre d'affaires de **2,5 millions d'euros en 2015**, puis une progression rapide : **7 millions d'euros visés en 2017** et **12 millions d'euros avant 5 ans**. Dans cette nouvelle stratégie, la part de l'aérien devrait prendre une place prépondérante (**de 20% de l'activité à court terme à 40% à moyen terme**) mais **NAP Voyages** n'exclut pas d'accentuer parallèlement ses partenariats avec certains croisiéristes ou de développer des offres spécifiques, autour de la randonnée par exemple.

Pour accompagner ce nouveau positionnement, **NAP Voyages** a intégré à sa tête **Olivier Moncoudiol, fondateur de voyages-privatisés.com**, et constitué autour de lui une équipe de **8 personnes** dont 3 commerciaux et 2 conseillers voyages. La branche s'est également dotée d'une nouvelle identité graphique.

Au niveau de son offre, **NAP Voyages** l'a voulu diversifiée et adaptée aux budgets et envies d'une clientèle qu'elle connaît bien : « *notre panel va aussi bien d'une journée de shopping au Perthus en autocar à un « City-break » dans l'une des grandes capitales européennes jusqu'aux destinations longs courriers comme le Pérou, le Mexique ou la Tanzanie* », explique Olivier Moncoudiol.



Autant de propositions – dont des itinéraires complètement exclusifs – qui se retrouvent dans la brochure 2016 de **NAP Voyages** mais aussi sur son tout nouveau site web (réservation en ligne 24h/24) : [www.napvoyages.fr](http://www.napvoyages.fr) (mise en ligne prévue 1ère semaine de novembre).

Grace à cette nouvelle production, **NAP Voyages** entend ainsi séduire ses 80% de clients fidèles mais aussi attirer de nouveaux clients, notamment dans **les Bouches-du-Rhône et l'Ouest varois**. Elle mise pour cela sur des services « pratiques » comme la prise en charge à domicile ou autour de points de ramassage avec parkings gratuits mais aussi l'accès au salon VIP en salle d'embarquement à l'Aéroport Marseille Provence.

Parallèlement, le **groupe NAP** est en train de finaliser **NAP Provence**, une offre de tourisme réceptif, qui vise à drainer dans la région une clientèle hors PACA et sera opérationnelle à travers le site [www.nap-provence.fr](http://www.nap-provence.fr) courant janvier 2016.

### **Développer en parallèle la présence de NAP Voyages avec un point de vente supplémentaire à Lançon de Provence**

Dans le même temps, le groupe **NAP**, plus connu pour sa branche **NAP Tourisme** dédiée au transport routier de voyageurs, continue son développement et multiplie les innovations. L'aménagement d'un espace de 16 000 m<sup>2</sup> est en cours à Lançon de Provence avec, à la clé, **un nouveau point de vente voyages** d'ici la fin de l'année qui permettra de commercialiser l'offre de **NAP Voyages**, en complément de son agence de voyages historique basée à Aubagne (au siège du groupe).

« *De plus, le développement d'un réseau d'agences distributrices, au nombre de 55 ayant signé une convention de partenariat avec nous, avec un collaborateur entièrement dédié à cette mission, nous permet aujourd'hui de couvrir l'ensemble des Bouches-du-Rhône, l'Ouest varois et même le Sud Vaucluse* », explique Olivier Moncoudiol.

« *Nous souhaitons offrir une couverture maximale du territoire régional* », reprend Lionel de Abreu.

**NAP Tourisme** vient également d'engranger deux nouveaux contrats, avec la ligne régulière Salon-de-Provence / Aix-en-Provence et celle Salon-de-Provence / Marignane qui sont opérationnelles depuis le mois de septembre. Des contrats de bonne augure pour le groupe **NAP** dont le dynamisme économique a toujours été soutenu depuis sa création : avec **190 salariés** et un **parc de 150 véhicules**, la maison mère devrait atteindre les **14 millions d'euros en 2016**.



**Président Directeur Général du groupe NAP : Lionel De Abreu**  
**Directeur de NAP Voyages : Olivier Moncoudiol**

**En 2014 : 190 collaborateurs – 150 autocars – 1,3 million de personnes transportées**  
**3,7 millions de km parcourus – 30 pays visités – 12,2 M€ de CA**

## LE GROUPE NAP, TROIS ENTITÉS : NAP TOURISME, NAP VOYAGES ET NAP PROVENCE

Fruit de sa diversification depuis 2009, le groupe NAP regroupe aujourd'hui trois entités : **NAP Tourisme** dédié au transport routier de voyageurs, **NAP Voyages** pour le tourisme émissif et **NAP Provence** qui se consacre au tourisme réceptif.



Il s'agit de la branche historique et emblématique du groupe NAP consacrée au transport routier de voyageurs, qui représente 60% de son chiffre d'affaires.

Avec une flotte d'autocars ultra modernes, la compagnie aubagnaise dessert plusieurs lignes régulières dans les Bouches-du-Rhône, de Carnoux à Cassis en passant par La Ciotat et Roquefort la Bedoule. L'entreprise dédie également une partie de son activité aux lignes scolaires dans toute la région, où elle assure des liaisons dans le Var comme dans les Bouches-du-Rhône.

NAP Tourisme dispose de **3 dépôts** : au Rove, à Lançon de Provence et à Aubagne/La Penne-sur-Huveaune.

**Son parc de véhicules est le plus jeune de PACA** (avec notamment 30 nouveaux véhicules achetés en 2015), et l'un des plus complets : 130 autocars de 48 à 63 places, 10 minicars de 33 à 35 places, 5 minicars de 19 à 22 places, 3 cabriolets de 33 places (uniques dans le 13), 3 monospaces, 3 voitures de luxe - dont une Porsche Panaméra 4 S - qui lui permettent de répondre aux différents besoins de location avec chauffeur de ses clients.



Dans le cadre de sa stratégie de diversification, NAP vient d'étoffer son offre, donnant une nouvelle dimension à sa branche NAP Voyages qui devient tour opérateur.

Avec l'appui d'une équipe d'experts, NAP Voyages développe sa propre production de voyages aériens et propose ainsi des voyages en France et partout dans le monde, à bord de ses propres autocars, mais aussi avec tous types de transports : avion, bateau, train, etc... NAP Voyages mise sur une stratégie de distribution multicanal, à travers son agence de voyages, ses propres points de vente, un réseau de plus de 50 agences partenaires (13, 83 et 84) qui distribuent son offre NAP, mais aussi une ligne téléphonique dédiée et un nouveau site web : [www.napvoyages.fr](http://www.napvoyages.fr) (pour des réservations en ligne 24h/24 et des voyages vendus en exclusivité).

En parallèle, NAP Voyages entend développer la marque **voyages-privatistes.com**, spécialiste des séjours et circuits pour les individuels, accompagnés d'un guide local francophone à partir de 2 personnes, qui répond à toutes les demandes sur mesure.



Dédiée au tourisme réceptif, NAP Provence est la dernière née des marques du groupe NAP visant **la promotion de la région PACA auprès d'une clientèle nationale et internationale** (principalement des groupes constitués, des agences de voyages et des tour-opérateurs) et favorisant la découverte de Marseille (City Tour) et de la Provence.

Déjà une cinquantaine de journées types (les calanques de Cassis, l'île de Porquerolles, les Baux de Provence, Avignon, le plateau de Valensole et la lavande, la Camargue et ses traditions...) sont proposées pour visiter les hauts lieux de la Provence et une vingtaine d'hébergements référencés.

La force de NAP Provence est de maîtriser toutes les composantes d'un voyage : de la restauration à l'hébergement en passant par les visites, les activités et, bien évidemment, le transport : de la voiture individuelle au minibus jusqu'à l'autocar de 63 personnes.

*« L'offre de NAP Provence est aussi destinée à l'organisation de séminaires, conventions et autres congrès. Notre **démarche** est de concevoir des opérations sur mesure. Être à l'écoute des clients, pour respecter leur budget, plus une bonne connaissance de la Provence et une maîtrise des transferts et transports sur place, sont les clefs de la réussite de telles opérations. Chaque opération est unique et personnalisée. Notre **organisation** repose sur une expérience de plus de 10 ans et une collaboration étroite avec des partenaires privilégiés, en PACA. Conception, repérage systématique, suivi (contrat de voyage, réservations, facture, rooming-list, formalités, assurances...), communication (identité graphique, teasing, invitation, goodies, signalétique, film, photos...), logistique (transport, accueil, transferts privés, hébergement, restauration, activités) et accompagnement personnel sont proposés et garantis », explique Olivier Moncoudiol.*

## **UNE ENTREPRISE FIDÈLE À SON TERRITOIRE**

### **Une croissance constante depuis près de 15 ans**

Quand l'entreprise NAP (qui signifiait alors « Nouveaux Autocars Pennois ») amorce son activité, il y a 15 ans, elle ne possède alors que 10 véhicules, emploie 13 salariés (dont 12 chauffeurs) et ne propose que de la location « à la demande », en direction des écoles et des associations.

C'est en période de crise, en 2008, que Lionel de Abreu, son fondateur et actuel PDG, décide de miser sur les liaisons régulières. Il procède alors à un important investissement de 10 millions d'euros en acquérant 60 véhicules supplémentaires et remporte de nombreux appels d'offres. Les résultats sont là. Avec 190 salariés, un chiffre d'affaires dont la croissance à deux chiffres ne s'est jamais démentie depuis sa création, l'entreprise devrait atteindre les 14 millions d'euros en 2016.

Aujourd'hui implantée à Aubagne, non loin de là où tout a commencé, la société qui a su garder son âme d'entreprise familiale, est devenue la deuxième entreprise d'autocariste indépendante en PACA, et se situe dans les 30 premières entreprises nationales.

### **NAP partenaire de l'année Marcel Pagnol 2015**

Soucieux de rester en phase avec le territoire et de contribuer à son développement, le groupe NAP a souhaité s'impliquer dans l'année Marseille-Pagnol 2015 et devenir partenaire de l'opération avec une dotation de 15 000 euros. Une décision spontanée pour Lionel de Abreu, révélatrice de l'implication de l'entreprise dans la vie de la cité et de l'agglomération.



## PORTRAITS

### Lionel de Abreu, Président Directeur Général du groupe NAP



Originaire de Haute Saône, Lionel de Abreu arrive à 23 ans à Marseille. Après une carrière chez **Comett**, filiale du plus gros voyagiste en France (de 1981 à 1999) où il exerce de nombreuses fonctions lui permettant d'avoir une vision large du métier, il rachète les **Nouveaux Autocars Pennois** en 2001, société devenue aujourd'hui le groupe NAP.

Dans cette entreprise familiale qu'il continue de gérer avec les mêmes valeurs, Lionel de Abreu a associé son fils **Jonathan de Abreu**, qui intervient depuis 10 ans comme Directeur d'exploitation de la partie « car » et **Lorry de Abreu**, sa fille, qui, à 24 ans, est Responsable de la « location autocar, séminaires et congrès ».

### Olivier Moncoudiol, Directeur de NAP Voyages

Passionné de voyages et sportif de haut niveau (stagiaire professionnel à l'Olympique Lyonnais 1990/93), Olivier Moncoudiol s'est naturellement orienté vers le secteur du Tourisme Sportif.

Après avoir exercé pour les **Autocars Philibert**, l'**UCPA** (Paris) et **Hüwans clubaventure** (Marseille) – comme Directeur Commercial puis Directeur Général Délégué –, il fonde l'agence **Voyages-privatisés.com** (Toulon), des circuits à la carte « haut de gamme » avec guide francophone. Depuis mars 2015, il a rejoint le groupe NAP comme Directeur de NAP Voyages.

