

Gérald en Amérique !

De **Movi Press** - 7 septembre 2021



Gérald Ponsard, le petit wallon amoureux de l'Amérique, ne veut plus vendre que du rêve. Et se débarrasse des contraintes liées à la profession de vendeur de produits touristiques.

Un pari porté sur la place publique à travers une présence soutenue sur les réseaux sociaux et une audacieuse opération de crowdfunding.

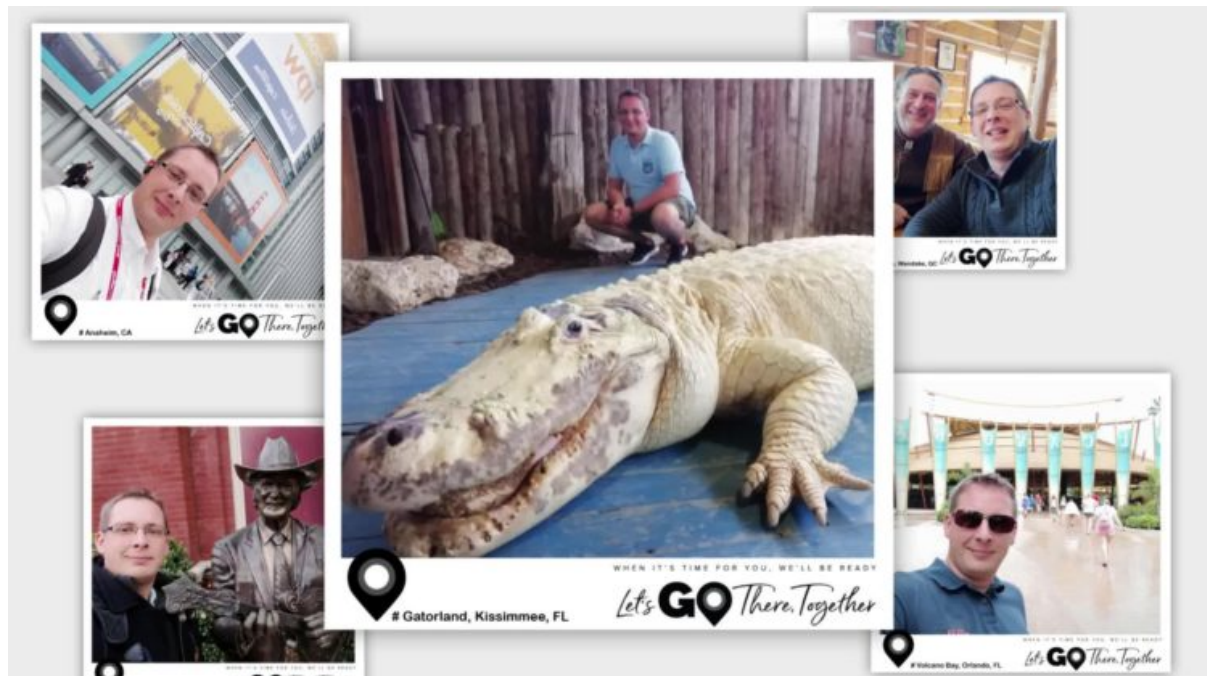
Certains ont mis la clé sous la porte, d'autres attendent avec anxiété le retour des beaux jours et l'ouverture des frontières. Et puis quelques-uns ont profité de cette f... pandémie pour enfourcher leur monture et se lancer dans de nouvelles aventures.

C'est le cas de Gérald Ponsard, spécialiste averti de l'Amérique du Nord et du Canada, président de Visit USA et grand gamin amoureux de Las Vegas qui n'hésite pas à lancer les dés quand les indicateurs recommandent de récupérer sa mise.

Après avoir fait ses armes pendant vingt ans en agence puis chez des T.O. qui lui ont permis de développer son expertise, il se met désormais en scène sur fond de grands espaces.

« **La base du métier, c'est vendre du rêve.** »

Gérald en Amérique (geraldenamerique.com), ce n'est pas une bd mais un gars passionné qui a grandi avec les reconstitutions de la ruée vers l'or, les westerns, les parcs d'attraction et Big Apple – tout ce qui fait l'Amérique et qui brasse large. Pour avoir voyagé avec lui, il nous faut reconnaître sa maîtrise du sujet et sa capacité à communiquer son enthousiasme. Et saluer sa tentative et son obstination.



La mise en scène sur le terrain fait partie de la stratégie du jeune entrepreneur 2.0

Comme le jeune entrepreneur annonce avec audace « de l'innovation », « des prix imbattables » et « de l'expérience inédite », Pagtour lui a demandé des explications.

En quoi Gérald en Amérique innove dans le secteur de l'organisation du voyage ?

– Je ne propose que du conseil et du service, je conçois des circuits, j'accompagne même le client s'il le désire mais je ne m'occupe plus des réservations. L'innovation, pour le monde du tourisme, c'est de retourner à la base du métier qui est de vendre du rêve et offrir du service au client. C'est devenu rare parce que l'absence de créativité mais, surtout, des réglementations trop compliquées qui entraînent de plus en plus de frais et de prises de risque ont transformé l'agent de voyages en simple vendeur. Moi, je veux être essentiellement au service du client.

Comment peut-on vendre le rêve sans se payer sur les réservations qui suivent ?

– En étant un véritable travel planner, pas comme ceux qui ont fleuri ces dernières années, surtout en France, et qui ne connaissent pas le secteur. Moi, je suis pro depuis vingt ans, je connais tout ce que je propose. Je décline mes services en français à travers trois packages, qui vont de l'information à la conception complète du voyage avec assistance. Lorsque je suggère un circuit, je donne une fourchette de prix la plus précise possible. Ensuite, le client peut réserver où il veut. S'il a ses habitudes en agence, il ira avec son programme et réservera avec son partenaire habituel. S'il est déjà rôdé aux réservations par internet, il ne faut pas se leurrer, il

continuera. Un récent sondage rapporte que 30% des Wallons réservent leurs vacances en agence et 70% sur internet. Moi, je toucherai les 100% et ils feront ensuite comme ils souhaitent. C'est vrai que j'ai quelques accords avec des plateformes, des compagnies aériennes ou des prestataires locaux qui céderont un pourcentage aux clients qui passent par elles, mais je respecte le choix de chaque voyageur. D'ailleurs, des agences m'ont déjà contacté pour que nous collaborions, notamment celles qui ne sont pas spécialisées sur cette destination et qui connaissent mon expertise. Je conçois tout de A à Z et leur soumetts le projet en marque blanche, à chaque agence de déterminer son offre au client. Elle peut choisir de s'aligner sur les prix que je propose, prendre également des accords avec les plateformes de réservation (Expédia est, par exemple, déjà présente en agence) ou facturer des frais de dossier. Je n'interviens pas.

« J'ai vingt ans d'expériences et de découvertes à enfin partager ! »

Gérald, qui se met en scène à travers sa communication, très présent et très ludique sur les réseaux sociaux (FB, Instagram, site web, Youtube), est un pur produit de cette nouvelle génération qui manie avec aisance le storytelling, le marketing et la personnalisation. Événements, rencontres directes entre les clients et les offices de tourisme et accompagnement de circuits sont au programme de sa nouvelle aventure qu'il soumet carrément au plébiscite du public en organisant un crowdfunding – un terme que certains, dans le milieu, ne connaissent même pas.

Objectif : rassembler son budget marketing via une plate-forme de financement participatif. La soirée de lancement de la collecte de fonds aura lieu le 11 septembre prochain (voir en fin d'article) et recueille déjà de l'enthousiasme dans la région de prédilection du cowboy liégeois.

– Les réseaux sociaux, le blog, c'est une façon de combler la frustration de n'avoir jamais pu partager mes découvertes avec les clients au-delà de la réservation ponctuelle d'un circuit. J'ai vingt ans d'histoire dans mes tiroirs. Alors que certains étaient à l'arrêt pendant la pandémie, je me suis amusé à distiller ces informations et ces expériences. Le crowdfunding, c'est une idée qui a germé pendant mon parcours en incubateur d'entreprise chez Créa Job. Les contreparties vont du pack de goodies à une master class de barbecue mais sont aussi liées aux différentes formules d'accompagnement que je propose, jusqu'à la participation au premier circuit que j'accompagnerai personnellement, « Country Music & Bourbon » de Nashville au Kentucky.



Le premier circuit accompagné de Gerald en Amérique partira à la découverte de la country music – Ici Bill Monroe pilier du bluegrass statufié à Nashville.

« Mon projet est une partie de la solution à la crise du secteur. »

Le jeune entrepreneur 2.0 ne veut pas déterrer la hache de guerre. Mi-cowboy (« surtout depuis que l'office du tourisme du Texas m'a fait l'honneur de m'envoyer des chapeaux personnalisés par la poste ! »), mi-Indien (« parce que je chéris le tourisme autochtone »), il continue de saluer ses anciens employeurs qui lui ont permis de développer et de professionnaliser sa passion. Au point de se targuer de proposer aujourd'hui des expériences inédites.

– Je ne me positionne pas contre les agences de voyages mais plutôt comme une partie de la solution pour le secteur. Mes connaissances du terrain me permettent de monter moi-même l'entièreté des circuits, du vol au restaurant en passant par les expériences personnellement vécues, l'accompagnement et l'assistance – du simple conseil à l'all-in-one personnalisé. Les excursions et les visites ne sont pas les mêmes que celles suggérées par les agences et les T.O. traditionnels. Parfois elles sont même gratuites, comme avec les Big Apple Greeters de New York.

Le président en exercice de Visit USA, qui pourrait être reconduit en octobre prochain, a déjà pu se rendre compte, à travers ses contacts avec les partenaires et offices de tourisme des USA et du Canada, combien son projet répond à une demande de

redéfinir le tourisme mais aussi, pour ses acteurs, de se réinventer. Sans guerre de Sécession.

Plutôt par un grand New Deal qui appelle à la créativité et à la solidarité. Il serait dommage que celui qui avoue vivre son rêve éveillé depuis toutes ces années se transforme en *lonesome cowboy* simplement parce qu'il a le goût d'entreprendre.

geraldenamerique.com

Soirée de lancement le 11 septembre 2021, à partir de 18h en la concession de Groupe Peugeot Schyns à Visé. Contact : welcome@geraldenamerique.com



Commentaires

0 commentaires

Movi Press