



CETO Association Loi de 1901 - n° d'ordre 75/1193 – ASS39124P  
c/o DONATELLO, 20 rue de la Paix, 75002 Paris

Monsieur Jean-Pierre MAS  
AFAT

Paris, le 1<sup>er</sup> juillet 2008

Cher Jean-Pierre,

A la suite de l'opération de marketing et publicitaire que vous avez menée le 24 juin 2008, je puis vous assurer que la défense du pouvoir d'achat des consommateurs est au centre des préoccupations des membres de notre association.

Nous n'avons pas attendu le 24 juin pour réfléchir et agir sur ce terrain vital pour l'industrie touristique française.

Mais au-delà des problèmes de variation de la parité dollar/franc sur lequel je reviendrais, le point essentiel sur lequel nous pouvons avoir un vrai effet de levier est celui de la rémunération des intermédiaires.

Que puis-je répondre aux adhérents de notre association lorsqu'il m'est opposé que les coûts de distribution des produits des TO sur le marché sont 50 % plus élevé que pour le reste de l'Europe.

C'est dire à quel point nous sommes intéressés par une collaboration avec l'AFAT pour le meilleur service de nos clients, c'est-à-dire des consommateurs, pour arriver à une diminution de la rémunération des intermédiaires, à la fois centrales d'achat et distributeurs, afin de la rendre compatible avec ce qui est communément pratiqué en Europe.

Nous sommes certains que vous adhérerez à cette démarche dont les effets s'apprécieront de manière durable.

Au regard de cet objectif, l'impact de la variation du taux du dollar est insignifiant.

Je regrette que vos services n'aient pas pris le temps d'analyser plus finement les conditions particulières de nos partenaires, leurs modalités précises d'application (délai, répartition du prix de revient libellé en devises) et l'évolution du dollar qui en six mois n'a baissé que de 6 % environ.

CETO Association Loi de 1901 - n° d'ordre 75/1193 – ASS39124P  
c/o DONATELLO , 20 rue de la Paix, 75002 Paris

Il n'a été porté à ma connaissance aucun dossier dans lequel un client se serait vu refuser à tort une baisse de prix pourtant prévue dans des conditions particulières de vente.

Vous-même n'avez pas été en mesure de nous fournir un exemple.

Ainsi placer votre communication sur ce thème me paraît à la fois erroné, déplacé et inutile, la seule conséquence étant de jeter l'opprobre sur une profession qui n'en a pas vraiment besoin.

En conclusion, je vous propose de réfléchir ensemble non pas sur les faux problèmes que sont la variabilité du dollar, qui par définition n'est que passagère, mais sur la défense des intérêts des consommateurs par une maîtrise des coûts de distribution alignés sur ce qui se pratique partout ailleurs.

Cordialement.



René-Marc CHIKLI  
Président