

INTERVIEW

Cécile Revol

**Prénom :** Cécile**Nom :** Revol**Promotion :** 1994 - 1995**Poste actuel :** Country Manager
France**Thématique de son mémoire :**
Le développement du marché de
la croisière en France**Les 3 compétences clés
dans son job :** La maîtrise des
langues étrangères, l'exemplarité,
la flexibilité.

Profil LinkedIn

Présentation

Pourquoi avez-vous décidé de faire votre carrière dans le tourisme ?

C'est un concours de circonstances qui m'a conduit vers le secteur du tourisme. Ayant grandi aux États-Unis, je parle couramment anglais, et un programme Erasmus en Allemagne m'a permis de maîtriser l'allemand en plus du français. Forte de ces compétences linguistiques, je me suis interrogée sur ma carrière. Un proche m'a alors suggéré : « Pourquoi ne pas envisager une carrière dans le tourisme ? » C'est ainsi que tout a commencé.

Pouvez-vous nous présenter rapidement votre parcours, votre carrière ?

Mon parcours commence après l'ESCAET en 1995, avec un stage chez Epirotiki, une compagnie de croisière grecque. À 26 ans, je deviens directrice commerciale après une opportunité. En 2002, je fais un tour du monde après le 11 septembre. À mon retour, je rejoins Odalys Vacances où je monte en grade pour devenir directrice commerciale. En 2015, après une pause, j'intègre Travel Factory, puis, depuis sept ans, je suis Directrice Générale France chez Sunweb.

Qu'est-ce qui a orienté vos choix de poste et de secteur d'activité ?

Je n'avais pas de plan de carrière précis au début. Ma passion pour les croisières m'a naturellement

orientée vers ce secteur. Puis, mon entrée chez Odalys s'est faite par hasard. Le fil conducteur est apparu avec la Destination France, qui est devenue l'axe central de ma carrière, toujours avec une approche commerciale et internationale. Mon expertise en distribution digitale et marketing m'a permis de structurer des plans solides, aboutissant à un poste de direction générale.

Est-ce que vous pouvez nous dire quelques mots sur votre poste actuel ?

Je dirige Sunweb en France, un tour-opérateur leader en Europe, présent dans huit pays, avec une activité basée sur le ski l'hiver et des séjours en Méditerranée l'été. Nous réalisons 1,5 milliard d'euros de chiffre d'affaires et accueillons 1,2 million de voyageurs chaque année. En France, je supervise deux entités : Sunweb Group France et une filiale Hospitality qui gère 25 établissements, représentant 5 000 lits, principalement en montagne. Ce poste est exigeant mais passionnant.

Quelles sont les hard & soft skills qui vous servent le plus aujourd'hui dans votre métier ?

La maîtrise des langues étrangères est essentielle. Ma maîtrise courante de l'anglais et de l'allemand ainsi que mon apprentissage du néerlandais, m'ont toujours démarquée et me permettent de collaborer efficacement avec nos équipes néerlandaises.



C'est un levier puissant qui stimule l'ouverture d'esprit et la compréhension des autres. Ensuite, l'exemplarité : un bon manager doit montrer l'exemple. Enfin, la flexibilité. Le secteur du tourisme étant en constante évolution, il faut savoir s'adapter, comme j'ai appris avec le télétravail pendant la pandémie, ce qui a transformé mon management.



IL EST IMPORTANT DE COMPRENDRE QUE LE TOURISME EST UNE VÉRITABLE INDUSTRIE, STRUCTURÉE ET PROFESSIONNELLE. IL NE FAUT PAS SE LAISSER SÉDUIRE PAR L'IDÉE D'UN RÊVE D'EXPLORATEUR, MAIS COMPRENDRE LES MÉTIERS CONCRETS DE CE SECTEUR.

Quelle est votre plus grande fierté dans ce parcours ?

Ma plus grande fierté est d'avoir intégré Sunweb, une entreprise que j'admire depuis plus de 15 ans. Elle a été mon plus grand client chez Odalys, puis mon principal concurrent chez Travel Factory. Aujourd'hui, en tant que Directrice Générale France, c'est une véritable victoire personnelle. Cela représente l'aboutissement d'années de travail pour aligner mes compétences avec cet objectif.

Quel conseil pourriez-vous donner à un jeune qui a pour vocation le tourisme aujourd'hui ?

Mon conseil serait d'apprendre les langues étrangères, pas seulement sur le plan académique, mais en voyageant et en s'immergeant dans d'autres cultures. Cela est essentiel dans le tourisme. Il est aussi important de comprendre que le tourisme est une véritable industrie, structurée et professionnelle. Il ne faut pas se laisser séduire par l'idée d'un rêve d'explorateur, mais comprendre les métiers concrets de ce secteur.

Si vous aviez un souvenir à nous partager sur votre parcours à l'ESCAET, ce serait lequel ?

Je me souviens particulièrement de M. et Mme Thurot, les fondateurs de l'ESCAET, qui ont été des mentors et des révélateurs. Leur approche de l'enseignement, pratique et innovante, m'a beaucoup marquée. Leur vision de l'employabilité m'a aussi soutenue tout au long de ma carrière.

Qu'a apporté l'ESCAET au démarrage de votre carrière et après ?

L'ESCAET m'a donné une carte de visite en or, un réseau précieux à une époque où nous étions peu nombreux. Elle m'a aussi fourni une vision globale du tourisme, un atout majeur lorsque j'ai changé de secteur. Les cours pratiques, comme ceux sur les GDS, étaient particulièrement solides.

Selon vous, quelle est la force d'un réseau alumni ?

Un réseau alumni est essentiel, et je trouve dommage que celui de l'ESCAET soit aujourd'hui encore trop peu exploité. Il est crucial pour les contacts, la cooptation, et l'accompagnement des jeunes générations. Nous, les anciens, avons un rôle à jouer en mentorant les plus jeunes et en leur transmettant notre expérience.

Quels faits majeurs de l'industrie du tourisme vous ont marquée et pourquoi ?

Le Covid a été un événement marquant, bouleversant l'industrie touristique. En 30 ans, je n'avais jamais vu une telle interruption. Cela a transformé notre façon de travailler, notamment avec l'intégration du télétravail, un tournant radical.

Quels sont les principaux enjeux actuels dans votre secteur et votre entreprise ?

Le changement climatique est un défi majeur, notamment pour le ski. L'industrie devra s'adapter aux nouvelles attentes des consommateurs, qui deviennent de plus en plus sensibles aux enjeux écologiques. Autre enjeu : l'aérien, avec un décalage entre discours et actes. Le challenge est de comprendre ces paradoxes et d'adapter l'industrie en conséquence. ■