

DOVETAIL FOKS

Le haut de gamme à la carte

Dovetail Foks. First class à la carte

Fondé en 1992, Dovetail Foks poursuit son ascension dans le secteur du tourisme d'affaires et de loisirs.

Founded in 1992, Dovetail Foks is a rising star in business and leisure travel.



Dean Borg et John Foks,
dirigeants de la société
Dovetail Foks

Grâce à une offre de prestations sur mesure de première qualité, la société britannique Dovetail Foks a fait du haut de gamme son cheval de bataille. Elle compte aujourd'hui parmi ses fidèles clients quelques pointures de l'industrie de l'événementiel, de l'hôtellerie et des transports, telles que MC Plaza ou encore Reed Midem, leader dans l'organisation de marchés internationaux. Rencontre avec Dean Borg, l'un des cofondateurs.

Quelles sont les missions de Dovetail Foks ?

Dovetail Foks est né en 1992 à Londres de la volonté de proposer aux professionnels et aux particuliers une gamme complète de services de première qualité liés au tourisme de loisirs ou d'affaires.

Thanks to Dovetail Foks' top-notch customized travel offerings, this England-based company has made top of the line its battle cry. Today, its faithful clientele includes the big guns of industry and event planning, hostelry and transportation, such as MC Plaza and even Reed Midem, top organizer for international markets. We met with Dean Borg, one of the co-founders.

What is Dovetail Foks' mission?

Dovetail Foks was born in 1992 in London out of a desire to provide a complete range of first-class business and leisure travel services to professionals and individuals.

When I met John Foks in 1992, I had already been working in the tourism industry for several years. He was representing

Lorsque j'ai rencontré John Foks en 1992, je travaillais déjà depuis plusieurs années dans le tourisme. Lui officiait pour CBS Records, un label majeur de l'industrie du disque. Les voyages ont toujours fait partie intégrante de nos vies respectives. Ensemble, nous avons décidé de fonder une société indépendante, qui soit beaucoup plus qu'une simple agence de voyages traditionnelle. Cela va de la réservation du transport (avion, train...), de l'hébergement, en passant par l'obtention des visas et des passeports, jusqu'à l'organisation d'excursions, de lunes de miel, d'escapades romantiques ou encore de location de limousines. Depuis 1993, nous avons créé un département « événementiel » afin de répondre à la demande croissante des entreprises en matière d'organisation de salons.

Quels sont selon vous vos points forts par rapport à vos concurrents ?

Tout d'abord, je mentionnerais le fait que nous soyons une société indépendante. Cela a toujours été un préalable indispensable pour John et moi.

S'il y a le moindre souci, nos clients savent qu'ils peuvent nous contacter directement. Ils ne passent pas par un centre d'appel anonyme, avec nous ils ont un interlocuteur au bout du fil 24 heures sur 24. Et c'est là notre force : nous sommes très réactifs, et en un tour de main nous sommes capables de fournir le service demandé. Nous ne disons jamais non ! Enfin, nous sommes très soucieux de la qualité de nos services et nous faisons en sorte d'améliorer en permanence notre offre.

Le tourisme d'affaires et l'événementiel sont des secteurs où la compétition est rude. Est-il difficile de se faire une place ?

Cela n'est pas toujours évident, surtout au début. Mais nous avons une chance extraordinaire : celle d'être présents sur des manifestations qui ont lieu dans divers pays. Évidemment, notre plus gros marché est l'Europe, mais une large part de notre activité se déroule aux États-Unis. Non seulement cela nous ouvre des perspectives, des publics et des horizons différents, et en plus cela nous permet de rester informés de l'actualité du tourisme de luxe de par le monde. Et notre récompense aujourd'hui, c'est que l'immense majorité des gens qui ont fait appel à nos services reviennent nous voir l'année suivante, en nous demandant d'organiser exactement la même chose. C'est pour nous une preuve de notre savoir-faire et de notre expertise.

CBS Records, a major record label. Travel had always played a major role in our respective lives. Together, we decided to found an independent company that would be much more than a traditional travel agency. It would go from reserving transportation (air, rail, etc.), to accommodations, and include getting visas and passports, to organizing tours, honeymoons, romantic getaways and even renting limousines. In 1993 we created an events department to respond to increasing demand from companies organizing trade shows.

What advantages do you offer over the competition?

Well, first of all, I've already mentioned that we are an independent company, which was something that John and I thought was crucial.

If there's any problem, no matter how small, our clients know they can contact us directly. They don't have to go through an anonymous call center—with us, they have a real person at the other end of the line 24 hours a day. And that's our strength: we are very responsive, and can provide the service they want in a snap. We never say no! In addition, we also pay attention to the quality of our service, and we're always trying to improve our offerings.

Business and event travel are sectors where competition can be fierce. Is it hard to make yourself stand out?

It's certainly not easy, especially at the beginning. But we had an extraordinary opportunity: we had already attended events in many countries. Obviously, our largest market is Europe, but a significant portion of our activity is from the United States. Not only does that open doors to new perspectives, clientele and horizons, it also keeps us current on luxury tourism worldwide. We're reaping the rewards: the vast majority of people who use our services return to us the following year, asking us to organize exactly the same thing. For us, that speaks volumes about our savoir-fair and expertise.

How did you begin working with MC Plaza?

We've been a preferred partner for MC Plaza since 1992. I've personally known Cédric Moreaux for a long time. I met him long before he worked in the world of limousine services. He was one of the first people who wanted to work with us, and one of the first to have taken a chance on Dovetail Foks.



Dean Borg et Cédric Moreaux,
devant les locaux de MC Plaza

Comment est née votre collaboration avec MC Plaza ?

Nous avons un partenariat privilégié avec MC Plaza depuis 1992. Pour ma part, je connais Cédric Moreaux depuis longtemps. Je l'ai rencontré bien avant qu'il ne travaille dans l'univers de la grande remise. Il est l'une des premières personnes à avoir voulu travailler avec nous et à avoir donné une chance à Dovetail Foks.

Et avec Reed Midem ?

Depuis 1997, nous sommes les organisateurs officiels de toutes les manifestations de Reed Exhibitions sur Cannes : Midem, MipTV, Mipim, MipCom et MapiC...

And with Reed Midem?

Beginning in 1997, we were the official organizers of all Reed Exhibitions in Cannes: Midem, MipTV, Mipim, MipCom and MapiC.

Indeed, it all started because of mounting annoyances noted by attendees, who disliked the poor overall organization: late flights, mediocre hotels and such. Tired of these problems, the directors at Reed Midem called us to take over all upstream and downstream organization for the event. Since they were satisfied with our services, Reed Exhibitions naturally entrusted us with all of its Cannes events. And it's been 14 years now that our collaboration has lasted. It's a great challenge for us, and we're very proud of it!

Many events that you organize take place in Cannes. Does the film festival city maintain its lead in the luxury event market?

Of course, Cannes is a very popular event location for the whole world. Everything there is exceptional, from its climate and sun to its location between sea and mountains, to its beaches and restaurants. It's a unique location in terms of professional opportunities, when you consider all the shows and conventions that take place there during the course of a

En fait, tout est parti de nombreux désagréments constatés par les congressistes qui déplorait la mauvaise organisation ambiante : vols en retard, hôtels médiocres..., etc. Lassés par tous ces problèmes, les dirigeants du Reed Midem ont fait appel à nous pour prendre en charge toute l'organisation en amont et en aval de l'événement. Satisfait par nos prestations, Reed Exhibitions nous a tout naturellement confiés l'organisation de l'ensemble de leurs manifestations sur Cannes. Et cela fait 14 ans maintenant que la collaboration dure. C'est un beau challenge pour nous, nous en sommes fiers !

Beaucoup d'événements dont vous assurez l'organisation ont lieu à Cannes. La cité des festivals conserve-t-elle toujours une position de leader sur le marché de l'événementiel de luxe ?

Évidemment, Cannes est un haut lieu événementiel très populaire à travers le monde entier. Tout y est exceptionnel : le climat, le soleil, la situation géographique entre mer et montagne, les plages, les restaurants, C'est un endroit unique en termes d'opportunités professionnelles compte tenu de tous les salons et congrès qui s'y déroulent au fil de l'année. Forcément, les gens s'attendent à trouver ici, plus que nulle part ailleurs, le meilleur des services.

Maintenir un haut niveau de qualité de services est donc indispensable lorsque vous proposez des prestations à Cannes. C'est pour cette raison que nous nous devons d'être toujours à la pointe de l'innovation, à l'affût des nouvelles tendances. Le client ne nous le pardonnera pas. Et c'est ce que nous nous efforçons de faire au quotidien.

year. Obviously, people expect to find the best service here, more than anywhere else.

Maintaining this high level of service is key when you think about holding an event in Cannes. For this reason, we always need to be on the leading edge of innovation, on the lookout for new trends. Clients won't accept anything less. And that is what we try to do every day.



Website : <http://www.dovetailfoks.com/>
Adresse : 35 Soho Square | London | W1D 3QX
Tel: +44 20 7025 1515
Fax: +44 20 7025 1519
Email: info@dovetailfoks.com