



Declicfrance.com mise sur la destination France

Yariv Abehsera, président du groupe Travelfactory a de quoi être satisfait. Cette année, la destination France est encore plus plebiscitée par les Français, et le lancement du site Declicfrance.com arrive à point nommé.

En moins de trois mois de présence BtoC, 2800 réservations ont été enregistrées. Après un mois de mai attentiste, le trafic a augmenté en juin et les réservations de dernière minute sont nombreuses, en ce début juillet.

La formule camping, elle seule, attire 70% des internautes, et les résidences locatives en montagne près du quart. Le panier moyen s'élève à 550 euros, ce qui correspond aux objectifs fixés.

Le site revendique clairement le critère prix, soutenu par une campagne d'affichage dans le métro parisien, fin juin. De fait, les tarifs affichés sont en baisse de 25 à 30% en juillet.

À l'origine spécialisée sur le marché spécifique des étudiants, avec la marque Goldenvoyages.com, Travelfactory s'est développée sur le créneau des particuliers, avec le portail Travelski.com en 2005. Partenaire de Lastminute.com pour les produits France depuis 2008, le groupe a étoffé son panel d'offres avec plus de 1200 destinations estivales sur le territoire.

Au-delà de la fonction d'agregateur d'offres, son principe est d'acheter des allottements lorsque l'offre est tendue. C'est ainsi qu'il a investi dans 70 mobilhomes et dans deux résidences locatives à la montagne. Yariv Abehsera compte poursuivre ce type d'engagement qui lui assure une marge plus confortable.

Au total, le groupe Travelfactory emploie 40 personnes, et son chiffre d'affaires 2008/2009 (clos au 30 juin) a progressé de 50%, à 31 millions d'euros.