



## DeclicFrance.com : "les VDM représentent 75% de notre business pour l'été"

**L'interview de Yariv Abehsera, Directeur Général**

**Lancé il y a un an et demi, DeclicFrance.com, le site dédié aux offres France du groupe Travelfactory, poursuit son développement avec une croissance de 30% par rapport à 2009. Yariv Abehsera, Directeur Général, fait un point à la veille des grands départs.**

The screenshot shows the DeclicFrance.com website interface. At the top, there's a navigation bar with 'de clic France' logo and 'Les vacances en France'. Below it, there are search filters for 'Où voulez-vous partir?', 'Quand voulez-vous partir?', 'Date de Départ', 'Durée', 'Type d'hébergement', and a 'Recherchez' button. A map of France is displayed. On the right, there are several promotional boxes for different types of vacations: 'Campings' (à partir de 110 €), 'Clubs Vacances' (à partir de 124 €), 'Hôtels' (à partir de 136 €), 'Villas' (à partir de 243 €), 'Résidences' (à partir de 80 €), and 'Résidences de prestige' (à partir de 119 €). At the bottom, there's a banner for 'Les promos en folie!' with discounts of -30%, -40%, -50%, and -60%.

**TourMaG.com - Nous sommes à la veille des grands départs, est-ce que DeclicFrance.com note un engouement pour les ventes de dernière minute ?**

**Yariv Abehsera** - Les ventes de dernière minute (VDM) à J-7 et J-15 représentent 75% de notre business pour juillet et août prochains. DeclicFrance.com affiche 4 à 5 points de plus sur les VDM par rapport à 2009 pour la saison été. Nous étions aux alentours de 35 % de dernière minute, l'an dernier.

*Le phénomène s'amplifie. Nous ne sommes pas étonnés, on s'y attendait et nous étions préparés.*

**TourMaG.com - Comment expliquez-vous ce phénomène ?**

**Yariv Abehsera** - Il y a un effet Coupe du Monde d'une part. D'autre part nous avons choisi de communiquer sur ces ventes de dernière minute. Nous récoltons aussi ce que nous avons semé. Une campagne sur Interne est en cours. Elle sera complétée par une opération off line, sur les taxis parisiens, la semaine prochaine.

**TourMaG.com - Comment évolue DeclicFrance.com depuis le début de l'année ?**

**Yariv Abehsera** - Depuis le début de l'année, DeclicFrance.com est en croissance de +30% par rapport à 2009. Cette progression s'explique par deux facteurs : le site est jeune, il n'a qu'un an et demi. Deuxième facteur : nous avons beaucoup travaillé sur notre cible de clientèle et la segmentation de notre offre.

*Le développement des produits Club Vacances, avec 200 adresses, a été au cœur de notre stratégie, ainsi que la mise en avant des séjours de 15 jours, grâce à des offres spéciales et des prix intéressants.*

*Conséquence : le site affiche un meilleur de taux de transformation.*

**TourMaG.com - Quelles sont les destinations phares de l'été ?**

**Yariv Abehsera** - *La Méditerranée tire son épingle du jeu avec 20% des bookings pour l'été. Le Languedoc-Roussillon séduit particulièrement. Nous avons une production très étoffée sur cette région.*

*La montagne a également le vent en poupe chez Declicfrance.com, elle représente 35% des réservations pour juillet et août 2010. Enfin l'Atlantique, avec la Rochelle, mais aussi les campings en Vendée, est prisé.*

#### **TourMaG.com - Quels types de séjours sont plébiscités?**

**Yariv Abehsera** - *Le camping arrive incontestablement en numéro 1. Sur la dernière semaine, l'hébergement de plein air a enregistré 25% des réservations.*

*Arrive ensuite la location, puis les Clubs Vacances. Cette dernière offre est très mal connue dans l'hexagone. Mais on a su montrer que l'on était compétitif sur ce créneau en France.*

*Nous espérons que les Clubs Vacances représenteront 12% des réservations sur l'été 2010. Ce taux était de seulement 3% pour la saison estivale 2009.*

#### **TourMaG.com - Vous avez lancé en mars dernier une offre thalasso, qu'en est-il ?**

**Yariv Abehsera** - *L'offre Thalasso est effectivement une nouveauté 2010, nous sommes encore en train d'agglomérer l'offre. Mais déjà, ces produits représentent 5% des réservations.*

#### **TourMaG.com - Comment voyez-vous évoluer la destination France, sur le marché hexagonal ?**

**Yariv Abehsera** - *La destination France est abordée, en séjour marchand, comme une destination de repli. Pour un Français, partir dans l'Hexagone, c'est un peu le système "D" : on va chez les amis, parce qu'il reste quelques jours de congés...*

*Notre rôle est de faire en sorte que ce soit une vraie destination de vacances. Nous souhaitons casser l'image d'une France chère et pas toujours qualitative. On sait qu'il y a du potentiel, et que le marché répond. On en veut pour preuve, les offres 15 jours et Club Vacances tendent à progresser.*

*C'est un marché qui a besoin d'être concentré. L'offre est encore trop dispersée. L'objectif de Declicfrance.com est de proposer des vacances en France 365 jours / 365.*

**Céline Eymery**  
Vendredi 2 Juillet 2010

Source :  
<http://www.tourmag.com>