



Communiqué de presse
27 mars 2008

TRAVELFACTORY veut devenir le leader des voyages online sur la France.

Le groupe Travelfactory, spécialiste des voyages packagés, clôt la saison hivernale sur un bilan bien au dessus de ses prévisions. Pour cet été, le groupe étoffe sa production et lance une offre inédite à destination des familles. Objectif : devenir d'ici 2 ans le leader des voyages online 365/365j.

Avec 5M€ enregistrés cet hiver, TRAVELSKI.COM affiche +120% de croissance.

Plus de 25000 séjours au ski ont été vendus cette année sur le site TRAVELSKI.COM. Un succès qui s'explique en partie par la **refonte technique du site** :

- le moteur dynamique filtre en même temps la région, la destination et les disponibilités pour permettre à l'internaute d'accéder le plus rapidement à son choix final
- le calcul dynamique du devis permet à l'internaute de visualiser le prix final exact (c'est à dire tenant compte de l'âge des participants) et les économies réalisées grâce aux formules packagées.

L'autre atout 2007-2008 du site TRAVELSKI.COM est de proposer aux internautes **des packages conçus pour tous les profils de vacanciers**. Avec des formules 'all inclusive' (pack Pacha), des programmes festifs (pack Ski & Fiesta) ou des alternatives détente (pack bien-être), chacun peut se composer des vacances qui lui correspondent vraiment. Cette offre très segmentée est en outre proposée près de 25% moins cher que les prix publics. **Au total, les packages ont représenté 40% des ventes de cette saison 2007/2008.**

Dès cet été, GOLDENVOYAGES.COM lance une formule Village Vacances inédite

Pour la saison estivale 2008, Travelfactory s'appuie sur son site goldenvoyages.com. Le groupe a étoffé sa production sur la France et l'Espagne et propose tout type de séjours (hôtel, club, camping...) en bord de mer, à la montagne ou à la campagne. Le groupe a également développé une offre spécifiquement dédiée aux familles. **Inédite sur le marché du voyage en ligne, la formule Village Vacances proposées par goldenvoyages.com est l'offre la plus large et la plus étoffée disponible à ce jour sur internet.** Elle s'appuie sur des contrats d'exclusivité signés avec les principaux acteurs de ce marchés (Vacances pour tous, VVF, Pierre & Vacances, Odalys, M Vacances ...) et propose aux internautes un choix de plus de 50 destinations en villages club.

L'inventivité et l'audace, couplées à un solide outil technologique, sont au cœur de la stratégie de développement du groupe TRAVELFACTORY. Son président, Yariv Abehsera, compte bien sur ses trois points forts pour atteindre son objectif : *"Nous sommes aujourd'hui le 'poil à gratter' du voyage online. D'ici 2 ans, nous comptons bien devenir le leader de ce marché en France".*

A bon entendeur...

Contact Presse : Camille Besle

01 55 57 06 49 – cbesle@pressbook-rp.fr

sur Travelfactory :

Créée en 1999 par Yariv Abehsera, TRAVELFACTORY se positionne à l'origine sur le marché très spécifique des étudiants. Il se développe ensuite sur la cible grand public avec notamment le portail TRAVELSKI créée en 2005. Le groupe Travelfactory, qui emploie 40 personnes, a réalisé un CA 2006-2007 (clos au 30-06-07) de 13M€, soit + 11% d'augmentation par rapport à l'année précédente