

## Travelfactory signe avec Jancarthier

Le spécialiste du voyage en ligne **Travelfactory** ne joue plus seul, dans la cour des écoles. En témoignage son récent accord avec Jancarthier.

**T**ravelfactory multiplie ses pistes de développement. Depuis le printemps, ce producteur de contenu marchand alimente Lastminute.com en hébergements tricolores (hors hôtels). Son fondateur Yariv Abehsera s'ouvre désormais à la distribution traditionnelle, à travers son récent accord avec Jancarthier Voyages. « Nous voulons avoir un label multicanal, avec une existence online comme offline », explique-t-il. « Nous allons ouvrir un site BtoB où les agents Jancarthier pourront réserver. De plus, nous monterons des produits pour les points de vente, qui seront repris dans les vitrines. » Dans le même esprit, il souhaite se rapprocher d'un grand réseau d'agences, même si la France reste difficile à vendre via la distribution. Yariv Abeh-



◀ Yariv Abehsera, fondateur de Travelfactory, prévoit le doublement de son chiffre d'affaires l'an prochain.

sera planche aussi sur un portail France avec des produits montagne, mer et campagne, à l'horizon de janvier 2009. Sous une nouvelle marque. Travelfactory a fait ses classes depuis 2000 avec les étudiants, via Goldenvoyages.com. L'entreprise continue à faire voyager les jeunes, pour des week-ends d'intégration et des séjours ski par exemple, à 80 % dans les régions françaises. Travelfactory revendique 65 000 clients sur

cette niche, qui reste son fonds de commerce. Fort de cette expérience, il a séduit Lastminute.com dès 2004, avec un produit ski original : le pack des neiges, inspiré des formules tout inclus dans les Caraïbes. Dans la foulée, le groupe a lancé sa propre griffe grand public, Travelski.com. Un tel positionnement le place en (modeste) concurrent de Skihorizon, une marque plus connue des agences, avec laquelle il a tenté de travailler. « L'an passé, nous avons fait partir 10 000 clients avec Travelski, en vente directe », ajoute Yariv Abehsera. L'entreprise annonce un chiffre d'affaires de 17 M€ en 2007-2008, et prévoit le double à l'issue de l'exercice clos le 30 juin pour 2008-2009.

Cet accord permet une présence online et offline.

Linda Lainé