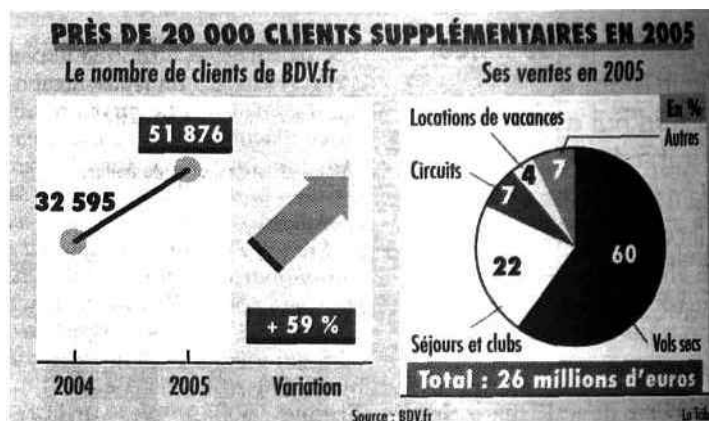


ÎLE-DE-FRANCE BDV.fr prête pour le décollage immédiat

- Cette jeune agence de voyages en ligne débusque les bonnes affaires dans la masse des promotions des tour-opérateurs.
- Elle entend multiplier par quatre ses ventes en 2006.

La France est le pays du fromage et des tour-opérateurs ! », aime plaisanter Fabrice Dariot, président et fondateur du site de ventes de voyages en ligne BDV.fr. Grâce à cette abondance de producteurs de voyages – « unique en Europe » –, ce spécialiste de la vente rapide de produits touristiques est assuré de ne jamais manquer de stocks à proposer à ses clients. L'aventure a commencé en 1997 par la création d'un site Minitel de comparaison des prix des vols secs, puis s'est poursuivie en février 2000 par le lancement du site Internet.

De fait, Fabrice Dariot avait compris tout l'intérêt de la Toile chez Fininfo, une banque de données financières. Il quitte cependant cette société pour racheter, avec Jean-François Rial et Alain Capestan, Comptoir des Déserts, un spécialiste de la randonnée. Cette société est devenue, depuis,



le groupe Voyageurs du Monde. Mais sans Fabrice Dariot, qui s'est séparé de ses deux associés pour créer BDV (Bourse des vols-Bourse des vacances).

Réactivité. Les produits proposés sur son site proviennent soit de recherches sur les bases de données professionnelles soit, pour les forfaits touristiques, d'accords avec les tour-opérateurs. « Être producteur de voyages n'est pas indispensable pour vendre en direct, il suffit d'avoir accès aux stocks », affirme Fabrice Dariot. Les voyageurs envoient tous les jours des fax aux agences de voyages traditionnelles et en ligne, pour signaler leurs promotions de dernière minute. Mais « seul Internet possède la réactivité suffisante pour mettre très vite cette offre à disposition des clients », juge le

PDG. Son savoir-faire consiste à trouver les bonnes affaires dans la masse des promotions reçues chaque jour. La taille modeste de l'entreprise (26 millions d'euros de volume d'affaires et un résultat brut de 450.000 euros en 2005) permet d'être réactif, estime son fondateur qui conserve 75 % du capital.

L'essentiel des ventes se concrétise sur un plateau téléphonique où travaillent 12 vendeurs. Une force de vente que Fabrice Dariot s'apprête à doubler. Parallèlement, il a décidé de modifier ses outils technologiques afin de « doubler la productivité de chaque vendeur ». Au total, le dirigeant annonce que son objectif en 2006 est de multiplier par quatre son volume d'affaires.

Hélène Dupuy