

FICHE D'IDENTITE

- Réf : 1786317 lor
- Classement : **BOURSE** 28385
- **ELEMENTS DE RECHERCHE :**
- **BOURSE DES VOLS** ou **BDV** : banque de données
- 3615 **BDV** ou **Bourse Des Vols**
- www.bdv.fr ou bdv.fr
- **BOURSE DES VOYAGES** ou **BDV** : centrale de réservation de voyages
- 3615 **BOURSE DES VOYAGES**
- www.bourse-des-voyages.com
- **SITE :** TourMaG.com (www.tourmag.com)
- **Référence de la page :** <http://www.tourmag.com/Bourse-des-vols-nous-voulons-insister-sur-les-departs-de-province-a14147.html?PHPSESSID=c48922facc15b315d0117481413fc904>

EXTRAIT DE CITATION

***Bourse des vols* : « nous voulons insister sur les départs de province »**

interview de Fabrice Dariot, PDG de

Le PDG de la *Bourse des vols* et de la *Bourse des voyages* commente les derniers résultats de son entreprise et dessine ses priorités pour 2006. Le site Internet *bdv.fr* salue notamment une déclinaison avec 10 mini-sites dédiés avec des départs depuis les villes de province.

La vente de vols secs représente environ 55% du volume d'activité contre 45% pour la vente de forfaits
TourMaG.com : Quels sont les résultats de l'agence Viaticum et de ses marques *Bourse des vols* et *Bourse des voyages* en 2005 ?

Fabrice Dariot : "Nous avons réalisé l'an dernier un volume d'affaires de 25 millions d'euros, contre 16 millions d'euros l'année précédente.

Le résultat brut s'est établi à 515 000 € contre 430 000 € en 2004. La vente de vols secs représente environ 55% du volume d'activité contre 45% pour la vente de forfaits.

Autres chiffres : nous avons totalisé 40000 PAX en vols secs et environ 14000 PAX en forfait."

TM.com : Quels sont vos perspectives pour 2006 ?

F.B. : "Nous tablons sur 31 millions d'euros de volumes d'affaires, avec une répartition identique à l'an dernier entre vols secs et forfaits. Les vols secs devraient représenter 19 millions d'euros de volumes d'affaires et les voyages à forfait environ 12 millions d'euros."

Tm.com - A l'heure de la commission zéro, il y a encore un avenir pour la vente de vols secs ?

F.B. : "La vente de vols secs progresse à notre corps défendant. Il est évident que nous souhaiterions réorienter nos ventes vers des produits à plus forte marge. Maintenant le volume est là et nous n'allons pas le renier. Le vol sec est une source de revenus mais, avec le tassement des marges, c'est une source de revenus fragiles.

Il faut donc voir le vol sec comme un produit d'appel, comme les bouteilles d'eau sont un produit d'appel dans les grandes surfaces. Nous espérons qu'en vendant un vol sec, nous fidéliserons le client et que nous lui vendrons d'autres produits par la suite."

Tm.com - Vous revendez les voyages de 30 TO partenaires. Etes-vous toutefois tenté de développer en complément vos propres produits, comme le font certains de vos concurrents ?

F.B. : "Non. Nous trouvons aujourd'hui assez de bons produits au bon prix chez nos partenaires TO pour ne pas nous lancer dans la production. Chacun son métier !"

Tm.com - Vous venez de lancer une déclinaison de mini-sites pour les départ de province. De quoi s'agit-il ? Pourquoi cette initiative ?

F.B. : "C'est un test que nous menons sur la saison pour mettre l'accent sur la province. Ces 10 mini-sites présentent les offres au départ de 10 grandes villes de province, dont Lyon, Marseille, Bordeaux, Nice ou Toulouse, ainsi que Bruxelles. Cela permettra des campagnes de communication dans la presse locale avec un focus sur ces offres précises."

Tm.com : Quels sont les autres chantiers de l'année ?

F.B. : "Nous souhaitons travailler sur la relation client. Le recrutement de nouveaux clients est devenu de plus en plus cher aujourd'hui et nous devons apprendre à fidéliser plutôt que conquérir. C'est le signe qu'Internet est entré dans une économie de maturité. Concrètement, cela pourrait passer par la mise en place de divers avantages. A la manière d'un Total qui communique sur le fait que l'on ne vient pas chez lui par hasard !"

Jeudi 06 Juillet 2006 - 00:38

Propos recueillis par Didier Forray - tourmag@forray.net

Lu 461 fois

DESCRIPTION DU SITE

■ DESCRIPTION DU SITE PAR LUI-MEME :

Premier portail professionnel du tourisme francophone.

DESCRIPTION DU SITE PAR L'ARGUS DE LA PRESSE

Ce site s'adresse aux professionnels du tourisme. Il diffuse des articles détaillés sur l'actualité du secteur du tourisme.

NOTATION DU SITE PAR L'ARGUS DE LA PRESSE

NOTATION GÉNÉRALE	×	×	×		
RICHESSSE DU CONTENU	×	×	×		
QUALITÉ RÉDACTIONNELLE	×	×	×		
QUALITÉ GRAPHIQUE	×	×	×		
FRÉQUENCE DES MISES À JOUR	×	×	×	×	

L'appréciation que réalise l'Argus de la Presse sur les sites qu'elle sélectionne privilégie avant tout l'information. La richesse du contenu s'apparente donc à une richesse éditoriale régulièrement renouvelée.

■ CONTACTS RELEVÉS SUR LE SITE :

Nom/Position

infos

E-mail/Page de contact

info@tourmag.com