

Cas concret

BDV.fr, le premier site de voyage géolocalisé

Grâce à un service de "proximité" basé sur la localisation géographique des internautes, Bourse des Voyages a la capacité de personnaliser toutes ses offres de voyages.

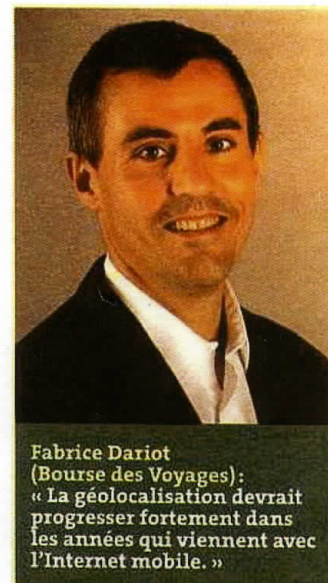
Créée en 2000, BDV (Bourse des Voyages), spécialiste du voyage dégriffé, a su résister à la bulle internet. Avec 400 000 visiteurs uniques par mois, BDV.fr figure régulièrement dans le classement de tête des sites de voyages les plus consultés. « Notre capacité à exister en tant que "poids moyen" dans un marché où émergent des "supers lourds" tient à notre mobi-

lité. Nous avons des contraintes technologiques et humaines minimales, c'est-à-dire une grande capacité à évoluer et faire évoluer notre système d'information. Ainsi, nous collons à la réalité du marché », déclare Fabrice Dariot, P-dg et fondateur de BDV. Lors de l'été 2007, BDV a procédé à une refonte complète de son portail, en y

ajoutant une fonctionnalité nouvelle: la géolocalisation des internautes. « Notre initiative se situe dans la continuité de la presse et de la radio locale, à savoir: apporter des informations en fonction du lieu d'habitation et, dans le tourisme, le lieu de départ compte autant que celui d'arrivée », précise le P-dg.

Délocalisation et Internet mobile

L'agence en ligne a donc mis en place un système de localisation de l'internaute, via son adresse IP et les



Fabrice Dariot
(Bourse des Voyages):
« La géolocalisation devrait progresser fortement dans les années qui viennent avec l'Internet mobile. »

informations achetées auprès des FAI. « Ceci étant, la technique est encore émergente. Souvent les FAI n'ont pas les bonnes adresses. Mais je reste persuadé que la géolocalisation en est encore à ses