

Rédigé par Pierre Coronas le Mardi 10 Janvier 2012

## La Bourse des Voyages a limité la "casse" et a les moyens de ses investissements en 2012

l'interview de Fabrice Dariot, PDG de Bourse des Voyages

A l'heure de la publication de ses résultats pour l'année 2011, Bourse des Voyages (BDV) se félicite d'avoir limité la baisse de son activité au maximum dans un contexte de crise plutôt difficile. Pour TourMaG.com, Fabrice Dariot, patron de cette agence pure player, revient sur les douze derniers mois et livre ses espoirs, ses craintes et sa vision du e-tourisme.

### TourMaG.com – Quel bilan faites-vous de l'activité de Bourse Des Voyages pour 2011 ?

**Fabrice Dariot** – Nous sommes plutôt contents : les résultats devraient être positifs malgré une légère baisse par rapport à 2010 (7 ou 8%).

Globalement, dans le contexte actuel, notre bilan est bon.

Nous gardons une trésorerie importante ce qui nous permet de prévoir des investissements pour 2012.

De plus, la crise a, de fait, permis de diminuer la concurrence. Ce qui nous a aidé à sortir notre épingle du jeu.

Côté clientèle, nous sommes heureux de constater que 90% de nos 400 000 inscrits à la newsletter nous ont acheté au moins deux voyages.

Et ceci n'est qu'une partie de notre activité...

Pour la suite, nous allons chercher à améliorer notre ROI et continuer à fidéliser notre clientèle en levant les obstacles pour les inciter à revenir acheter.

### TM.com – Quels sont vos espoirs et vos craintes pour 2012 ?

**F.D** – 2012 risque d'être une année économiquement difficile. Personne ne s'attend à vivre douze mois euphoriques.

D'autant plus qu'avec la hausse de la TVA, la consommation risque de chuter. Je pense que les gens qui ont les moyens continueront de voyager en 2012. En revanche, les moins fortunés partiront moins souvent ou moins loin.

Du coup, je pense que nous allons miser sur nos atouts. A savoir : notre trésorerie et un recrutement de clients qui nous coûte moins cher qu'à nos concurrents, grâce à une bonne connaissance d'Internet et un excellent référencement naturel.

Nous allons également faire en sorte d'améliorer nos offres et notre service afin d'inciter les gens à acheter plus souvent et plus régulièrement.

Et puis nous allons continuer à surveiller ce que fait la concurrence.

### La publicité est de plus en plus ciblée sur Internet

**TM.com** – Que pensez-vous de la fusion entre GoVoyages, eDreams et Opodo ?

**F.D** – A priori, il est plus facile de surveiller un seul concurrent plutôt que trois.

Surtout que, dans un premier temps, dans le cadre d'une fusion, c'est compliqué.

Donc, nous ne sommes pas vraiment inquiets pour le moment.

En revanche, nous restons vigilants, car ce nouveau groupe risque de monter en puissance, dans les années à venir.

Il pourra profiter de tarifs publicitaires plus intéressants et prendre des

