



LE SMS  
level...com\*

\*Association des vendeurs de voyages en ligne

Ce qui change avec la loi du 22 juillet 2009

Vente en ligne de vols secs : plus de responsabilité de plein droit de l'agence (mandataire), mais une responsabilité pour faute... du transporteur aérien (article L 211-17), Vente en ligne de forfaits, depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2010 : le contrat papier signé en double exemplaire peut être remplacé par un contrat électronique (article R 211-6). La règle du double-clic s'impose :

- 1. Premier clic :** Récapitulatif de la commande (détail et total) avec la possibilité de modifier et d'annuler la commande
- 2. Second clic :** Approbation
- 3. Accusé de réception :** En cas de réclamation du client, plus besoin de lettre recommandée avec demande d'avis de réception, qui est remplacée par « tout moyen permettant d'obtenir un accusé de réception ».

Anne-Sophie Poggi, avocat associé, aspoggi@derriennic.com

Notre conseil :

Modifiez vos CGV pour les rendre conformes à la nouvelle loi, en vérifiant que vous respectez bien les dispositions des articles 1369-1 à 1369-11 du Code civil qui leur sont applicables.

## Les agences en ligne revoient leur organisation

Expedia, Ebookers, Opodo et lastminute ont changé de capitaine en France. Avec, pour les deux premiers, une nouvelle organisation à la clé.

**A**u cours des dernières semaines, les agences en ligne ont renouvelé leurs têtes en France, entraînant parfois un jeu de chaise musicale. Anne-Christine Arnould a pris les rênes d'Expedia, en remplacement de Guillaume Cussac, qui est désormais à la barre d'Ebookers. Laurent Curutchet venait alors de quitter Ebookers pour prendre la direction de lastminute France. Quant à la filiale tricolore d'Opodo, elle est désormais pilotée par Maria Gavira (jusqu'alors directeur commercial), suite au départ de Petra Friedmann. Autant de changements qui s'accompagnent, parfois, de réorganisation des équipes, à l'échelle européenne.

### Nouvelles responsabilités

Ebookers a ainsi confié un plus grand nombre de pays à chacun de ses directeurs. Guillaume Cussac coiffe la France, mais aussi le



« Depuis l'été dernier, plusieurs pure players ont nommé de nouveaux directeurs pour la France. »

Royaume-Uni et l'Irlande. En plus de la Suisse, Pierre-Alain Regali hérite de l'Allemagne et de l'Autriche. Quant à Didrik Von Seth, toujours aux commandes sur la zone Suède-Danemark-Norvège, il prend aussi les manettes en Finlande et au Benelux. En complément, le site crée un pôle BtoB, dirigé par Gilles Despas. Expedia a également revu sa copie européenne. Anne-Christine Arnould gère des équipes tricolores réduites au centre d'appels et au département en charge des relations avec

les fournisseurs nationaux. Le marketing et la communication sont désormais gérés depuis Londres, par laquelle l'agence américaine a démarré dans le Vieux Continent. La capitale du Royaume-Uni abrite aussi les quartiers généraux de lastminute (où l'ex-DG France, Patrick Hoffstetter, a pris du galon). Idem pour Opodo. Mais après avoir régné en maître, le siège londonien a opéré une politique de décentralisation en 2007, pour céder une grande autonomie à chaque pays. **Linda Lainé**

## Orchestra dynamise le forfait

Le fournisseur technologique agrègera bientôt soixante tour-opérateurs, et s'attaque aux forfaits dynamiques.

**Orchestra fait le plein !** Au printemps, le fournisseur technologique aura ajouté cinq fournisseurs à son offre : Interhome, Top of Travel, Tourinter, Chez France, Camping N° 1. Sa plate-forme constituera alors un sésame à 60 producteurs, accessibles à des Selectour, Voyageprive.com, Carlson Wagonlit Voyages et autres ebookers. En parallèle, Orchestra se frotte au forfait dynamique avec Tourinter, pour étendre le concept au deuxième trimestre : ses clients distributeurs pourront eux-mêmes combiner

un forfait sans transport et un vol sec, ou un hôtel et un billet d'avion. « Nous aurons accès à des compagnies low cost courant 2010 », ajoute son président Christian Sabbagh. La force d'Orchestra ? Une base de données cohérente – comme si tous les produits provenaient d'une même source – et personnalisable. L'agence peut la paramétrer à souhait, pour promouvoir sur son site Web des week-ends depuis une ville de province par exemple.

Libre à elle, aussi, de déterminer une grille de frais de dossier par TO ou par canal. C'est donc une technologie puissante, qui justifie son prix : les distributeurs paient une licence de 50 000€, puis 1 % du montant des transactions. Les voyageurs ont un ticket d'entrée à 25 000€. « En 2009, 3 000 M€ ont été réservés via Orchestra, estime Christian Sabbagh, et ce, sur les 4 Mds€ que représente le marché des forfaits en France. » **L. L.**

### Les compagnies low cost bientôt accessibles