



LE SMS  
level...com\*

\*Association des vendeurs de voyages en ligne

**Google Cars : la plus forte sanction pécuniaire prononcée par la CNIL**

Le 17 mars, le gendarme de l'informatique et des libertés a prononcé à l'encontre de la société Google une amende de 100 000 €.

En cause : la collecte massive par le géant américain, depuis plusieurs années, de données techniques sur les réseaux Wi-Fi via ses "Google cars", aux fins d'offrir des services de géolocalisation (Google Maps, Street View et Latitude).

Google a enregistré, outre des informations techniques (identifiants SIID et adresses MAC des points d'accès Wi-Fi), de nombreuses données concernant des particuliers, identifiés ou identifiables : données de connexion à des sites Web, mots de passe de messagerie, adresses de courrier électronique, échanges de courriels révélant notamment des informations sensibles sur l'orientation sexuelle ou la santé des personnes, codes secrets bancaires... Autant d'informations collectées à l'insu des personnes concernées.

Google a décidé de contester cette sanction.

Affaire à suivre...

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

# Voyages-sncf.com roule vers le troisième milliard d'€

L'agence en ligne a réalisé des ventes de 2,8 Mds€ en 2010. Le mobile et les réseaux sociaux sont au cœur de sa stratégie de développement.

**V**oyages-sncf.com a (enfin) dressé son bilan 2010, par la voix de son directeur général, Yves Tyrode. Son volume d'affaires a augmenté de 18%, à 2,8 Mds€. Une belle progression, mais pas sur tous les fronts. Le train tient lieu de locomotive (+20% à 2,575 Mds€), alors que la partie "agence" tire la langue pour la deuxième année consécutive (-4% en 2010, à 226 M€). En 2011, la section voyage partagée avec Expedia espère retrouver des couleurs. D'autant que les ventes de forfaits redécollent depuis l'abandon de la technologie TravelTainment au profit de celle de Karavel/Promovacances. Sur 2010 toujours, le site affirme être rentable, sans chiffre à l'appui : « Nous pouvons financer notre développement sur les résultats que nous générons », assure Yves Tyrode.

**RECORD ABSOLU EN MAI**

Au seul mois de mai, Voyages-sncf.com affiche 300 M€, un record absolu, ce qui le rend



« Les réseaux sociaux sont un des leviers que VSC entend activer pour se développer. Dernière initiative en date, une nouvelle "fan page" et une application collaborative qui permet d'organiser ses voyages avec ses "amis". »

confiant sur l'exercice en cours. Seule ombre au tableau : la mise en place progressive du système de sécurisation des paiements 3D Secure, à compter du 19 juillet, pourrait perturber le rythme des commandes. L'Internet fixe génère toujours 98% des ventes. Mais Yves Tyrode a les yeux rivés vers deux leviers prometteurs : le mobile et les réseaux sociaux. Les smartphones ont représenté des ventes de 20 M€ sur les cinq pre-

miers mois de l'année (+100% versus 2010). S'agissant des réseaux sociaux, la filiale de la SNCF lance sur Facebook une nouvelle « fan page » et une application collaborative qui permet d'organiser ses voyages avec ses « amis ». Le réseau social revendique en France 20 millions d'utilisateurs, dont la moitié sur le mobile. À raison de 31 minutes « actives » par jour qu'il faut... exploiter.

Linda Lainé

# Kelkoo investit 2 M€ dans le voyage

« Aujourd'hui, les internautes nous connaissent pour le shopping, regrette Chris Nixon, le directeur général de Kelkoo Voyages pour l'Europe. Nous voulons avoir autant de notoriété, d'ici deux ans, en tant que destination de voyage ». Le défi est de taille en France, où le comparateur s'est fait distancer par des sites d'intermédiation dédiés au voyage. Mais Kelkoo s'en donne les moyens. « Nous avons investi 2 M€ dans la construction de notre nouvelle rubrique

voyage », explique Chris Nixon. Cet ancien de Travelsupermarket.co.uk fait actuellement un grand tour de piste des professionnels du voyage afin de la présenter. La nouvelle rubrique "voyage" ne fait pas que changer dans la forme (devenant bleue au passage), elle revisite aussi le fond, pour se positionner comme un guide : avec plus de contenus, de photos, des avis TripAdvisor... Son déploiement est prévu cet

été sur les différents marchés européens. Le site a déjà fait une belle avancée : depuis quelques mois, les vols secs sont affichés (par défaut) par ordre décroissant de prix, et non plus en fonction du tarif payé par le marchand. Ce que réclamaient ardemment les agences en ligne, dans l'intérêt d'un consommateur en quête d'informations non biaisées par des considérations mercantiles.

L. L.