



LE SMS
level...com*

*Association des vendeurs de voyages en ligne

Le nouveau régime de responsabilité des agences en ligne

1. Depuis la loi sur la confiance en l'économie numérique du 22 juin 2004, l'agence de voyages en ligne était responsable de plein droit lors de la vente de forfait (article L211-17 du code du tourisme). Elle l'était aussi concernant toute vente effectuée par l'intermédiaire de son site Internet (article L121-20-3 du code de la consommation).

2. La loi n° 2009-888 de développement et de modernisation des services touristiques, publiée le 22 juillet dernier :

- revient au régime antérieur, et précise que l'article 211-16 du code du tourisme ne s'applique pas aux ventes n'entrant pas dans un forfait, que le contrat ait été conclu ou non à distance. Autrement dit, pour les ventes en ligne, la responsabilité de plein droit ne concerne clairement pas la vente de vols secs.
- limite le montant des indemnités dues par l'agence en cas de vente de forfait « aux dédommagements prévus par les conventions internationales ».

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

Notre conseil :

Modifiez vos CGV pour les rendre conformes à ces nouvelles dispositions en précisant les dédommagements prévus par les conventions internationales.

Easyvoyage finance son développement européen

Le leader français de l'infomédiation dans le voyage vient de boucler un LBO (leveraged buy-out) de 31,6 M€. Objectif : monter sur le podium européen.

Easyvoyage est sorti de terre en 2000 avec un budget de 2 M€. Son premier LBO, de 9 M€ en décembre 2006, lui a permis de se développer en Europe du Sud : en France un peu plus, avec l'acquisition d'Alibabuy pour 5 M€ en 2007, mais aussi en Espagne et en Italie. Aujourd'hui, le portail éditorial veut percer deux marchés "du Nord" que sont l'Angleterre, où il est actuellement 18^e, et l'Allemagne, avec le lancement d'un point ".de" en novembre. De telles ambitions ont motivé le montage de son deuxième LBO, d'un montant record de 31,6 M€. Cette opération comprend l'apport de 21,1 M€ en fonds propres de la part du fonds d'investissement belge GIMV et d'UFG (filiale du Crédit Mutuel), ainsi qu'une dette bancaire de 10,5 M€.

INTÉGRER LE TOP 3 DES SITES D'INFOMÉDIATION

L'objectif ultime c'est d'intégrer le top 3 des sites européens d'infomédiation que domine le géant TripAdvisor. Pour ce faire, Jean-Pierre Nadir, président fondateur d'Easyvoyage, envisage une opération de croissance externe. « En 2010, nous ferons une acquisition majeure, prévoit-il. Nous avons déjà des discussions avec deux ou trois sites. » Fort de 6 millions de visiteurs uniques par mois (source Xiti), Easyvoyage générera en 2009 un chiffre d'affaires de 450 millions d'euros chez les marchands. Son chiffre d'affaires ressort à 19,3 M€ cette année (+ 19 %), pour un résultat d'exploitation avant amortissements de 4,4 M€.

Doté d'une équipe de 90 personnes, dont 20 journalistes qui testent les produits des TO, Easyvoyage se positionne comme un portail

Easyvoyage numéro 4 européen			
En millions de visiteurs uniques en août 2009			
	Site	Audience	Présence
1	TripAdvisor	11,2	Dans de nombreux pays européens
2	Zoover	2,5	Dans de nombreux pays européens
3	Holiday Check	2,5	Dans de nombreux pays européens
4	Easyvoyage	1,9	France, Espagne, Italie, Royaume-Uni
5	Routard.com	1,8	France

▲ Easyvoyage est numéro 4 en Europe et numéro 2 en France. Dans l'Hexagone, le chiffre d'affaires qu'il génère chez les marchands atteint 380 M€, contre 50 M€ pour Routard.com et 50 M€ pour L'Internaute, selon ses estimations. À noter : l'audience est mesurée par comScore, qui intègre dans ses mesures un nombre plus limité d'internautes comparé à Xiti.

éditorial doté de comparateurs. Après dix ans sur le Web, l'entreprise prépare ses services mobiles. En janvier 2010, une "météo des prix" livrera des tarifs aériens sur plusieurs destinations. Suivra, en mars, un baromètre des prix des

forfaits. Avec les smartphones, Easyvoyage veut personnaliser l'information délivrée aux mobiles (en mode push). Cette approche passe par la mise en place de "profils voyageurs", dès septembre 2010. **Linda Lainé**

L'infomédiation a trouvé son public

Il y a quelques années, les sites se positionnant comme des intermédiaires entre les marchands et les internautes laissaient sceptiques nombre d'observateurs. Aujourd'hui, force est de constater que ces sites d'infomédiation (comparateurs, portails communautaires, guides...) ont trouvé leur public. D'autant qu'ils représentent des frais de distribution réduits pour les marchands vers lesquels ils re-routent les voyageurs, selon Jean-Pierre Nadir, fondateur d'Easyvoyage : « Nous coûtons 10 % du montant des forfaits, soit deux fois moins qu'un TO traditionnel. » Selon lui, les plates-formes d'infomédiation ont désormais une audience cumulée aussi importante que

celle des marchands. Il y a deux ans, ils en représentaient la moitié. Du coup, Jean-Pierre Nadir estime qu'ils vont prendre le leadership dans les prochaines années. « Déjà, TripAdvisor a une audience supérieure à Expedia à l'échelle européenne », soit 10 millions de visiteurs uniques par mois versus 10 millions. **L.L.**

Les comparateurs incontournables

% de cyberacheteurs de voyages qui visitent des sites avant d'acheter

Portails, moteurs de recherche	44
Comparateurs	38
Fiches information produits	28
Critiques, avis d'utilisateurs	25
Sites officiels de marque	20