

LA TOULOUSE TRIBUNE

ENTREPRISES À SUIVRE

Amplitudes, le spécialiste des voyages sur-mesure prend son envol



► José Martinez, fondateur et président du groupe Amplitudes

100 M€ de chiffre d'affaires à l'horizon 2020. Pour atteindre cet objectif ambitieux, le groupe toulousain Amplitudes mise sur ce qui fait son ADN, la création de voyages sur-mesure.

Visiter les églises taillées dans la roche sous le niveau du sol en Ethiopie, découvrir les mosquées à mosaïques en Iran, arpenter la forêt amazonienne

en Colombie... Avec le tour-opérateur toulousain Amplitudes, le mot « voyage » prend bien souvent un sens différent. Et pour cause : avant de fonder le groupe en 1991, José Martinez travaillait dans le secteur du voyage d'aventure. « Lorsque je suis revenu en France, j'ai racheté une agence à Tournefeuille pour développer

des voyages sur-mesure, explique-t-il. C'était un concept très novateur, à l'époque, avec peu de concurrence. L'idée est simple : il s'agit de partir d'une feuille blanche et d'écouter les envies de nos clients. » Une recette qui fera le succès du groupe. Désormais, Amplitudes enregistre un chiffre d'affaires de 42 M€, en croissance annuelle de 12 %, et compte 75 salariés. Des collaborateurs répartis dans quatre sites : le siège du groupe à Toulouse, son agence de Tournefeuille, son call center toulousain dédié aux professionnels et son agence parisienne.

Une seconde agence à Paris ?

Et Amplitudes, qui propose actuellement 70 destinations différentes, compte poursuivre son développement sur ses trois cibles : particuliers, entreprises et groupes. « Notre objectif, ambitieux, est d'atteindre 100 millions d'euros de chiffre d'affaires à l'horizon 2020, confie José Martinez. Cela passera forcément par de la croissance externe. » Le groupe souhaite par ailleurs développer une activité de tourisme d'accueil, en organisant le séjour d'étrangers désireux de visiter la France. Et il envisage d'ouvrir une seconde agence à Paris. « Même si notre stratégie n'est pas de créer un maillage national, insiste José Martinez. Car nos clients se déplacent peu et privilégient le web. Mais Paris est un lieu emblématique. Nous avons besoin de nous y faire connaître. » ■ **Alexandre Léoty**