

Le succès d'Amplitudes, spécialiste des voyages sur mesure



José Martinez, fondateur du groupe Amplitudes (Crédits : DR)

100 millions d'euros 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. Retour sur sa stratégie.

ALEXANDRE LÉOTY



@ALeoty

Visiter les églises taillées dans la roche sous le niveau du sol en Éthiopie, 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, en qualité d'accompagnateur.

DU MÊME AUTEUR

La "nouvelle révolution industrielle" au centre du Forum de...

Pourquoi le groupe tarnais Agri investit massivement dans...

"Lorsque je suis revenu en France, j'ai racheté une agence de voyages classique à Tournefeuille, explique-t-il. Et j'ai commencé à développer des séjours sur mesure. 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. Nous cherchons toujours à imaginer des choses différentes et créatives, avec les services qui vont avec. Nous sommes sans cesse à la recherche d'idées inédites."

Regionales : retour sur une soirée de débats (très animés...

Abonnez-vous

12 % de croissance annuelle

Une recette qui fait le succès du groupe depuis près de 25 ans. Amplitudes enregistre aujourd'hui un chiffre d'affaires de 42 millions d'euros, en croissance annuelle de \downarrow et compte 75 salariés. Des collaborateurs répartis dans quatre sites : le siège du groupe à Toulouse, son agence de Tournefeuille, son centre d'appels toulousain dédié aux professionnels et son agence parisienne.

"Nous nous sommes installés dans la capitale en 2012 en rachetant une entreprise en difficulté, explique José Martinez. Puis, nous avons repris une seconde société en 2014, que nous avons installée dans les mêmes locaux."

Une seconde agence à Paris ?

Et Amplitudes, qui propose actuellement 70 destinations différentes, compte bien poursuivre son développement sur ses trois cibles : tourisme individuel, tourisme d'affaire et groupes (collectivités, "incentive" (séminaire de motivation, NDLR), associations, comités d'entreprise...).

"Notre objectif, ambitieux, est d'atteindre 100 millions d'euros de chiffre d'affaires à l'horizon 2020, annonce 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. "Sur ce marché, nous cibons prioritairement les touristes originaires des Brics (Brésil, Russie, Inde, Chine et Afrique du Sud, NDLR), précise José Martinez. Nous avons constitué notre offre et c'est notre priorité pour 2016."

Enfin, le chef d'entreprise envisage d'ouvrir une seconde agence à Paris, rive gauche.

"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."

Le groupe vise 20 % de croissance sur l'exercice en cours. ■