

www.lejournaldesentreprises.com

Pays : France

Dynamisme : 0



Page 1/3

[Visualiser l'article](#)

## Enquête Les PME toulousaines du tourisme ont su revoir leur logiciel

Si la révolution numérique a bouleversé les professionnels du tourisme, elle leur offre aujourd'hui de nouveaux leviers de développement. Meilleure gestion des réservations et des tarifs, service renforcé aux entreprises et aux particuliers, analyse des tendances : tour d'horizon des technologies qui appuient la croissance des acteurs toulousains du secteur.



Président-fondateur d' Amplitudes (140 salariés, 85 M€ de volume d'affaires en 2018), José Martinez a créé dès 2005 un portail de réservations en ligne pour ses clients professionnels. — Photo : Amplitudes

### Au menu

Mieux gérer les invendus   Personnaliser les services aux entreprises   Améliorer la relation client   Une analyse plus fine des tendances

Ces deux dernières décennies, le tourisme a été l'un des secteurs les plus bousculés par la révolution numérique. Compérateurs de prix, plateformes de réservations en ligne, sites de notation, locations entre particuliers... Les professionnels du voyage et de l'hébergement ont été confrontés à de nouveaux acteurs

www.lejournaldesentreprises.com

Pays : France

Dynamisme : 0



Page 2/3

[Visualiser l'article](#)

et à de nouvelles pratiques des consommateurs. Si on y ajoute des surcapacités chroniques et l'instabilité politique de destinations phares comme le Maghreb, c'est tout le modèle économique de la filière qui a été fragilisé. Parfois avec des impacts directs sur l'activité et l'emploi, comme l'a montré la mise en liquidation judiciaire du géant toulousain Fram fin 2015. Mais la donne a changé, et la technologie contribue désormais à redonner de la valeur aux acteurs du marché, notamment locaux.

#### Mieux gérer les invendus

Après plusieurs plans de reprise qui ont ramené ses effectifs à 250 salariés, Fram (environ 180 M€ de CA en 2018) fait du numérique l'un de ses leviers de redressement. Son actionnaire majoritaire depuis 2018, le fonds Equistone Partners, détient également le spécialiste du voyage en ligne Promovacances. Les synergies portent notamment sur les outils numériques, à commencer par le pilotage au plus près des tarifs selon le niveau des réservations, ou "yield management".

« Historiquement les gros tour-opérateurs achetaient de gros stocks de nuitée et de vols, avec le risque que les invendus rognent des marges déjà faibles, indique-t-on chez Fram. Dès l'introduction des outils de *yield management* en 2016, le taux d'invendus a été divisé par trois. » Le voyageur toulousain, qui réalise encore la majorité de ses ventes en agence, a également doté ses revendeurs de logiciels de réservation suivant la méthode du « packaging dynamique ». Enjeu : adapter les séjours au plus près des demandes des consommateurs, en ouvrant plus de choix sur les compagnies aériennes, les dates ou les activités.

#### Personnaliser les services aux entreprises

Fondé en 1991, Amplitudes (140 salariés, 85 M€ de volume d'affaires en 2018) a toujours intégré les technologies dans sa stratégie. Spécialisée dans les voyages d'affaires, l'agence toulousaine a créé dès 2008 un portail en ligne afin que les salariés des sociétés clientes puissent réserver directement leurs billets au lieu de passer en agence. « Pour les voyages simples, le e-billet et la facture dématérialisée sont émis automatiquement et le demandeur reçoit sa commande par e-mail, note [José Martinez](#), fondateur et président d'[Amplitudes](#). Avec ces outils, le volume d'affaires que traite un collaborateur a été multiplié par trois ! ».

En 2018, Amplitudes a ouvert sa "digital factory". Composée de quatre développeurs, elle va permettre à la société de concevoir sa propre plateforme – 1 M€ d'investissement – afin de personnaliser au maximum l'offre pour chaque entreprise. Sa mise en service est prévue en 2021. Après avoir lancé son nouveau site grand public en juin, l'agence travaille désormais sur le devis digital.

#### Améliorer la relation client

Depuis 2013, la start-up toulousaine Cool'n Camp (20 collaborateurs, CA 2018 : 600 000 euros) propose une application consacrée à la relation client dans les campings. Objectif : élargir le service apporté par les professionnels en facilitant l'échange avec les vacanciers à tous les stades du séjour (état des lieux, inscription aux activités, propositions ultérieures de séjours...). « L'application permet au touriste de découvrir et de réserver pour les activités disponibles au sein, mais aussi en dehors, du camping », souligne le fondateur et dirigeant Patrice Kermarrec. Dès le mois de septembre, Cool'n Camp va dupliquer son modèle économique – payant pour le professionnel, gratuit pour le voyageur – et sa démarche d'ancrage territorial avec Wine'Go. L'application d'œnotourisme permettra aux utilisateurs de trouver châteaux, domaines, bars à vins ou écoles de formation à visiter autour d'eux. Vingt clients sont déjà intéressés pour y figurer. La société a aussi prévu de s'attaquer aux marchés du gîte, du sport et de la culture.

#### Une analyse plus fine des tendances

Créé fin 2017 par deux étudiants toulousains, Flybot (5 salariés, 15 000 euros de revenus mensuels) se différencie de l'approche des comparateurs traditionnels avec son service d'assistance au voyage. Par une



[Visualiser l'article](#)

simple requête sur Facebook Messenger, les utilisateurs adressent leurs critères de voyage (dates, lieux, activités) à un robot qui leur propose plusieurs combinaisons. Avec plus de 630 000 utilisateurs, dont 75 % ont moins de 26 ans, la start-up propose aussi ses services aux professionnels du secteur (offices de tourisme, voyagistes) désireux de connaître les tendances du marché des *millennials*. « Aujourd'hui 80 % de notre business repose sur la mise en relation des particuliers avec les hôtels ou les compagnies aériennes et les commissions : nous avons pour projet de développer le segment professionnel et les études de marché », indique Thibault Descombes, PDG de Flybot.