

# e-Tourisme: Travelocity débarque en France

Le tourisme en ligne suscite bien des convoitises. Principal moteur du commerce sur Internet, ce secteur affiche des taux de croissance à deux chiffres de trimestre en trimestre. Aujourd'hui, ce canal de vente est stratégique pour les voyagistes ou les compagnies aériennes.

Le marché français, déjà composé de nombreux acteurs, assiste à l'arrivée d'un nouveau poids lourd: Odysia, filiale du numéro un américain du voyage en ligne Travelocity. L'internaute français a donc l'embaras du choix: Opodo, racheté récemment par Amadeus, ainsi que de Expedia, filiale d'un groupe américain, de Lastminute, filiale d'une société britannique, ou de Voyages-Sncf.com, partenariat entre la SNCF et Expedia. Jan Oetjen, directeur général de Travelocity France s'est refusé à toute précision sur l'investissement prévu ou les objectifs en termes de chiffre d'affaires ou de transactions, invoquant la loi américaine. Parallèlement au site internet, qui développera notamment l'outil du « packaging dynamique » avec la base de données de Sabre, neuf boutiques vont être ouvertes en France sous l'enseigne Odysia, a-t-il indiqué. L'équipe de lancement comprend 100 personnes, dont une trentaine de télévendeurs pour le centre d'appels téléphonique. Odysia sera lancé sous le même nom en Espagne et en Italie en 2005 ou 2006.