

Le Monde

Cdiscount embarque à son tour dans le secteur du voyage

La filiale de Casino lance, jeudi, sa boutique en ligne spécialisée dans le voyage en s'appuyant sur MisterFly, la plate-forme de réservation de vols et d'hébergement à bas coût.

LE MONDE | 16.05.2018 à 11h21 • Mis à jour le 16.05.2018 à 17h45 | Par Cécile Prudhomme



Un entrepôt de Cdiscount à Cestas, en Gironde, en 2012. JEAN-PIERRE MULLER / AF

Deuxième acteur du commerce en ligne en France derrière le géant américain Amazon, Cdiscount continue de diversifier son offre de services. Après l'énergie, la téléphonie mobile et le streaming vidéo et musical en ligne, l'e-commerçant du groupe Casino lance, jeudi 17 mai, sa boutique en ligne Cdiscount Voyages. Celle-ci s'appuiera sur la plate-forme de réservation de vols et d'hébergement à bas coût, MisterFly, créée en 2015 par deux anciens fondateurs de Go Voyages.

Sous la pression des consommateurs, le marché du voyage s'est fortement digitalisé ces dernières années, avec 20,1 milliards d'euros de volume d'affaires réalisé sur Internet en 2016, selon la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad). L'e-commerce captait alors 44 % du marché du tourisme, soit le taux de pénétration le plus important, devant les produits culturels (43 % du marché) et l'habillement (16 %).

Les dépenses touristiques arrivent même en troisième position (47 % des répondants) des intentions des acheteurs en ligne en 2018, selon l'enquête FEVAD/CSA de février, après l'habillement (60 %, + 3 points), et les produits culturels (52 %, + 4 points).

« Nous serons les moins chers du marché »

Comme d'autres voyagistes, Cdiscount proposera de manière permanente des vols secs et des hébergements, tous issus du moteur de recherche de MisterFly. Mais le géant du commerce en ligne espère se différencier par des ventes flash de séjours combinés (avion + hôtel), que les internautes pourront acheter pendant quelques jours. « 70 offres de séjours packagés, renouvelées chaque semaine sur 40 destinations. Le but est de surprendre les clients », détaille Emmanuel Grenier, PDG de Cdiscount.

Et de les séduire par le prix aussi. « Nous serons les moins chers du marché. Entre 10 % et 20 % moins cher », assure M. Grenier. Pour cela, Cdiscount compte sur sa puissance de négociation auprès des hôteliers grâce à ses 8,4 millions de clients et ses 20 millions de visiteurs uniques chaque mois. Mais aussi par une sélection d'hébergements « sur le segment des 3 ou 4 étoiles alors que tous nos concurrents sont sur du 5 étoiles », poursuit-il.

En matière de séjours touristiques comme dans le secteur des assurances, les tarifs des offres sont toutefois difficilement comparables entre elles (dates, prestations...). Mais MisterFly précise qu'il s'assurera d'être le moins cher en temps réel « avec des outils internes qui nous permettent de comparer avec les autres acteurs comme booking.com », indique Nicolas Brumelot, président et cofondateur de MisterFly. *Si nous ne sommes pas les moins chers, nous négocierons avec l'hôtelier ou l'offre sera retirée* ».

Changement de génération

Ces dernières années, avec l'émergence de l'économie numérique, le marché du voyage a attiré de nombreux acteurs. Essentiellement concentrée entre les mains des voyagistes, sa distribution s'est progressivement étendue aux grandes surfaces (Leclerc, Carrefour, Auchan...), puis au commerce en ligne à la fin des années 1990, avec des acteurs comme Lastminute.com ou Promovacances.com. Lidl s'est lancé en septembre 2017 dans le secteur, avec une plate-forme de réservation de voyages sur Internet. Six mois plus tard, un premier bilan faisait état de plus de 15 000 voyageurs français ayant utilisé Lidl Voyages, dont 80 % sont déjà des clients de l'enseigne de grande distribution. 70 % des ventes étaient faites par le biais du site Internet, et 30 % à partir d'un centre d'appel.

Les acteurs du Net spécialisés dans la vente événementielle, comme Vente-privee ou Showroomprive, ont également investi le créneau avec des offres promotionnelles à durée limitée. Après avoir lancé son offre de voyage en 2010, Vente-privee.com est devenu actionnaire minoritaire en 2015 de MisterFly qui lui fournit ses offres exclusives.

« Le changement de génération fait basculer le marché du voyage vers l'Internet. Les jeunes sont davantage sur les outils mobiles que sur l'ordinateur, et sont habitués aux ventes flash, ce qui est moins le cas des clients plus âgés », constate M. Grenier. Dans le Top 15 Médiamétrie//NetRatings des sites du e-commerce les plus fréquentés en France au 3^e trimestre 2017, deux sites sont spécialisés dans le tourisme : Voyages-Sncf.com en 3^e position, avec 12 266 000 visiteurs uniques moyens par mois, et Booking.com, en sixième position (11 403 000).

La distribution historique continue de souffrir. Onze agences de voyages ont été placées en redressement ou liquidation judiciaire au cours du 1^{er} trimestre 2018, selon le palmarès Altares sur les défaillances d'entreprises.

