

« Orchestra investit deux millions d'euros par an »

La plate-forme loisirs, qui permet aux distributeurs de réserver une centaine de producteurs, prend la voie du voyage à la carte, sur fond de croissance. Pourquoi et comment ? Les réponses de son PDG.



CHRISTIAN SABBAGH,
PDG D'ORCHESTRA

lechotouristique.com

► Retrouvez son parcours professionnel sur notre carnet des décideurs.

L'Écho touristique : Quel est votre volume d'affaires prévisionnel en 2014 ?

Christian Sabbagh : Nous prévoyons plus de 800 M€ cette année, contre 700 M€ en 2013. Les forfaits, plutôt stables, représentent 75 % des ventes de nos clients. L'hôtellerie sèche se développe de plus en plus. Les prépackages aussi. Il s'agit de voyages construits par des tour-opérateurs et des agences

de voyages, à partir de sources hôtelières et de transports.

Le marché est plutôt en recul. Comment expliquez-vous votre croissance ?

Grâce à la croissance de certains de nos clients, et à l'arrivée de nouveaux. Les baromètres du Snav et du Seto ne prennent pas en compte l'ensemble du marché. Le tourisme reste globalement assez stable en volume. Mais des acteurs comme Booking et easyjet, à partir desquels des professionnels créent des forfaits, sont en croissance. Un grand nombre de prépackages d'acteurs en ligne sont donc absents des données du Seto.

Pourquoi ne diffusez-vous pas un baromètre Orchestra, pour livrer une autre lecture de l'évolution du marché ?

Pourquoi pas, effectivement. C'est une idée.

Qui sont vos nouveaux clients ?

Nous avons signé avec un groupe hôtelier qui vendra des forfaits au Royaume-Uni, ainsi qu'avec le mini-réseau Voyages Rive Gauche. Les nouveaux modules que nous développons nous génèrent, aussi, un surcroît d'activité chez des clients existants.

Comment se développe Orchestra à l'international ?

Viajes Carrefour a été notre premier client, en Espagne. Notre deuxième implantation s'effectue au Royaume-Uni à travers notre nouveau client hôtelier. Notre ambition est d'ajouter quelques clients par an en France comme à l'étranger. C'est important de maintenir des ressources auprès de nos partenaires actuels.

Quel est votre résultat net ?*

Nous avons un chiffre d'affaires en hausse de 15 à 20 % par an, sur les trois dernières années, avec une prévision de 8 M€ en 2014. Par ailleurs, nous investissons 2 M€ par an, ce qui illustre notre dynamique.

Vous avez acheté cette année la solution TravelRoad, une application mobile pour concevoir du à la carte. Pourquoi ?

Nous proposons déjà la conception de sites et d'applications de forfaits classiques. Désormais, nous pouvons créer des applications de voyages à la carte. Nous répondrons ainsi à un besoin grandissant du marché, grâce au prépackaging, qui est une solution dynamique en termes de tarifs. Ils sont mis à jour en temps

réel, avec un grand nombre de produits et de départs, sans prise d'engagements.

Vous n'avez plus de discussions avec Amadeus ?

Non. La restructuration du capital opérée en 2013 nous apporte une visibilité stratégique sur plusieurs années.

PROPOS RECUEILLIS
PAR LINDA LAINÉ

* Au 31 décembre 2012, le résultat net était de 1,09 million d'euros. Les comptes de 2013 n'ont pas été déposés.

Actionnaire à 40 %

► Au cours de l'été 2013, Travelsoft, l'éditeur d'Orchestra, a changé sa composition capitalistique. Christian Sabbagh a accueilli dans son capital MBO Partenaires et il a renforcé ses propres positions dans le même temps. Le PDG détient désormais 40 % du capital, contre 23 % auparavant. Viveris Management et Stepar, qui étaient entrés au capital de Travelsoft 10 ans plus tôt, ont cédé leurs actions.