



Cela plane pour MisterFly avec un 1er exercice à... 111 millions d'euros!

L'interview de Nicolas Brumelot, co-fondateur de l'agence en ligne

Rédigé par Pierre CORONAS le Mercredi 25 Janvier 2017
Officiellement lancé en septembre 2015, MisterFly vient de boucler son premier exercice complet en 2016. L'agence de voyages en ligne réalise un volume d'affaires de 111 millions d'euros. C'est mieux que les objectifs fixés en début d'année. Et elle est ambitieuse pour l'avenir, comme nous l'explique Nicolas Brumelot, son co-fondateur. Nicolas Brumelot a fondé MisterFly avec Carlos da Silva en septembre 2015 - Photo : Alexandre Nestora
TourMaG.com - Quel bilan tirez-vous de la première année d'exercice de MisterFly? Nicolas Brumelot : Nous sommes satisfaits car nous nous étions fixé comme objectif symbolique d'atteindre un volume d'affaires (VA) de 100 millions d'euros et nous l'avons rempli avec un VA de 111 millions d'euros en 2016. La croissance de MisterFly est tirée par le BtoB avec l'ensemble des contrats que nous avons signés, et par le BtoC, au travers notamment de notre collaboration avec Vente-Privée, notre principal partenaire, qui partage notre moteur de vols et bientôt également notre moteur d'hôtels, mis en place avec HResa. En 2016, nous avons aussi grandi à l'international avec l'ouverture de notre filiale en Espagne au cours du deuxième semestre. Elle a représenté un VA de 300 000 euros environ. Mais nous sommes beaucoup plus ambitieux pour 2017. Pendant l'année à venir, nous allons procéder à 4 autres ouvertures de marchés à l'international : le Benelux, l'Allemagne, l'Italie et la Suisse, toujours en partenariat avec Vente-Privée ou ses filiales locales pour la partie BtoC. Nous avons également des ambitions en BtoB sur au moins 2 de ces 4 nouveaux marchés.
TourMaG.com - Quelle est la part du BtoB dans vos activités? N.B. : Le BtoB représente 35% de notre activité. Une part qui reste stable sur l'ensemble de l'année, ce qui montre que notre croissance est globale. Nous avons une ambition de développer désormais en BtoB nos modèles de packages mis en place avec Vente-Privée sur le BtoC. Ce sont principalement des city-breaks. Pour nous, il est important de servir tout le monde, d'apporter de la valeur à l'ensemble des canaux. Nous aimerions que tous nos segments d'activités progressent. Sans objectif particulier en termes de répartition entre le BtoC et le BtoB.
TourMaG.com - Comment les professionnels du tourisme français ont-ils accueilli votre offre BtoB? N.B. : Plutôt bien. Nos partenaires distributeurs semblent satisfaits de notre offre et la confiance qu'ils nous témoignent est bonne. Pour autant, nous comptons poursuivre nos efforts pour toucher une part encore plus importante du marché français.
TourMaG.com - Quelle est l'importance de la transparence des tarifs affichés dans votre stratégie et votre réussite? N.B. : La transparence des prix est au cœur de notre stratégie depuis le début. C'est résolument dans l'ADN de MisterFly. Nous avons analysé le marché et avons choisi de miser sur la compétitivité de notre offre tout en restant loyaux envers le client. Nous ne faisons pas de contorsions et ne le trompons pas. C'est, entre autres, pour cela que nous avons pu nouer un partenariat durable avec Vente-Privée. Pour les clients qui viennent chez nous et deviennent fidèles à MisterFly, cette transparence des prix est l'un des principaux arguments. Ils veulent payer le prix qui est affiché. C'est notre rôle de leur offrir cette assurance. Et c'est également le cas vis-à-vis de nos fournisseurs.
TourMaG.com - Avez-vous des projets de croissance externe pour MisterFly? N.B. : Nous regardons effectivement les possibilités dans différents domaines car nous avons récemment levé pas mal d'argent auprès de **Montefiore Investment** et Vente-Privée. Cela concerne des produits, des technologies ou des services que nous n'avons pas actuellement et que nous souhaiterions pouvoir intégrer. Nous sommes donc à l'écoute, oui. Mais pas sur le vol qui est notre cœur de métier. Plutôt sur des activités et des lignes de produits complémentaires.