

## Actualité Économie & Business

COULISSES

LE CHIFFRE

À L'AFFICHE

### Renault: la clause qui bloque

La recherche du successeur de Thierry Bolloré, le directeur général de Renault démis de ses fonctions le 11 octobre, approche de son dénouement. L'Italien Luca De Meo, l'actuel directeur général de Seat à Barcelone, qui a commencé sa carrière dans l'entreprise française, fait toujours figure de grand favori. Problème: son contrat inclut une clause de non-concurrence qui complique le processus de décision et pourrait retarder son arrivée. Les deux autres candidats encore en lice, Patrick Koller, le patron de l'équipementier Faurecia, et Clotilde Delobas, la remplaçante par intérim de Thierry Bolloré, peuvent donc encore croire (un peu) en leurs chances. ● R.D.

lejdd.fr  
RETROUVEZ  
TOUTE L'ACTU  
SUR NOTRE SITE

**87** C'est le pourcentage des Français estimant qu'il faut privilégier la solution d'emballage la plus écologique, comme la vaisselle recyclable, dans les boulangeries et les fast-foods, d'après un sondage réalisé par l'Ifo pour le Syndicat national de l'alimentation et de la restauration rapide. Un chiffre qui contredit le projet de loi contre le gaspillage et pour une économie circulaire débattu lundi à l'Assemblée nationale, favorable, lui, à la vaisselle réutilisable. Par ailleurs 44 % des sondés considèrent que le secteur d'activité économique à encadrer en priorité pour la transition écologique est la grande distribution, devant le transport routier (35 %) et le transport aérien (29 %). ● G.M.I.

### La France attire les touristes aisés

Selon Global Blue, société spécialisée dans la dette touristique à destination des étrangers, qui organise mercredi à Paris une conférence sur les achats de luxe, la France est la destination préférée des voyageurs internationaux à fort pouvoir d'achat. Entre octobre 2018 et septembre 2019, l'Hexagone a attiré 36 % d'entre eux, contre 31 % pour l'Italie et le Royaume-Uni. En France, cette catégorie de touristes est à 31 % d'origine chinoise. Un chiffre inférieur à la moyenne mondiale, où ils représentent 39 % des voyageurs fortunés. En moyenne, ces acheteurs internationaux dépensent 29 000 euros en France. Les produits de luxe pèsent 66 % de leurs achats, contre 45 % ailleurs. ● G.M.I.

## Le soleil en ligne, un business en or

**TOURISME** Comment deux copains de lycée ont créé Oovatu, un champion du voyage sur mesure dans les plus beaux spots de la planète

Un immeuble de bureaux sans charme de la rue de Monceau, dans l'ouest de Paris. Ce 27 novembre, il pleut des cordes à l'extérieur mais, dans les étages, on a la tête au soleil. Bienvenue chez Oovatu, un discret spécialiste du voyage sur mesure à destination des plus beaux spots de vacances de la planète. Dans un décor peu ostentatoire, des femmes, casque sur les oreilles, enchainent les conversations devant leur écran d'ordinateur. Ces conseillères sont au téléphone avec des clients qui viennent d'effectuer une demande de devis en ligne pour l'île Maurice, les Seychelles ou les Maldives. Des clients fidèles mais exigeants. Le prix moyen d'un voyage frise les 10 000 euros. Transformer le devis en vente effective demande donc un réel savoir-faire.

Les 23 vendeurs d'Oovatu engrangent chacun en moyenne 2 millions d'euros de chiffre d'affaires par an. C'est mieux que leurs concurrents en ligne, qui naviguent entre 1,2 et 1,4 million d'euros. Dans les agences traditionnelles, des scores tombent en dessous du million. Ces performances ont permis à l'entreprise de croître très rapidement ces dernières années, pour atteindre un volume d'affaires de 42 millions d'euros en 2019. Une croissance profitable puisque son résultat opérationnel s'établira entre 1 et 1,5 million d'euros, soit 15 % des commissions effectivement touchées sur les voyages commercialisés.

**Un dîner arrosé à Trouville**  
Dans ce secteur du voyage, ultra-concurrentiel et marqué au fer rouge par la récente faillite de Thomas Cook, Oovatu fait figure de success story atypique. Ses deux fondateurs récoltent les dividendes d'une aventure entrepreneuriale entamée dans les années 1980. Pierre Cosentino, 55 ans, et Stéphane Letessier, 54 ans, se sont connus en fréquentant le cours Pollés, une boîte à bac située rue du Rocher à Paris. Pendant les



Les employés de Nautil (Oovatu) en « séminaire » sur une plage de l'île Maurice, en mai.

années sida, ils ont l'idée de distribuer des pochettes d'allumettes avec des préservatifs dans les bars et les boîtes de nuit. Mais le projet capote. Pendant que Stéphane Letessier commence une carrière dans la pub, son compère, fils d'agent de voyages, choisit de suivre la filière paternelle. Il lance d'abord, avec un autre associé, Marivaux Voyages, une agence spécialisée dans la réception de touristes étrangers. Mais il quitte l'affaire pour créer en 1994 Paris Travel sur Internet, la première agence du genre. Les deux amis se retrouvent par hasard en 1998 au Central, un restaurant de Trouville, en Normandie. « J'étais venu au salon professionnel Top Rest, qui se déroulait à Deauville, se souvient Pierre Cosentino. À la troisième bouteille de vin, on s'est dit : "Pourquoi ne pas s'associer

dans un projet ?" Leur idée : louer des villas à l'île Maurice sur Internet. En 1999, ils créent donc Nautil (du nom d'un coquillage), la structure juridique à partir de laquelle ils vont créer leurs marques commerciales. Ils se lancent avec 5 000 euros et s'installent chez les parents de Pierre. Maitrisant parfaitement le référencement, ils deviennent rapidement incontournables sur la destination. Les internautes commencent à leur demander des adresses d'hôtels à Maurice. C'est le déclic. D'abord avec le label Mauritius Travel, puis en 2003 avec Oovatu, qui associe l'expression « où vas-tu ? » au double o utilisé par Yahoo et Google. Ils vendent à tour de bras des séjours aux Maldives, aux Seychelles et surtout à Maurice. La croissance est rapide. Les deux amis s'investissent dans toutes les tâches. En 2014, la barre des 15 millions d'euros de chiffre d'affaires est franchie. Avec un positionnement ultra-clair qui n'a pas changé depuis. « Nous ne sommes pas des discounters, explique Pierre Cosentino. Nous vendons du "tailor made" sur Internet et nous sommes les seuls à le faire. »

**Coachés par un prof de yoga**  
Mais la crise de croissance guette. En 2015, les deux dirigeants prennent une décision inattendue

qui va donner un second souffle à l'entreprise. Ils engagent un prof de yoga pour se faire coacher. « Au départ, nous voulions que nos salariés soient heureux », explique Pierre Cosentino. Ils apprennent à déléguer, mettent en place un comité de direction et améliorent spectaculairement la relation avec les clients. Mieux structuré, diversifié vers de nouvelles destinations, Nautil estime son plafond à 100 millions d'euros de chiffre d'affaires. Le voyageur ne manque pas d'atouts.

Le tandem de managers (Pierre Cosentino détient 52 % du capital, Stéphane Letessier, 48 %) fonctionne, ses informaticiens multiplient les développements pour améliorer le back office des vendeurs, la motivation des 45 salariés est entretenue par une rémunération élevée (jusqu'à 50 000 euros par an pour très un bon vendeur, selon Stéphane Letessier) et par des « voyages d'expérience » pour tester les destinations. En mai, tout le staff a été invité à célébrer les 20 ans de la création de Nautil à l'île Maurice. Un séjour d'une semaine all inclusive à l'hôtel La Pirogue. Délocalisée au soleil, la vente de voyages a poursuivi sa progression. Sans doute les fruits exotiques du team building. ●

RÉMY DESSARTS

## Wever optimise les trajets des salariés

**MOBILITÉ** La start-up niçoise va aider les chômeurs à accéder à des emplois

Une minute trente, c'est la durée moyenne du questionnaire en ligne que Wever adresse aux salariés des entreprises qui recherchent à optimiser leurs déplacements professionnels grâce aux nouveaux modes de transport. « À la différence des applications de transports en commun, très efficaces pour aller d'un point A à un point B, nous on cherche plutôt les solutions qui conviennent le mieux aux gens pour se déplacer comme le covoiturage ou le vélo électrique », explique Thomas Côte, fondateur de la start-up niçoise. La société est mandatée par les employeurs, qui ont l'obligation de mettre en place un plan de mobilité dès 50 salariés. Elle collecte les informations pour proposer aux utilisateurs de sa plateforme des moyens de transport alternatifs ou à mettre en place.

Le concept a tapé dans l'œil de Pôle emploi, qui vient de nouer un partenariat avec la jeune pousse. L'organisme voit dans sa capacité d'analyse un moyen de comprendre pourquoi 50 % des demandeurs d'emploi déclarent avoir refusé au moins une offre d'emploi faute de pouvoir se rendre dans l'entreprise concernée. Accompagnée par Transdev, actionnaire minoritaire de la start-up, et du Laboratoire de la mobilité inclusive, Wever devra étayer les raisons de ce constat.

**L'objectif, le particulier**  
Ensuite, elle proposera des solutions dans les bassins d'emploi étudiés afin de faciliter l'employabilité des personnes inscrites au chômage. Dès que la société aura collecté suffisamment de données, « elle regardera si la mise en place de certains moyens de locomotion convaincra des demandeurs d'emploi d'accepter plus facilement des offres », explique l'entrepreneur. Le partenariat, d'une durée d'un an, va entrer en phase d'expérimentation en Nouvelle-Aquitaine, en Île-de-France et dans les Hauts-de-France.

Wever a déjà fait bénéficier plus de 2 000 entreprises de ses services. Récompensée par plusieurs prix et forte du soutien de Transdev, la start-up envisage de lever environ 1,5 million d'euros. Elle compte ainsi accélérer son développement dans l'Hexagone. S'adressant essentiellement aux entreprises, Thomas Côte aimera, à terme, rendre ses services accessibles aux particuliers. ●

GEOFFROY MAJNONI D'INTIGNANO

42

MILLIONS D'EUROS

Le volume d'affaires généré par le groupe Nautil en 2019