

Le leader de la vente en ligne de croisières change de mains

LOISIRS

La société d'investissement Montefiore doit acquérir la majorité du capital de QCNS Cruise.

L'opérateur de croisierenet.com et de croisieres.fr veut accélérer la consolidation de son secteur.

Christophe Palierse
cpalierse@lesechos.fr

L'opération ne laissera pas indifférentes les compagnies de croisière. QCNS Cruise, le numéro un de la vente en ligne (130.000 passagers, 128 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2016), s'achemine en effet vers sa prise de contrôle par Montefiore Investment, une société d'investissement qui connaît bien le monde du voyage et du tourisme pour cheminer ou avoir accompagné quelques-unes de ses pépites, groupe Voyageurs du Monde, MisterFly, European Camping Group (ex-Homair), B&B Hôtels, Autoscape.

L'approbation des autorités encore en attente

Montefiore vient de signer un accord de reprise de cette entreprise monégasque auprès de son fondateur, Pascal Euvrard, ainsi que de fonds pilotés par Duke Street, Kings Park Capital. La société d'investissement sera « très largement majoritaire », déclare aux « Echos » son directeur général, Daniel Elalouf, qui ne dément pas une prise de participation de l'ordre de 80 %, le solde devant être aux mains du management de QCNS Cruise. La transaction attend

encore l'approbation de l'Autorité de la concurrence, où l'entreprise est probablement plus connue à travers ses sites croisierenet.com et croisieres.fr. Elle devrait être finalisée à la fin juillet, estime Daniel Elalouf.

« C'est le début d'une nouvelle aventure », commente, de son côté, le directeur général de QCNS Cruise, Pierre Pélissier, appelé à accélérer le développement de l'entreprise. « Le secteur reste fragmenté. Le digital représente 30 % de la distribution en France, où notre présence est la plus forte [50 % de la clientèle environ, NDLR] », explique Pierre Pélissier.

Selon ses dires, QCNS doit tout d'abord « renforcer » sa position sur ses principaux marchés, la France en premier lieu, mais aussi l'Espagne et l'Italie. Le distributeur en ligne, qui s'appuie aussi sur des centres d'appels en propre, doit également structurer davantage son dispositif en Amérique du Sud. QCNS, qui possède des filiales en Argentine et au Brésil, pourrait en créer au Mexique, au Chili et en Colombie, des pays où le groupe n'opère pas en direct.

Par ailleurs, l'entreprise a vocation à amplifier son européanisation : sa direction lorgne en effet les deux grands marchés européens que sont l'Allemagne et l'Angleterre. « Nous allons regarder des possibilités d'acquisition », indique à ce propos Pierre Pélissier. « Nous aurons des capitaux en cas de croissance externe significative », assure d'ores et déjà Daniel Elalouf.

Nouvelle feuille de route

Dans l'immédiat, Pierre Pélissier a déjà une nouvelle feuille de route, et ce, à périmètre comparable : le nombre de clients de QCNS doit ainsi dépasser les 200.000 passagers en 2020, précise son directeur général, son chiffre d'affaires étant alors porté à 180-190 millions



L'entreprise est plus connue à travers ses sites croisierenet.com et croisieres.fr. Photo « Les Echos »

d'euros. « Nous avons calé nos ambitions sur la croissance du marché », souligne Pierre Pélissier avant de rappeler que les capacités de transport mondiales « vont augmenter de 40 % dans les dix ans à venir ».

Un fin connaisseur du secteur observe toutefois que cette croissance à venir ne sera pas sans frictions en matière de commercialisation. Car non seulement les compagnies de croisière entendent accroître leurs ventes directes mais de nouveaux distributeurs numériques sont attendus. ■

Les chiffres clefs

1.500

DESTINATIONS sont proposées dans le catalogue de QCNS Cruise.

130.000

PASSAGERS ont voyagé avec le groupe en 2016.

marketing