

Les acteurs du voyage de luxe ont en commun l'exigence et l'exception. Un concept appelé « haute villégiature », à destination des très riches.



La démesure des voyages sur mesure

DEAUVILLE
DE NOTRE ENVOYÉE SPÉCIALE

Comme cela arrive dans le monde pensé pour les très riches – les UHNW, des personnes « d'ultra haute valeur » avec un portefeuille gros de plusieurs dizaines de millions –, assister au symposium Essence of Luxury Travel, à Deauville, est déjà un voyage en soi. Ici, pas de stand ni de brochure, dépliant ou catalogue, mais un peu plus de 300 « tailleurs de voyages sur mesure » de 60 nationalités, qui échangent expériences et cartes de visite dans le palais des congrès de la cité normande.

« Ce ne sont pas simplement des organisateurs de voyages d'exception. C'est du sur-mesure, de la haute couture, de la création. D'où le concept de haute villégiature. Ils connaissent leurs clients et modèlent leurs voyages pour en faire des souvenirs inoubliables », détaille Quentin Desurmont, créateur du réseau Traveller Made, qui regroupe depuis cinq ans ces acteurs du voyage de luxe sous un même label.

« Le luxe a changé, décrypte pour sa part Winston Chesterfield, expert britannique du secteur et directeur du cabinet de consultance Wealth-X. D'une part, le design s'est démocratisé et propagé. Ce qui va désormais faire la différence, c'est l'exclusivité, l'artisanat. D'autre part, les

réseaux sociaux ont mené les UHNW à rechercher la niche et la rareté. Il faut s'assurer qu'ils aient ensuite envie de raconter leur voyage. »

Rien n'est impossible

Atterrir avec de vieux avions sur le Malecón à Cuba, se mesurer aux meilleurs joueurs de golf du monde à Dubaï, murmurer à l'oreille de chevaux sauvages dans la pampa, approcher des gorilles au Rwanda, réserver une villa ou un yacht de grand luxe avec chef, sommelier et personnel... Rien n'est impossible pour ces voyageurs qui peuvent se payer leurs envies d'évasion d'exception, privatiser les endroits qu'ils veulent ou se donner rendez-vous en terre inconnue. Autrement dit, en anglais, *The Sky is the Limit*. Et encore, le ciel n'est plus une limite si l'on suit les ambitions de tourisme spatial d'Elon Musk.

L'imagination au pouvoir des tailleurs de voyage très haut de gamme repose à la fois sur leurs propres expériences et sur un maillage serré d'acteurs de terrain appelés DMC, dans le but de choyer les quelque 0,003 % de millionnaires et milliardaires qui peuplent la planète. D'ailleurs, ces organisateurs de l'ailleurs de rêve sont aujourd'hui considérés comme des artisans du sur-mesure. Cette année, un nouveau concept est né pour définir ces voyages premium, avec la caution

scientifique d'Anne-Flore Manman Larraufie : la haute villégiature, en français dans le texte, en référence à la haute couture/joaillerie/gastronomie/horlogerie.

En visant (très) haut, les agents de voyage d'exception se distinguent aussi de leurs concurrents en se targuant de connaître aussi bien les endroits qu'ils recommandent que les besoins spécifiques de leurs clients. « Je voyage quatre mois par an. Je connais toutes les personnes avec qui je travaille et je ne vends que les endroits où je suis allé »,

illustre Manuel Chablais, le fondateur suisse de l'agence Ailes, membre de Traveller Made.

Une dépense qui rend riche

Ce voyageur au long cours défend son expertise aussi bien que son business qui aligne les trips à 30.000 euros en moyenne : « Ce sont des chiffres impressionnants, admet-il. Mais pourquoi le seraient-ils davantage pour un voyage que pour une montre ou une voiture ? Le voyage, c'est la seule dépense qui vous rend plus riche. Cette dissolution d'argent peut paraître indécente, mais les

retombées économiques sont importantes. Nous avons aussi une responsabilité. C'est comme ça que des quotas ont été établis pour voir des gorilles au Rwanda, par exemple. Les droits d'entrée vont directement à la protection des primates. Aujourd'hui, les forêts sont protégées par des types armés. » À 1.500 dollars par jour, l'approche de ces gorilles, sans compter le déplacement et le logement, on peut raisonnablement déduire que l'activité n'est pas à portée de toutes les bourses. ■

ANNE-SOPHIE LEURQUIN

A.-S.L.

VOYAGE RESPONSABLE

« Poser son avion sur le Malecón »

« Rêvez votre voyage. Nous le réaliserons » :

c'est la promesse de l'agence bruxelloise de voyages sur mesure Quinoa, membre du réseau Traveller Made. Les voyages (appelés « créations ») garantissent à la fois de sortir des sentiers battus du tourisme de masse et de voyager responsable avec un tiers des revenus reversés à l'ASBL Great Plains Conservations. Associé à Aurélie Ferrant, avec qui il a créé Quinoa, Bruno Van Den Bossche plante d'emblée la notion de sur-mesure : « Nous nous déplaçons pour rencontrer nos clients là où ça leur convient, souvent en dehors de leurs heures de



travail, pour déterminer ensemble leurs envies de voyage. Nous sommes aussi parfois des psychologues. On essaie de comprendre ce qu'ils veulent et on anticipe. Quand on connaît bien un client, on peut prévoir des petites attentions pour lui avec un patron d'hôtel. »

L'agence, qui fête ses dix ans cette année, a pu rencontrer son public, même si Bruno Van Den Bossche concède que « des clients prêts à dépenser 10.000 euros par jour et par personne, il n'y en a pas tant, en tout cas pas sur un marché comme la Belgique ».

Pas lilliputien pour autant, avec environ 150 voyages par an, Quinoa peut revendiquer environ 3 millions de chiffre d'affaires. « L'essentiel de notre clientèle veut se faire plaisir, pas forcément avec un budget illimité, mais avec un voyage exceptionnel, que ce soit en couple, en

famille ou entre amis. »

En novembre prochain, l'agence accompagnera le Vintage Air Rallye, un tour des deux Amériques par 15 avions historiques qui survolera 19 pays, de l'extrême pointe de l'Argentine jusqu'en Floride. « Cela promet d'être un voyage exceptionnel et très varié, qui partira aussi bien à la rencontre de la tradition baroque en Bolivie que de l'élevage d'œufs d'esturgeon en Uruguay en passant par la visite de la fabrique de cigares Cortès, qui sont d'origine belge. Les avions se poseront notamment sur le Malecón à Cuba ou sur une île entre deux volcans au Nicaragua », se réjouit déjà le grand voyageur qui était déjà de la partie pour le précédent rallye aérien organisé par Sam Rutherford, en Afrique cette fois.

A.-S.L.



Ce samedi dans So Soir, un numéro spécial Hommes : des créations, des conseils, des découvertes, des suggestions... Et une interview box avec Thomas Gunzig, converti au sport le plus tendance du moment.

Se la jouer « Out of Africa » en plein milieu de nulle part, entouré des ethnies locales : un rêve accessible à certaines bourses.

© CHEMICHAM SAFARIS.

CHEZ LES PROS

Tendances et destinations

Selon Traveller Made, sept tendances actuelles définissent les envies d'évasion des clients fortunés : le voyage émotionnel (aventure privée, glamping, immersion au cœur de la nature...); le voyage expérimental (à la recherche de sensations fortes); l'intimité (qui peut se traduire par la privatisation d'une villa avec service cinq étoiles); le « slow » (voyages en train ou séjours detox) et enfin le voyage au contact de l'univers (centré sur la spiritualité et le développement personnel).

En ce qui concerne les destinations, le réseau de professionnels du voyage de luxe distingue les indémodables des tendances nouvelles. Parmi les indétronables, le Japon figure en tête du classement, suivi par les Maldives et les Etats-Unis. L'Afrique du Sud, la Nouvelle-Zélande, la France, l'Australie, l'Inde, le Chili et la Grèce complètent le top 10 des destinations les plus prisées.

Le patron de Traveller Made, Quentin Desurmont, note que la croissance a été exceptionnelle pour les membres de son réseau en 2017 et croit savoir que l'Afrique effectue son grand retour avec une hausse de deux points. Les voyages effectués par les agences du réseau confirment la donne : le Rwanda est sur la première marche du podium et le Botswana sur la troisième. Pour les professionnels que nous avons interrogés, dont les Belges de Quinoa (lire ci-dessous), rien de bien neuf : « L'Afrique a toujours eu le vent en poupe bien qu'elle soit chère à cause notamment de l'isolement des lodges », estime Bruno Van Den Bossche. Pour lui, les destinations les plus prisées aujourd'hui sont la Zambie et le Zimbabwe.