

# Le voyage sur mesure



## Une valeur sûre

Un safari à travers les lodges les plus luxueux d'Afrique ? Un vol en montgolfière, en hélicoptère, au-dessus d'une mégalopole américaine ? Un dîner aux chandelles sur une plage privatisée ? Vues et revues, ces expériences, toutes dispendieuses qu'elles soient, perdent peu à peu de leur valeur. C'est précisément ce qu'essaient de leur redonner les *travel designers* de notre ère. PAR SARAH BELMONT | PHOTOS : TRAVELLER MADE



Evgenia Komarova (Russie) et Jonas Rask (Israël).

L'ANGLICISME renvoie littéralement au dessin, dont la signification première était celle de dessin. Le bref détour étymologique est utile pour désigner – sans jeu de mots déplacé – un but, le fait d'innover et les moyens que se donnent certains créateurs de voyages pour y parvenir. Des créateurs, parfaitement ! À un certain niveau, tout se change non plus seulement en or, mais en art. Dans le monde du luxe, les voyageurs sont des artistes, au même titre que les grands couturiers et les chefs étoilés. Yves

Saint Laurent transformait des manches en ceintures. De même, l'idée d'un séjour hors du commun peut jaillir d'un simple tweet. Rendre l'implicite explicite, le voilà le défi.

Dans un marché de plus en plus exigeant, le mérite de Quentin Desurmont, président de Péplum, aura été de vouloir unir les forces de son agence à la concurrence apparente. Ainsi est née, il y a quatre ans, la communauté Traveller Made, dont le nom évoque des voyages exclusivement conçus par des voyageurs, à savoir des experts habitués au train de vie et aux envies de ceux qu'on appelle les "ultrariches". Exit la connotation industrielle de "made" ! Il n'est pas question, ici, d'une fabrique à voyages standardisés, mais plutôt d'une Factory à la Andy Warhol, où s'associent les esprits les plus inventifs.

Douze d'entre eux viennent d'être récompensés dans le cadre d'Essence of Luxury, le colloque annuel de Traveller Made qui, après deux éditions à Montreux, se tient

désormais à Deauville. Les prix embrassent cinq domaines de compétences, depuis la création de voyages sur mesure jusqu'à la connaissance du monde, en passant par la connaissance du client, la connaissance des prestataires, et la gestion de crise – car, on l'aura compris, il n'est aucun itinéraire tout tracé. C'est dans cette dernière catégorie qu'excelle par exemple la Russe Evgenia Komarova. Quant à Jonas Rask Eilersen, de chez Rask Travel, "élu le plus consciencieux par les hôtels partenaires", sa plus grande fierté est d'avoir organisé un mois entier à moto au Kirghizistan pour un de ses clients.

Fort de 270 agences membres à ce jour (133 en Europe et 137 en Amérique du Nord du Sud, Asie, en Russie, au Moyen-Orient et en Océanie), Traveller Made tisse soigneusement sa toile grâce au brio de quelques étoiles, qui en font le réseau le plus influent dans le monde du voyage de luxe.

[WWW.TRAVELLERMADE.COM](http://WWW.TRAVELLERMADE.COM)