



Velaa Private Island, aux Maldives. Depuis l'aéroport international de Malé, les touristes fortunés prennent un hydravion privé pour rejoindre leur hôtel de luxe sur cette île entourée d'eau turquoise. Une des plus chics de l'archipel.

Des vacances d'exception

Le monde sur mesure

Pour un touriste richissime, la Terre entière est tendance et le temps est un luxe. Les voyagistes créent donc des séjours rares et inoubliables. Avec un service maximal.

PAR DOMINIQUE PERRIN

Il faut se mettre à la place des enfants. Agés de 3 et 7 ans, ils sont partis en vacances avec leurs parents pour les fêtes de fin d'année. Sur place, la neige entoure le chalet perdu dans la forêt, un igloo trône dans le jardin, et le lac d'à côté s'est transformé en terrain de glisse. Mais ils ne sont ni dans les Alpes, ni dans les Vosges, ni dans les Pyrénées. Papa fait des affaires dans l'immobilier, et pas les choses à moitié. Pour leur en mettre plein les yeux, il les a emmenés en Laponie, au nord du cercle arctique, pile dans la contrée de l'homme qui fait l'actualité ce 24 décembre 2013. A l'heure dite, les enfants devinent au loin la célèbre barbe. Entouré de plusieurs rennes – des vrais, pas des peluches – et tiré par des chiens de traîneau, le Père Noël approche doucement puis distribue ses cadeaux. Quelques nains sont même de la partie. Le tableau est parfait.

« C'est un des voyages les plus poétiques que j'ai eu à organiser, se souvient Guillaume Leroy, directeur de l'agence monégasque My Luxury Travel. Il fallait que les enfants aient des étincelles dans les yeux. » Cela lui a demandé un mois entier de préparation pour peaufiner ce scénario de conte, sans oublier le chef venu de Nice, avec sa valise de couteaux et son champagne de marque.

Depuis une dizaine d'années, des petites agences françaises prospèrent en vendant à prix d'or des moments de rêve, des « voyages

Le panier moyen ? 60 000 euros pour quatre personnes pendant dix jours. Mais les montants s'envolent vite.

d'exception ». Les clients fortunés exigent des vacances sur mesure, comme ils choisiraient la maison Charvet pour se faire tailler une chemise. Afin de sortir du lot, sept de ces agences se sont regroupées, en septembre 2013, au sein d'un club, Traveller Made. Pour y adhérer, la sélection est sévère. Initiateur du projet, Quentin Desurmont, directeur de l'agence Peplum (130 clients), explique sa méthode : « Nous appelons les hôtels de luxe et les agents dits "réceptifs" – ceux qui prennent en charge les clients sur



La Laponie, en Finlande. Une famille de cinq personnes, accompagnée de deux guides privés, lors d'une excursion en traîneaux à chiens. Dans ce décor enneigé, ces clients fortunés ont demandé que l'on fasse venir le Père Noël avec ses rennes.

leurs lieux de vacances –, pour leur demander quelles sont les plus belles agences, celles qui savent gérer les grandes fortunes et sont obsédées par le service. » Le label Traveller Made compte aujourd'hui 90 agences, dans 24 pays d'Europe.

Chemise blanche avec boutons de manchette rouges, pantalon beige sur canapé assorti, Quentin Desurmont, à peine rentré du Tibet, reçoit dans les locaux de Peplum, tout près des Champs-Élysées. « Je travaille surtout pour des patrons et des propriétaires d'entreprise, explique-t-il. Des ultra high net worth individuals, avec des fortunes de plus de 30 millions de dollars net. »

Les voyageurs de Traveller Made évoquent un panier moyen de 50 000 à 70 000 euros pour une famille de quatre personnes pendant dix jours. Mais les montants s'envolent vite. Le directeur de Peplum, qui ne dédaigne pas les oligarques, se souvient d'une facture de 600 000 euros pour une famille russe séjournant quinze jours à Courchevel. D'après lui, les clients se répartissent en trois catégories. Les plus classiques possèdent une maison en Corse, une autre à Megève, et s'offrent un voyage par an, lors duquel ils profitent de superbes hôtels, comme le Cheval Blanc aux Maldives. Les plus consanguins re-

trouvent, eux, leurs pairs à Saint-Tropez ou à Saint-Barthélemy, louent une résidence à 100 000 euros la semaine ou un yacht, et prévoient une soirée pour 200 personnes. Enfin, les plus aventureux, de plus en plus nombreux, ne possèdent pas de résidence secondaire, mais prennent plaisir à faire découvrir le monde à leurs enfants, plusieurs fois par an.

« Nous avons un peu un rôle de guérisseur pour ces familles, qui vivent sur un rythme de dingue, décrypte Quentin Desurmont. Les parents travaillent beaucoup, mettent la pression sur leurs enfants pour qu'ils réussissent aussi. Nous les aidons à se ressourcer, à se retrouver. » Pour eux, « le grand luxe, c'est le temps », observe Marie-Louise Moineau, directrice de Tselana Travel. En une quinzaine de jours, ils tentent alors d'apprendre la lenteur. Et les plus doués dans le lâcher-prise découvriront peut-être ce que le journaliste Nicolas Bouvier notait dans *L'Usage du monde*, son ouvrage mythique : « Un voyage se passe de motifs. Il ne tarde pas à prouver qu'il se suffit à lui-même. On croit qu'on va faire un voyage, mais bientôt c'est le voyage qui vous fait, ou vous défait. »

Quant aux destinations à la mode, les réponses varient. La Birmanie, le Vietnam, l'Inde et le Chili, selon Exclusif Voyages; la Tanzanie ou la Namibie pour les safaris, et ►►►

Affaires privées pour le plaisir

►►► Oman, selon Peplum... En réalité, pour un touriste riche, la Terre entière est tendance. Et encore, il peut même viser au-delà. Oser l'espace. Exclusif Voyages propose de décoller dans un aéronef de luxe gonflé à l'hélium, qui s'élève à 36 kilomètres d'altitude. Sachez qu'il reste des places pour début 2016, à 110 000 euros ! Davantage que la découverte classique d'un pays, ce sont des moments singuliers que cherchent à vivre les voyageurs. Arriver à l'hôtel en parapente, découvrir des fauves africains en montgolfière ou – plus excitant encore – à cheval.

Lodge Chem Chem, en Tanzanie. Tenues par un couple franco-suisse, les huit suites de toile proposent une ambiance « savane », avec une déco mariant bois, pierre et fibres naturelles. Idéal après un safari dans le parc de Tarangire.



Le PDG du groupe immobilier Nexity, Alain Dinin, raconte ainsi un instant marquant de son voyage en Afrique du Sud, avec ses trois enfants : « Un hélicoptère est venu nous chercher à l'hôtel et nous avons survolé toute la ville du Cap. » Il n'oubliera jamais non plus ce voyage si particulier en Inde du Sud, en couple cette fois : « Nous circulions dans une toute petite voiture, nous avons dormi chez l'habitant, mangé avec des Indiens ; nous voulions être connectés avec la population. » Sans être dupe du côté marketing, il confie : « J'apprécie quand l'agence me donne l'impression que je suis unique. » Un parfait résumé des vacances sur mesure.

Les voyageurs doivent être convaincus de vivre des expériences rares, décalées, saisissantes, qu'au-

Des geishas à Kyoto, au Japon. Un après-midi à boire le thé avec une dame de compagnie racontant les petits secrets de son métier, voilà une surprise rare offerte à un couple par une agence de luxe.

cun vulgaire touriste noyé dans son guide pour routards ne pourrait même imaginer. Au Japon, un couple d'Européens a ainsi eu le plaisir de vivre une de ces précieuses journées, un moment à couler au fond de leur mémoire. Ils devaient visiter les temples de Kamakura, au bord de l'océan Pacifique, à une cinquantaine de kilomètres de Tokyo. Le Grand Bouddha de bronze – 11 mètres de sérénité dans le sens de la hauteur –, le sanctuaire avec sa vue sur la ville et les collines alentour... Dans ce site historique, parmi les plus importants du pays, le programme annoncé avait déjà tout pour plaire. Soudain, petit imprévu. Le guide les conduit vers un rendez-vous mystère, ils pénètrent dans une maison inconnue. Une femme les y attend, vêtue d'un kimono de soie : une geisha. Cette « personne pratiquant les arts » – selon la traduction littérale – vient de prendre sa retraite, et, tout en leur servant le thé, leur offre alors tout son temps pour raconter son apprentissage, son métier, ses rencontres. De l'art de la calligraphie à celui de l'ikebana – cet arrangement floral japonais –, la dame de compagnie est disposée à raconter tous ses secrets. A l'agence Safrans du monde, on adore organiser ce genre de surprises. D'autant que ces clients étaient très difficiles à

contenter. Lui avait fait fortune dans le pétrole, tous deux s'étaient offerts une multitude de voyages, dont un tour du monde en quarante jours. Impossible de les étonner avec un vulgaire entraînement de sumo. « Trop classique, assène le directeur, Guy Bigiaoui. On leur a donné accès à quelque chose de totalement inaccessible. »

Quel que soit le bout du monde choisi pour un voyage sur mesure, le service doit être à son niveau maximal : accueil VIP à la sortie de l'avion avec passage accéléré des contrôles, enregistrement à l'hôtel au nom d'« incognito » pour les plus discrets, disponibilité jour et nuit de l'agence pour répondre à la moindre requête des clients. « Des gens assez normaux », soutient un voyageur. Il y a juste celui qui exige d'être connecté à Internet dans son lodge perdu au milieu de la brousse tanzanienne, celui qui demande une grande douche dans sa chambre à cause de sa corpulence, celle qui réveille le directeur de l'agence au milieu de la nuit pour signaler un léger retard de son avion. Et puis cette vieille dame, ancienne ballerine, qui a exigé trois fois déjà une croisière dans les Caraïbes, toujours la même. Car elle trouve le commandant du bateau vraiment sur mesure. ■

