

► Mille et une façons d'explorer le monde

Expériences

À bord de trains légendaires ou secrets, au gré de croisières aux itinéraires inédits ou en s'adonnant à de longues marches, le voyage se fait découverte.

« 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 », écrit, avec l'expertise qu'on lui connaît, Nicolas Bouvier dans *l'Usage du monde*.

Avec un marché qui ne cesse de croître (*lire page 68*), des offres qui continuent de s'étoffer, le candidat au voyage est plus libre dans ses décisions qu'il ne l'était il y a dix ans.

Impossible, dans l'univers des trains de luxe ou de la croisière de prestige (*lire page 70*), de ne pas détailler les itinéraires choisis, ni de ne pas rendre compte comment ceux-ci peuvent être ajustés, quand ils ne sont pas personnalisés. À l'heure du tourisme de masse, le haut de gamme ne s'est jamais aussi bien porté, mais il doit répondre à de grandes exigences.

« Nous essayons de faire vivre une expérience à nos clients et nous croyons beaucoup à l'esprit des lieux, avec la privatisation d'un espace pour une soirée, des combinés d'itinéraires modulables »,

explique Hélion de Villeneuve, figure du tourisme français, aujourd'hui directeur du Monde à la carte, qui regroupe Secrets de Voyages et Austral Lagons. « La destination demeure privilégiée mais nous essayons de la faire vivre », insiste Martine Santos, directeur de Secrets de Voyages. Pour ses 10 ans, l'agence a, entre autres destinations, (10 itinéraires exclusifs, 180 produits dont 53 nouveautés), misé sur le Japon, en plébiscitant, parmi ses adresses à Tokyo, le Peninsula, pour sa vue imprenable sur la capitale et sa localisation face aux jardins du palais impérial.

L'archipel, symbole de raffinement, est aussi, chez Four Seasons, un incontournable de son programme Expériences extraordinaires, une nouvelle "collection" de prestations uniques, conçue exclusivement pour ses hôtels et qui atteste cette tendance de fond du secteur qui vise à "faire vivre" le voyage comme une succession d'expériences inoubliables. Le Four Seasons Hotel Tokyo de Marunouchi promet d'expérimenter d'une manière unique l'ascension du mont Fuji, avec baignades dans les sources chaudes, repas gastronomiques et accompagnement personnalisé, tandis qu'au Costa Rica, son hôtel et le Peninsula Papagayo proposent d'observer les constellations avec un encadrement avisé et des menus imaginés en collaboration avec l'astronaute

Franklin Chang-Díaz, qui a participé à 7 missions pour la Nasa.

Les séjours en *lodges* avec vol en montgolfière ont aussi le vent en poupe chez plusieurs acteurs spécialistes du séjour à la carte et des prestations sur mesure, secteur qui se porte bien.

« De l'exceptionnel, de l'original », voilà ce que promet Laurence Bihr à la tête de Luxethika, qui se positionne dans le "haut de gamme éthique" (ses partenaires sont choisis selon ce critère) et entend « concevoir des voyages qui ont du sens ». Elle constate que « la

“Le voyage est en soi insolite, chaque client cherche le dépaysement mais pas forcément le dépassement de soi.”

destination est toujours en toile de fond », parce qu'elle relève souvent d'un rêve de voyage entretenu depuis des années, ou d'un effet de médiatisation soudaine, « comme pour le Brésil, avec lequel [elle a] beaucoup travaillé ces derniers mois ». Parmi les voyages insolites, elle plébiscite instinctivement le sud du Botswana, pour l'expérience du bush que l'on peut vivre dans le Kalahari.

Également engagé dans un service haut de gamme et sur mesure, Globe secret cherche à dénicher des trésors, du Yucatán (Mexique) au Cap-Vert, avec des idées de séjour à prix serré sur l'île de Boa Vista au *Spinguera Ecolodge* (128 euros la chambre et 620 euros le vol). « Nous emmenons nos clients là où les autres ne sont pas », assure Louis Alban de Ferry, codirigeant.

« Le voyage est en soi insolite, chaque client cherche le dépaysement mais pas forcément le dépassement de soi, et encore moins des expériences spéciales », nuance Régis Nicolas, à la tête de Traveller in the World, avec sincérité.

De Moscou à Pékin, à bord du Transsibérien,
◀ sur la voie ferrée la plus longue du monde.

