

VOYAGE

UNE NOUVELLE EXPÉRIENCE DU LUXE

TRAVEL: A NEW LUXURY EXPERIENCE



© More South Africa

Dormir à la belle étoile, au cœur du Kalahari. / Afrique du Sud (1)

Avec l'arrivée du One to One (marketing personnalisé) et le boom des voyages sur Internet, exit les vacances prépackagées et place au sur-mesure. « Nos clients sont à la recherche d'expériences singulières qui correspondent à leurs goûts, leurs passions, leurs désirs et leurs contraintes. Nous nous adressons à une clientèle dont le budget moyen, pour 10 jours en long-courrier, est d'environ 80000 euros pour 5 personnes. Notre mission ? Créer des voyages à la demande, apporter sans cesse de nouvelles idées, gérer la logistique et anticiper tous les besoins », explique Quentin Desurmont, à la tête de l'agence Peplum. Pour faire face à cette nouvelle donne, cet artisan du luxe a créé Traveller Made, le premier réseau européen de créateurs

LOIN DU TOURISME DE MASSE, LES TRAVEL DESIGNERS REPOUSSENT LES FRONTIÈRES DU POSSIBLE ET RIVALISENT D'INVENTIVITÉ POUR PROPOSER DES EXPÉRIENCES TOUJOURS PLUS INCROYABLES.

de voyages personnalisés. Ce cercle très fermé compte déjà 96 membres dans toute l'Europe, dont 7 en France, parmi lesquels Peplum, Safrans du Monde, Tapis Rouge ou encore Tselana Travel... Alors que le tourisme mondial continue de se démocratiser, ces travel designers ouvrent la voie à de nouvelles tendances dictées par un constat unanime : aujourd'hui, l'expérience est aussi importante (voire plus), que la destination elle-même.

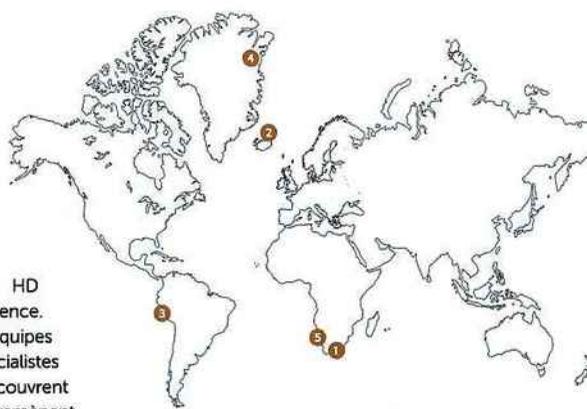
DU CONCEPT « EXPÉRIENTIEL » AU COUSU MAIN

Pique-niquer sur la Grande Muraille, visiter le MOMA en solo ou encore dîner avec un archéologue dans les ruines d'une forteresse inca... sont autant d'idées insolites proposées. Aujourd'hui, la question n'est plus de

Luxe



Campement nomade ultra-VIP. / Islande (2) ©Jon Olafur Magnússon



savoir où partir, mais pourquoi et avec qui ? Un constat qui a motivé Olivier Gasberg, créateur de la collection **Au Fur et à Mesure**, à bousculer les codes traditionnels avec son approche, non pas géographique mais « expérientielle ». C'est ce que le client souhaite vivre qui importe désormais : rendre les enfants heureux, prendre du temps pour son couple, changer ses repères... Même souci de personnalisation du côté de Continent Insolite, qui vient de lancer la dernière édition limitée de son guide du voyage sur mesure. On y découvre les destinations en vogue (Bhoutan, Oman...), des adresses ultra-confidentielles et des expériences inédites, comme assister le professeur Flip Stander, vétérinaire de renom, pour soigner les lions en Namibie, rencontrer un astronaute de la NASA à cap Canaveral, survoler en montgolfière les temples de Bagan en Birmanie ou encore découvrir Hong Kong en jonque privée. Autre grande tendance du moment : la privatisation totale... d'à peu près tout ! Des écuries privées du sultan d'Oman aux temples d'Angkor en passant par la tour Eiffel, rien n'est trop beau pour une clientèle habituée aux services ultra-VIP.

QUAND LE LUXE RENOUVE AVEC L'AVEVENTURE

Devenir le héros de son propre film d'exploration... Depuis quelques mois, l'idée séduit les mordus de sensations fortes. En partenariat avec l'agence Peplum, Somewhere Club a imaginé un concept

unique : le HD Travel Experience. Encadrés par des équipes de télévision et des spécialistes de renom, les voyageurs découvrent les régions les plus reculées et ramènent de leur périple un documentaire réalisé par les équipes d'Ushuaia Nature. Après l'exploration des fonds marins et des volcans d'Indonésie, l'expérience extrême de navigation sur le trimaran le plus rapide du monde, la 3^e édition a mis le cap sur l'Antarctique. Accompagnés de skippers expérimentés, de guides de haute montagne et du champion du monde de plongée en apnée, Frédéric Buyle, 10 chanceux ont pu plonger dans les eaux glacées aux côtés des baleines. Vous préférez jouer aux apprentis Robinson sans pour autant négliger le confort d'un 5 étoiles ? Ces dernières années, le « glamping », contraction de glamour et camping, gagne du terrain. Sur terre ou dans les airs, de luxueuses cabanes fleurissent aux quatre coins de la planète, du Kalahari au Kenya en passant par le Pérou, avec son skylodge, sorte de bulle transparente suspendue au-dessus de la montagne sacrée... Coupés du monde, en osmose avec la nature, ces campements nomades très haut de gamme marquent un véritable tournant dans la conception du voyage de luxe et prônent un retour à l'essentiel, sans ostentation. Réapprendre à profiter du silence et du temps qui passe. Et si c'était ça, le vrai luxe ?



Pour répondre aux besoins d'une clientèle en quête de simplicité, de nature et de déconnexion, une nouvelle génération d'hôtels de luxe pour cybergépendants a vu le jour, à l'image de l'hôtel Westin de Dublin. Dans le cadre du séjour Digital Detox, l'hôtel propose de mettre smartphones, ordinateurs portables et autres gadgets dans un coffre-fort en échange d'un kit de survie contenant un plan de la ville, un journal, une bougie relaxante et un jeu de société.

The latest detox A new type of luxury hotel is aiming to fulfil the needs of a clientele seeking a simple, natural way to switch off, both metaphorically and literally. The Westin Dublin Hotel, for example, offers a Digital Detox Package in which you leave smartphones, tablets and other gadgets in its safe in exchange for a survival kit that includes a walking map of the city, a (real) newspaper, a relaxing candle and a board game.



©SkyLodge

Suspendu au-dessus de la vallée sacrée, le skylodge, accessible par via ferrata, permet de passer des nuits en apesanteur. / Pérou (3)



Plongée inédite sous la banquise avec l'équipe de l'expédition Under The Pole. / Groenland (4)

Bespoke travel specialists are delving deep into their imaginations for ever more amazing experiences to feed your thrill factor.

The growth of customised services plus a booming internet travel market mean bespoke holidays are superseding the pre-packaged variety. "Our clients are looking for unusual experiences that fit with their personal tastes, passions, desires and constraints. We target a clientele whose average budget for a 10-day long-haul holiday for five people is around €80,000. Our aim is to provide individually tailored holidays, suggest new ideas, deal with logistics and anticipate requirements," explains Quentin Desurmont who runs the Peplum agency. To cope with these new demands he has set up Traveller Made, the first European network of bespoke travel operators, already with 96 members all over Europe including seven in France (Peplum, Safrans du Monde, Tapis

Rouge, Tselana Travel...). While global tourism continues its democratisation, they are premiering new trends triggered by the idea that the experience is as important as – or more than – the destination.

Concept to custom

A picnic on China's Great Wall, a private visit to New York's MOMA, dinner with an archaeologist in the ruins of an Inca fortress... the question today is no longer where to go but why and with whom. Which motivated Olivier Gasberg (Au Fur et à Mesure travel collection) to take an experience-based, rather than geography-based, approach driven by what the customer wants from their holiday: make the children happy, enjoy some couple time, discover something new... Likewise focused on personalisation, Continent Insolite has just published its latest guide to bespoke holidays, covering in-vogue destinations (Bhutan, Oman...), ultra-confidential addresses and

unprecedented experiences such as helping renowned vet Flip Stander treat Namibian lions, meeting a NASA astronaut on Cape Canaveral, floating in a balloon over Burma's Bagan temples or exploring Hong Kong by private junk. Also gaining popularity: completely private visits to... well, almost anywhere you fancy, from the Sultan of Oman's stables or the Angkor temples to the Eiffel Tower!

De-luxe adventures

Playing the explorer and having it filmed is the latest idea firing thrill-seekers' imaginations. In association with Peplum, the Somewhere Club has devised the HD Travel Experience: accompanied by experts and film crews, adventurous tourists discover far-flung corners of the globe and bring back a souvenir documentary made by Ushuaia Nature. After exploring the seabed and Indonesia's volcanoes then sailing on the world's fastest trimaran, the third HD Travel Experience took 10 lucky people off to Antarctica in January 2014, accompanied by experienced mariners, high-mountain guides and world freediving champion Frédéric Buyle; there they dived in glacial waters to swim with hump-backed whales. If playing at Robinson Crusoe in 5-star comfort is more your thing, glamping (glam camping) has become very popular in recent years, both on the ground and in the trees. Luxurious cabins are popping up all over the world, from the Kalahari and Kenya to Peru with its see-through bubble "skylodge" suspended above a sacred mountain! Away from the world with only nature for company, these upmarket camps represent a new concept in luxury holidaying and encourage us to reconnect with essentials, as in relearning to enjoy silence and time passing. Might that be the ultimate luxury, in fact?



Découverte du désert à bord d'un Cessna. / Namibie (5)

© Michael Polica

© DR