



Le voyage de luxe

La quête de l'enchantement

Le voyage de luxe devient émotionnel et sensoriel. Il renvoie au plaisir individuel en proposant des expériences nouvelles, si possible uniques



Texte : **Bernard Pichon**
Photos : **Bernard Pichon et DR**

«**Venez, je vais vous faire visiter notre bungalow le plus exclusif!**», propose ce directeur d'un quatre étoiles maldivien. Et de nous entraîner à l'extrémité d'un ponton planté sur un lagon de rêve, vert émeraude et turquoise. « Vous voyez, ici, rien ne manque. Vous avez le summum du high-tech et même un majordome à votre service 24 heures sur 24 ». Question : « Quel est le sens de tout ce superflu, sachant qu'une île perdue incarne surtout le fantasme de Robinson, une sorte de retour à la vie sauvage ? ». L'hôtelier s'énerve : « Vous n'avez rien compris au luxe contemporain. Aucun de nos hôtes n'utilise ni le jacuzzi ni les deux téléviseurs à liaison satellitaire. Mais si je ne leur propose pas ces équipements, ils iront à la concurrence ! »

L'anecdote en dit long sur le paradoxe d'un secteur écartelé entre la survivance du bling-bling et la quête d'authenticité. Comme le relève Gilles Lipovetsky (philosophe et auteur du *Luxe éternel* /Gallimard) : « Longtemps, il n'y a eu qu'un seul luxe, celui de l'ostentation et du prestige, avec des châteaux et parures qui servaient à marquer son rang. Ce luxe statutaire, inaccessible pour presque tous, existera toujours pour ceux qui veulent afficher leur réussite ». Et le sociologue Frédéric Monneyron, (auteur de *L'Imaginaire du luxe* /Imago) de nuancer : « Le luxe est un reflet des évolutions de la société, de ses désirs et ses inquiétudes. Aujourd'hui, il se déploie plutôt dans la tendance au repli sur soi ».

Un marché en plein essor

La redistribution des cartes du voyage s'est accélérée avec le développement d'internet et l'arrivée des compagnies à bas tarif. Elle laisse finalement deux options aux professionnels : s'orienter vers le voyage grande distribution ou – à l'inverse – pousser encore plus loin le service, répondant aux motivations du consommateur, aujourd'hui inscrites au registre des passions.

Cette tendance au sur-mesure stimule les voyageurs haut de gamme – qu'ils se nomment créateurs de voyages ou d'expériences





– tous spécialisés dans le produit 100 % personnalisé. Ces prestataires tiennent même salon à Cannes, Tokyo, Cape Town, Dubaï, Singapour, Mexico et Shanghai, l'ITLM (International Luxury Travel Market) réunissant palaces, croisiéristes, organisateurs de thématiques culinaires, culturelles ou patrimoniales.

Dans la foulée, le consortium Traveller Made regroupe 101 agences membres dans 24 pays européens, spécialisées dans l'ultra-luxe. Leurs clients: des particuliers multimillionnaires, pour la plupart des managers, médecins, avocats, mais aussi footballeurs ou people. On peut leur proposer un trip dans l'espace pour le simple plaisir d'échapper à la pesanteur ou un tour du monde en avion semi-privatisé.

Parallèlement, de nouveaux palaces remplacent le clinquant des ors et du marbre par un esthétisme minimaliste, néanmoins ultra sophistiqué. Ce nouveau luxe n'est plus forcément lié au prix, mais à la rareté: prendre son temps, se nourrir mieux, s'offrir des petits extras de bien-être, déguster un poisson délicieusement grillé à même la plage, contempler la voûte céleste dans le silence du désert...autant d'expériences éloignées des marques et de l'apparat, mais épanouissantes puisque choisies pour soi-même et non plus pour s'identifier à l'autre.

Rendez-vous en terre inconnue

Le voyage serait-il devenu le dernier marqueur social? On ne se distingue plus par ce que l'on possède, mais par ce que l'on a vécu d'exceptionnel.

Cette quête est addictive. Pour la satisfaire, les spécialistes désignent les chemins de traverse les plus tendance en 2018: notamment le Tchad, le nord du Brésil, les îles Féroé, le Tibet central et le Malawi. Au Cambodge, l'expansion hôtelière permettra aux voyageurs de découvrir certains sites moins connus qu'Angkor Wat. Les amoureux du Mexique sont orientés vers l'intérieur du Yucatán, où il est désormais possible de réserver un voyage en hélicoptère pour observer la migration des papillons monarques, ou survoler les ruines de Teotihuacan en ballon. En plus de leurs incontournables sites, le Pérou et la Bolivie inscrivent leurs capitales au répertoire des meilleures destinations gastronomiques. Se rendre aux antipodes n'aura jamais été aussi facile grâce aux nouvelles lignes desservant l'Australie. Il est ainsi possible de sortir des sentiers battus en Tasmanie, où éclate une sauvagerie encore indomptée, ponctuée d'espaces artistiques florissants.