



La quête de l'enchantement

TENDANCE Le voyage devient émotionnel et sensoriel. Il renvoie au plaisir individuel et propose des expériences inédites.

TEXTE BERNARD PICHON / PHOTOS BERNARD PICHON ET DR



Tahiti. Plutôt onéreuse, la Polynésie entretient le mythe du paradis terrestre.



Retraite. De luxueuses infrastructures, jusqu'au désert (ici, aux Etats-Unis).



Ferroviaire. Les trains de luxe ont leurs adeptes fortunés (ici, en Ecosse).



Exclusif. L'alternative romantique aux villes flottantes.

« Venez, je vais vous faire visiter notre bungalow le plus exclusif! » propose ce directeur d'un palace 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 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 au basique? » 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 le culte du bling-bling et la quête de naturel. 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, appa-

remment inaccessible, 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 de ses inquiétudes. Aujourd'hui, il se déploie plutôt dans la tendance au repli sur soi. »

Un marché en plein essor

La redistribution des cartes s'est accélérée avec le développement de l'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. Il s'agit dorénavant de répondre aux motivations d'un consommateur soucieux de concrétiser ses 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 Mar-

ket) 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, spécialisés 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 l'apaisement 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 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.



Yao Noi. Même la Thaïlande offre d'autres choix au tourisme de masse.

Rendez-vous en terre inconnue

A leur nouvelle clientèle assoiffée d'exceptionnel, les voyageurs énumèrent les dernières tendances 2018-2019: notamment le Tchad, le nord du Brésil, les Iles Féroé, le Tibet central et le Malawi. Au Cambodge, l'expansion hôtelière ouvre certains sites moins connus qu'Angkor Wat. Les amoureux du Mexique sont orientés vers l'intérieur du Yucatán, où il est possible de réserver un voyage en hélicoptère pour observer la migration des papillons monarches, ou survoler les ruines de Teotihuacan en ballon. 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, voire la Tasmanie, où éclate une nature encore indomptée.

PRATIQUE

→ PARTIR

Agences de luxe:
www.voyageursdumonde.ch;
www.lvcreation.fr;
www.prestige-voyage.com;
www.voyagedeluxe.com

→ NAVIGUER

La compagnie Star Clipper propose des croisières à bord de luxueux voiliers.
www.starclipper.com. Autres croisiéristes haut de gamme:
www.ponant.com
www.silversea.com

→ SÉJOURNER

Parmi les chaînes implantées autour du globe et répondant à des standards personnalisés:
www.aman.com;
www.sixsenses.com

→ VOLER

En avion semi-privatisé avec Globus voyages (circuits exclusifs tous les deux ans).
www.globusvoyages.ch

→ LIRE

City guides (Louis Vuitton)

→ INFOS

www.pichonvoyageur.ch