

RIAL

JEAN-FRANÇOIS

«VOYAGEURS
DU MONDE ?
UNE ENTREPRISE
ENGAGÉE !»

C. SPIR

World

APRÈS UN DIPLÔME OBTENU À L'INSTITUT DE STATISTIQUE DE L'UNIVERSITÉ PARIS ET UN DÉBUT DE CARRIÈRE REMARQUÉ DANS LA FINANCE, CE PASSIONNÉ DE GÉOGRAPHIE QUI, ENFANT, PASSAIT SON TEMPS À RÊVER AU-DESSUS DES ATLAS, A FINI PAR PARTIR À L'ASSAUT DU MONDE... PDG DU GROUPE **VOYAGEURS** DU MONDE DEPUIS PLUS DE VINGT ANS, JEAN-FRANÇOIS RIAL DIRIGE,

AUJOURD'HUI, UNE ENTREPRISE CITOYENNE, ENGAGÉE POUR UN TOURISME RESPONSABLE. UN CAPITALISTE ? CERTES. ATYPIQUE DANS CE MONDE ? SÛREMENT ! À TRAVERS CET ENTRETIEN, L'HOMME NOUS MONTRE SURTOUT UN VISAGE HUMAIN DONT LA PHILOSOPHIE DE VIE EST GUIDÉE PAR L'AUTHENTICITÉ ET LA CURIOSITÉ DE L'AUTRE. RENCONTRE.

En quelques mots, pouvez-vous nous présenter Voyageurs du Monde ?

Voyageurs du Monde est une agence de voyage positionnée sur le voyage sur-mesure en individuel dans tous les pays du monde. Le concept clef est que, quelle que soit la destination où vous souhaitez partir, vous avez toujours en face de vous un interlocuteur qui connaît extrêmement bien le pays visé parce qu'il y est allé plusieurs fois, y a souvent vécu.... Voilà la base de Voyageurs du Monde. Et puis, autour de cela, nous avons ajouté une offre considérable de services. On essaie de bien comprendre les attentes du voyageur, ses envies, de manière à proposer, au-delà des sites touristiques, un contenu qui lui est propre, réellement adapté.

Vous avez donc tout misé sur le service ?

Exactement ! De manière à contourner tous ceux qui voudraient faire cela en direct - et qui peuvent parfaitement le faire d'ailleurs -, sauf qu'ils n'auraient pas tous les services associés et les conseils avisés que Voyageurs du Monde apportent à chacun. La déception sur un produit aussi émotionnel que le voyage n'est tout simplement pas envisageable. Voilà pourquoi nous allons de plus en plus loin dans le contenu du service. On souhaite faciliter le confort de celui qui voyage afin qu'il se consacre à l'essentiel. D'où l'importance de définir en amont les attentes, les envies de nos clients, les profils de nos voyageurs, des plus simples aux plus compliqués. Par exemple, récemment, l'un de nos clients voulait partir en Afrique du Sud. Également passionné de politique, il a souhaité rencontrer des représentants des partis essentiels sur place. Nous lui avons donc organisé cela. Vous pouvez également avoir un concierger qui, 24h sur 24h, peut modifier vos réservations, commander une baby-sitter, etc. En somme, nous répondons à chacun de vos souhaits, les plus exigeants soient-ils et ce, même en dernière minute et à l'autre bout du monde. Concevoir un voyage unique puisque sur mesure, tel est le challenge de nos conseillers.

Ce service a un coût bien sûr...

Oui mais le prix du voyage proposé est global. Certaines options sont payantes, d'autres gratuites mais dans l'ensemble les services sont intégrés dans notre marge qui est de l'ordre de 20 à 25% en moyenne. C'est notre

valeur ajoutée, une vraie signature !

En ces temps, comment se porte le voyage ?

Le voyage se porte moyennement bien à cause de la crise économique en Europe. Il se porte encore moins bien chez les intermédiaires comme nous parce qu'une partie des clients préfèrent s'occuper eux-mêmes de leurs réservations. Mais grâce à notre positionnement très original sur les services, nous arrivons à nous maintenir et même à être en légère croissance avec en plus une expansion internationale de plus en plus forte... Il faut savoir qu'il y a quatre ou cinq ans, notre clientèle était 100% française. Aujourd'hui, 20% de notre clientèle est internationale dont la moitié se situe sur la Suisse et la Belgique. Et cela s'explique car ils trouvent chez nous, un niveau de conseil et de compétences qu'ils ne trouvent pas forcément dans leur pays.

Quelles sont les destinations qui marchent le mieux ?

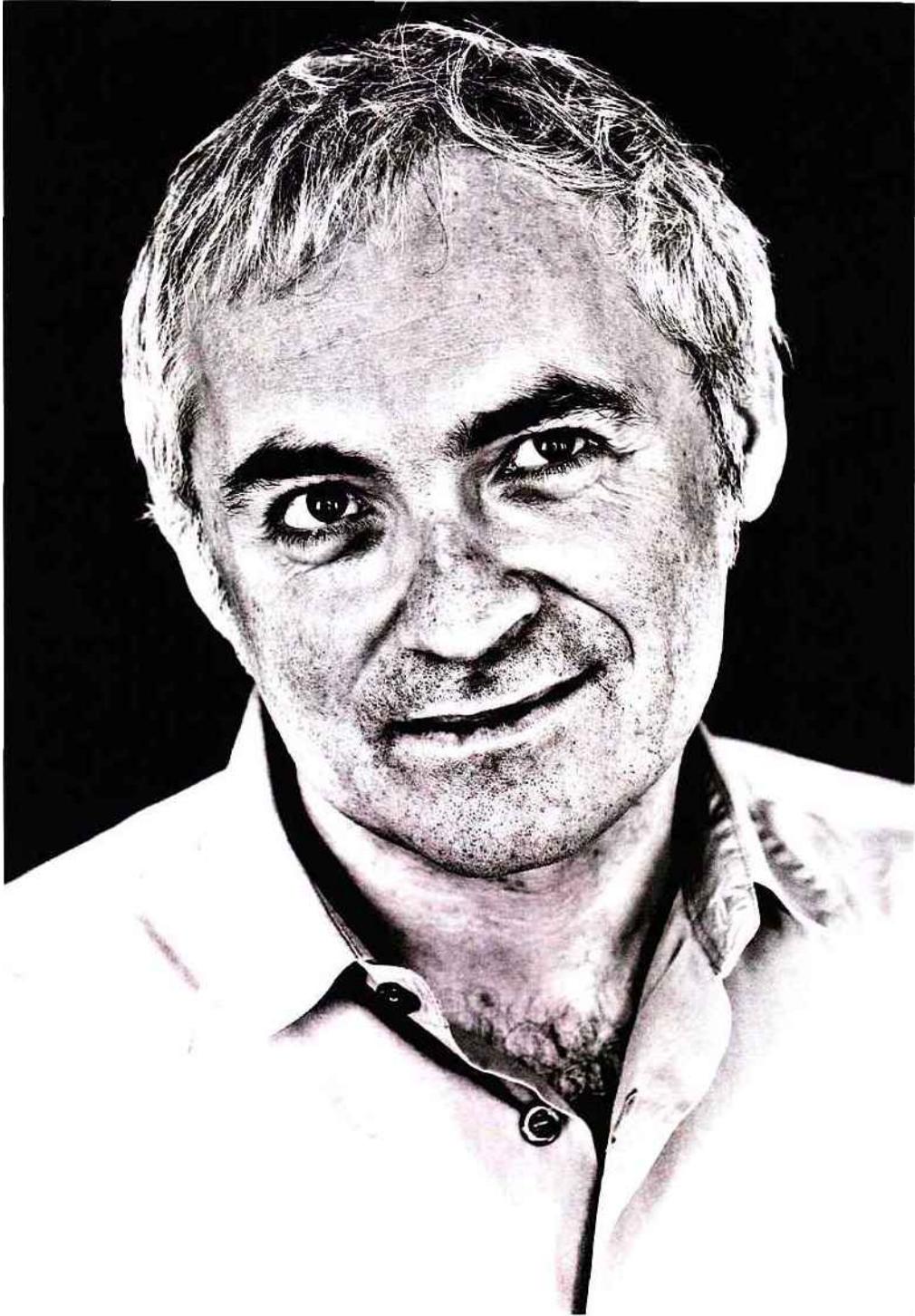
L'Afrique du Sud avec la Satyagraha House, la maison qui hébergea Gandhi dans ce pays, et que nous venons d'ailleurs de rénover. Le Brésil fonctionne bien aussi. Il en va de même pour les pays «occidentaux» comme les USA qui bénéficient très certainement du retour de manivelle des pays du Maghreb qui sont en crise, comme on le sait... Mais une exception demeure quand même dans le monde Arabe, c'est le Sultanat d'Oman.

Et celles en devenir ?

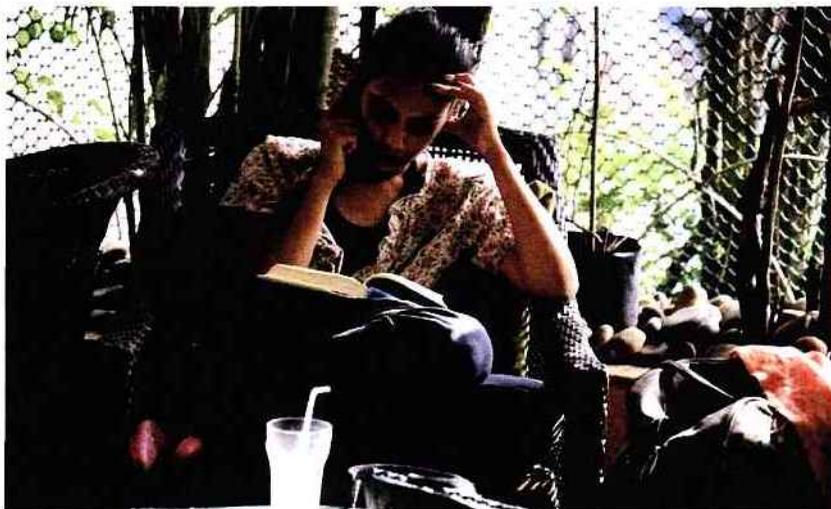
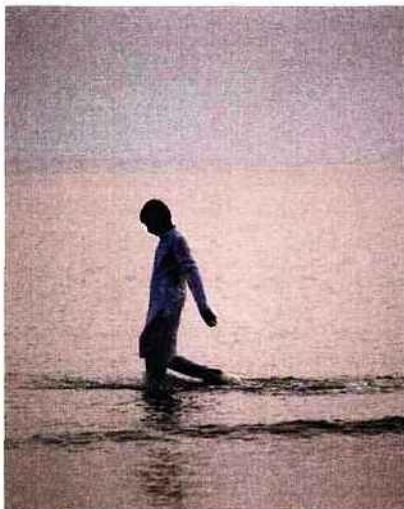
La Birmanie explose réellement. La Russie a certainement un très gros potentiel de développement en la matière. L'Inde, dans toutes ses facettes car il n'y pas que le Rajasthan. Mais aussi le Japon, autrefois confidentielle, devient une destination majeure. Ensuite, nous avons de plus petites destinations très exotiques qui se développent tels que le Panama ou le Vanuatu. Et a contrario, certaines destinations comme la Chine souffrent beaucoup. C'est un pays qui a une mauvaise image, très industrielle, polluée...

Des nouveautés prévues en 2014 ?

Honnêtement, avec 180 destinations, il n'est pas prévu d'avoir de nouveautés. Nous faisons du sur-mesure. Là où veut aller le client, nous y allons ! Par contre, il est évident que nous allons encore plus intensifier la qualité et la multiplicité de nos services.



L'Inde - un square
mémorable pour
Jean-François Rai
emprunt de spécialiste



Au cours de ses nombreux pèlerins
Jean-François Rai garde aussi
en mémoire les scènes de la nature
de l'Inde tout comme il se souviendra
de la Palestine (photo à droite).

L'an passé, vous avez créé une offre découverte couplée pour l'Israël et la Palestine... Pourquoi ?

Voyageurs du Monde n'est pas qu'une entreprise commerciale. Certes, **Voyageurs du Monde** est une entreprise cotée en bourse qui réalise un chiffre d'affaires certain, des profits, mais pas que... **Voyageurs du Monde** est aussi porteur de valeurs « universelles ». Alors bien sûr, toutes proportions gardées par rapport à notre niveau d'entreprise. On aime la diversité culturelle mondiale et malgré ce contexte difficile entre Israël et Palestine, tout ce que l'on peut faire pour favoriser la paix et la compréhension mutuelle de ces deux peuples, on le propose. Aujourd'hui, dans ces pays, ceux qui voyagent le font soit pour des raisons militantes, soit religieuses, soit ethniques. Personne ne va dans ces pays pour y faire un vrai voyage comme on peut faire au Vietnam ou au Pérou. Nous avons voulu alors montrer les facettes de ces deux pays, qui ont des différences mais finalement pas si fortes, que la paix était possible et l'harmonie souhaitable. **Voyageurs du Monde** a donc créé cette offre par militantisme. Nous avons fini par obtenir le soutien des Palestiniens et des Israéliens malgré le titre de notre brochure. Et pour ce faire, nous avons illustré notre brochure avec les photos de l'artiste JR qui, à l'époque avec son projet Face to Face, avait collé dans les rues des principales villes de ces deux pays des portraits d'Israéliens et de Palestiniens côte à côte. Ce projet militant à la base est devenu aussi un vrai projet économique puisque nous avons réussi à envoyer 500 à 600 personnes dans ces deux pays. Un bilan vraiment positif.

Voyageurs du Monde, une entreprise pas comme les autres ?

Une entreprise engagée qui voit plus large que la simple vente d'un produit. Mais notre côté militant ne s'arrête pas à cette offre Israël/Palestine. On vient de sortir une brochure sur les pays du monde arabe et au lieu de parler de voyages, on a décidé de donner la parole

à toutes les femmes qui se battent pour la démocratie dans ces pays. Elles nous ont alors parlé de leur voyage dans leur propre pays. Une manière aussi détournée qu'engagée d'aborder le sujet et montrer que l'on soutient ces femmes dans leur combat.

On parle de plus en plus de voyages responsables, équitables, solidaires... Pensez-vous réellement que la clientèle soit devenue raisonnable ?

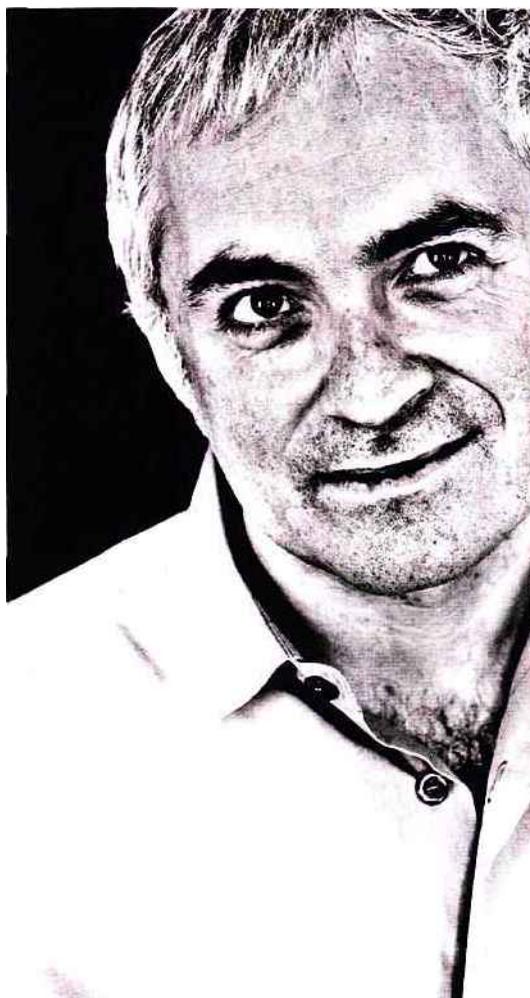
La clientèle est sensibilisée, intéressée mais ce n'est pas un élément décisif dans le choix des voyages, à mon grand regret...

En quoi devenir voyageur a-t-il changé votre manière de voyager ?

J'essaie de sortir du triptyque hôtels, musées, resto en étant dans la vraie vie d'un pays. Certes, c'est beaucoup plus facile pour moi car j'ai à la fois le regard du voyageur, et celui du travailleur. Mais concrètement, j'essaie de ne pas être dans la simple peau d'une personne qui se promène. Par exemple, au Caire, vous avez la possibilité de faire le circuit classique ou bien sortir des sentiers battus en allant dans le quartier des chiffonniers. J'opte alors pour la deuxième proposition où l'on voit des personnes qui travaillent, recyclent des choses incroyables... Une manière d'être plus intime avec les peuples que je rencontre.

Quel est votre plus beau souvenir de voyage ?

Très certainement quand je suis allé en Inde pour la première fois de ma vie. Je suis tombé dans un pays et une culture qui m'ont extrêmement touché. J'ai eu la sensation d'être en contact avec l'hindouisme profond. Mais j'ai aussi été très marqué par la beauté du Sahara, l'Égypte, les délires de la nature de l'Islande, etc. J'aime revenir dans les pays que je connais. Au lieu de les collectionner, j'aime surtout les approfondir.



AVENTURE

JEAN-FRANÇOIS RIAL, PDG DE VOYAGEURS DU MONDE

INTERROGATOIRE

PAGE 22

L'APPEL DE L'AVENTURE...

Si la fin d'année 2012 avait fait trembler des millions de personnes à travers la planète, pour cause d'Apocalypse imminente ou de fin de cycle - en la matière, les avis divergent -, celle de l'année 2013 s'annonce plus clémente. Beaucoup moins que l'hiver, je vous l'accorde. Mais Noël oblige, pour la plupart d'entre nous, l'actualité, c'est avant tout la course aux cadeaux. Une (belle) occasion qui nous pousse - ou contraint parfois - à faire plaisir à ceux qui nous entourent.

En manque d'inspiration ? Nos pages cadeaux, elles-mêmes conçues comme un cadeau, auront le mérite, à coup sûr, de faire partie des « hits » de votre hotte. Du numérique aux spiritueux en passant par le design ou la culture, les geeks, chasseurs d'images, globe-trotteurs et autres surfeurs émérites trouveront matière à dépenser.

Et puis, durant cette période, même si le ciel a décidé de rester figé sur le gris, c'est souvent l'occasion (aussi) de faire une pause, de retrouver sa famille et/ou ses amis pour un débrief des galères et des meilleurs

fous rires de l'année écoulée. Ou encore l'occasion de partir à l'aventure ! Jean-François Rial, PDG de **Voyageurs du Monde**, notre invité (cf. page 22), ne dira pas le contraire, lui qui à vingt ans, partait seul en Chine et à vingt-cinq, décidait de plaquer sa brillante carrière financière pour reprendre, grâce à ses quelques économies, une société alors en difficulté, **Voyageurs du Monde**.

Mais ne vous fiez pas aux apparences, l'aventure ne se trouve pas forcément à l'autre bout du monde. Elle peut, par exemple, tout simplement se nicher dans ces pages. La piste aux Étoiles dans le domaine des 3 Vallées, le ski-dôme de Stockholm, la construction du robot MINDSTORMS EV3, signé Lego, ou encore l'échappée belle à Reims... le programme est vaste.

Ainsi, à nos lecteurs légitimement exigeants, une fois encore, ce numéro offre la preuve qu'un journal rigoureusement conçu, et aussi bien inspiré, peut se réinventer, surprendre, séduire, faire rêver. Augurer de joyeuses fêtes. Et de réjouissants lendemains.

Caroline Spir