

# Tour. hebdo

www.pros-du-tourisme.com

Le magazine des professionnels du tourisme

## Réservations

# Encore un été pourri ?

SELON LE SNAV ET LE CETO, LA SAISON S'ANNONCE UNE FOIS DE PLUS SOUS LE SIGNE DE LA DERNIÈRE MINUTE. À QUELQUES JOURS DES GRANDS DÉPARTS, TOUR HEBDO PASSE EN REVUE LES PERFORMANCES DES PRINCIPALES DESTINATIONS...

www.pros-du-tourisme.com

### Mieux vendre

#### L'Ouest de l'Islande

Un tempérament volcanique



### Décryptage

Manor dresse le bilan de l'activité 2011

### Interview

Jean-Paul Chantraine, le Pdg d'Asia, se prête au jeu des mots clés

### Dernières tendances

Quand l'atelier créatif part en voyage

TOUR-operating

# Secret Planet met du piment dans l'aventure

► A TRAVERS LA CREATION D'UNE NOUVELLE MARQUE, EXPEDITIONS UNLIMITED, ET LE RACHAT DE DEUX TO SPECIALISES, L'ENTREPRISE SECRET PLANET ENTEND S'IMPOSER COMME UN ACTEUR INNOVANT DU VOYAGE D'AVENTURE.

Comme beaucoup d'autres avant lui, Éric Bonnem arrive dans la profession du voyage par passion. Mais avec une stratégie mûrement réfléchie, et après une carrière déjà bien remplie. Le projet Secret Planet germe en septembre 2010 et se transforme en entreprise au printemps suivant.

À l'origine, Éric Bonnem tient surtout à construire une gamme de voyages hors du commun, dans des environnements extrêmes. Des itinéraires guidés par des explorateurs qui, loin d'être une sinécure pour les participants, redonnent au mot «aventure» un sens fort. Il crée la marque Expeditions Unlimited, dont les périples exigent une sérieuse volonté de dépassement de soi, et un engagement physique certain. Qu'il s'agisse de rallier le pôle Sud en kite-ski dans le cadre d'un circuit de

21 jours, de traverser l'Atlantique en voilier de course en 32 jours, ou de s'immerger dans les entrailles de la Terre au Mexique, façon spéléo. Conscient qu'il s'agit là d'une niche pointue, longue à installer, Éric Bonnem explore parallèlement la voie de la croissance externe. «Je voulais construire un ensemble cohérent, atteindre une taille critique dans des délais relativement courts», explique-t-il. Il établit une short list de cinq ou six voyageurs qu'il affectionne particulièrement et prend contact.

## La tradition des grandes caravanes

En 2011, il signe avec Philippe Marais, fondateur du TO Saïga très orienté vers la préservation de la nature. En mars 2012, il convainc Jacques Chatelet de lui céder son TO **Tamera** qui propose de parcourir la planète,

## Bio en bref

© DR



Diplômé de l'ESCP Europe, Éric Bonnem, 44 ans aujourd'hui, a commencé sa carrière dans le cabinet de conseil en stratégie Stratorg et évolué ensuite dans l'entreprise Mersen (composants électroniques). En 2005, il devient Dg de Kenzo Takada, avant de prendre la direction de la marque de surf Oxbow. Lorsqu'il quitte Oxbow, il embarque pour une transatlantique en double sur un voilier de 6,50 m. Au retour, il décide de créer une entreprise conforme à sa passion du voyage, lui qui a sillonné les quatre continents avec les moyens de locomotion les plus «verts», mais peut aussi piloter un avion privé ou un hélicoptère. En 2003 déjà, il avait créé une association «Rêves et exploration» sur le registre des expéditions.



Secret Planet propose des aventures originales dans des environnements parfois extrêmes, mais pour Éric Bonnem, «la rencontre humaine est toujours au cœur de l'aventure».

souvent à pied, à la rencontre des peuples du monde, et ose perpétuer la tradition des grandes caravanes, avec des traversées de l'Asie en 150 jours... Ainsi constitué, Secret Planet pèse environ 2,7 M€ de chiffre d'affaires, avec une équipe de huit salariés regroupés à Lyon. Tamera attire un millier de clients annuels sur 300 programmes, Saïga assure 200 départs avec une quinzaine de circuits. Expeditions Unlimited parie sur 50 départs par an, avec des budgets de 6 000 à 40 000 € par personne hors aérien. Éric Bonnem préservera l'identité de chaque marque. «Dans notre domaine, la fidélité des clients à un opérateur est forte. Il faut respecter cela. C'est d'ailleurs une des raisons qui m'a poussé à explorer la voie de la croissance externe. On ne peut pas débarquer en

prétendant piquer la clientèle des autres». Cherchera-t-il à intégrer d'autres producteurs? «Ce n'est pas exclu. J'ai déjà fait le tour des acteurs français, mais un étranger pourrait m'intéresser. Cela dit, il y a beaucoup moins de voyageurs aventure à l'étranger que chez nous. Dans les années 80, la France a vu naître un vivier remarquable de spécialistes du trek, parce qu'elle est proche du Sahara et richement pourvue en montagnes». Depuis, le marché s'est fortement concentré autour de trois acteurs: Allibert, les groupes Voyageurs du Monde et Geophyle. «Parallèlement, les productions ont eu tendance à se banaliser, estime Éric Bonnem. Des TO qui m'enthousiasmaient dans les années 80 ne me font plus rêver. C'est aussi ce qui m'a amené à créer Secret Planet». ■

C. Chérigny