

Bilan

LA RÉFÉRENCE SUISSE DE L'ÉCONOMIE

Pourquoi l'initiative 1:12
menace l'économie suisse P12

Entretien exclusif avec
le patron de Lacoste P44

Acheter une maison de star:
est-ce un bon filon? P74

LE MARCHÉ FLORISSANT DE LA DROGUE EN SUISSE

DU 16.10 AU 29.10.2013



N° 18 - FR. 7.80 - EUROS 6.90

Il ne s'agit plus de vendre un voyage, mais de faire vivre une expérience.



Voyages: la naissance d'un nouveau métier

PAR SERGE GUERTCHAKOFF Alors que le secteur est en crise, certaines agences s'adaptent à la nouvelle donne, en proposant ateliers, conférences et applis dédiées. A l'exemple de Fert, spécialisée dans le sur-mesure.

FINI LE TERME D'AGENT de voyages. Jugée désuète, cette expression ne rendrait pas assez honneur à l'expertise des «organiseurs de voyages» du XXI^e siècle. Le virage a été pris à l'échelle européenne. «Au début de l'ère internet, les clients allaient se renseigner dans les agences mais réservaient en ligne. Désormais, c'est l'inverse. Il y a un retour vers la relation personnalisée», relève Olivier Dupont, 50 ans, directeur général de Fert & Cie depuis 2006 et ancien dirigeant de Louis Vuitton en Europe.

Les agences de voyages ne veulent plus seulement vendre, mais faire vivre une expérience. Repensées, elles se métamorphosent en espaces culturels, en lieux de

bien-être et intègrent les dernières innovations technologiques.

Pour devenir la première étape du voyage, encore faut-il parvenir à attirer le client à l'agence. A Paris, chacune des sept agences Les Maisons du Voyage s'est spécialisée dans une région du globe. Elles se veulent des lieux de rencontre et proposent des ateliers, des conférences, des expositions temporaires ou encore des dégustations. C'est également le cheminement suivi par les Voyageurs du Monde, présents depuis deux ans à Genève.

La démarche de Fert & Cie

va encore plus loin. Fondée en 1871, l'agence regroupera la soixantaine de ses collaborateurs locaux dès l'automne 2014 dans une jolie bâtisse à l'architecture atypique située rue Barton, à côté du Grand Hôtel Kempinski Genève. **Plus fonctionnelle et innovante, la nouvelle adresse sera du «tailor-made design for tailor-made travel»!** Avec l'aide du Bend Group dirigé par Ralph Bueler, qui a créé des dizaines de boutiques de luxe en Europe (dont Louis Vuitton), cet espace de près de 1500 m² sur deux niveaux promet de réinventer l'accueil et d'être une véritable pépinière à idées pour les voyages.

Il y aura plusieurs espaces modulaires destinés à s'adapter au client. Un mur interactif permettra de visualiser les photos des destinations proposées, de visiter virtuellement des hôtels ou encore d'afficher un itinéraire sur une carte géante. «Nous cherchons à mettre en place les meilleures applications spécifiques à nos métiers», explique Olivier Dupont.

Savoir-faire rarissimes

Divers ateliers, en charge des ressources humaines, de la communication (y compris sur les réseaux) ont été mis sur pied. Une maquette au 1/50^e a même été fabriquée afin de permettre de se projeter dans le nouvel espace. L'adhésion des employés au nouveau projet est capitale. Ce sont eux qui maîtrisent des savoir-faire devenus rarissimes. Citons l'exemple de Jean-François Barthassat, 70 ans, depuis 54 ans chez Fert et en charge du transport de vins fins. Il passera bientôt le relais à Johnny Hauray, 30 ans!

«Au départ, tout est parti d'une invention, le wagon-foudre (comme pour la malle plate avec Louis Vuitton, ndr).» Dès 1871, Fert utilise des wagons sur lesquels ont été fixés deux tonneaux de chêne. Cela deviendra ensuite le wagon-citerne. Cette

invention permettra à cette PME genevoise de devenir leader du transport du vin. Aujourd'hui encore, Fert se charge d'importer nombre de vins fins sur Genève, mais désormais par camion.

Idem pour le savoir-faire relatif au dédouanement des chevaux, notamment lors de concours hippiques. Jean-Claude Fert avait décidé de reprendre cette niche suite à un concours de circonstances.

Fert possède sa propre agence en douane à Ferney-Voltaire. ■



JEAN-CLAUDE FERT DIRIGE UNE AGENCE FAMILIALE CENTENAIRE. «AU DÉPART, TOUT EST PARTI D'UNE INVENTION, LE WAGON-FOUDRE»