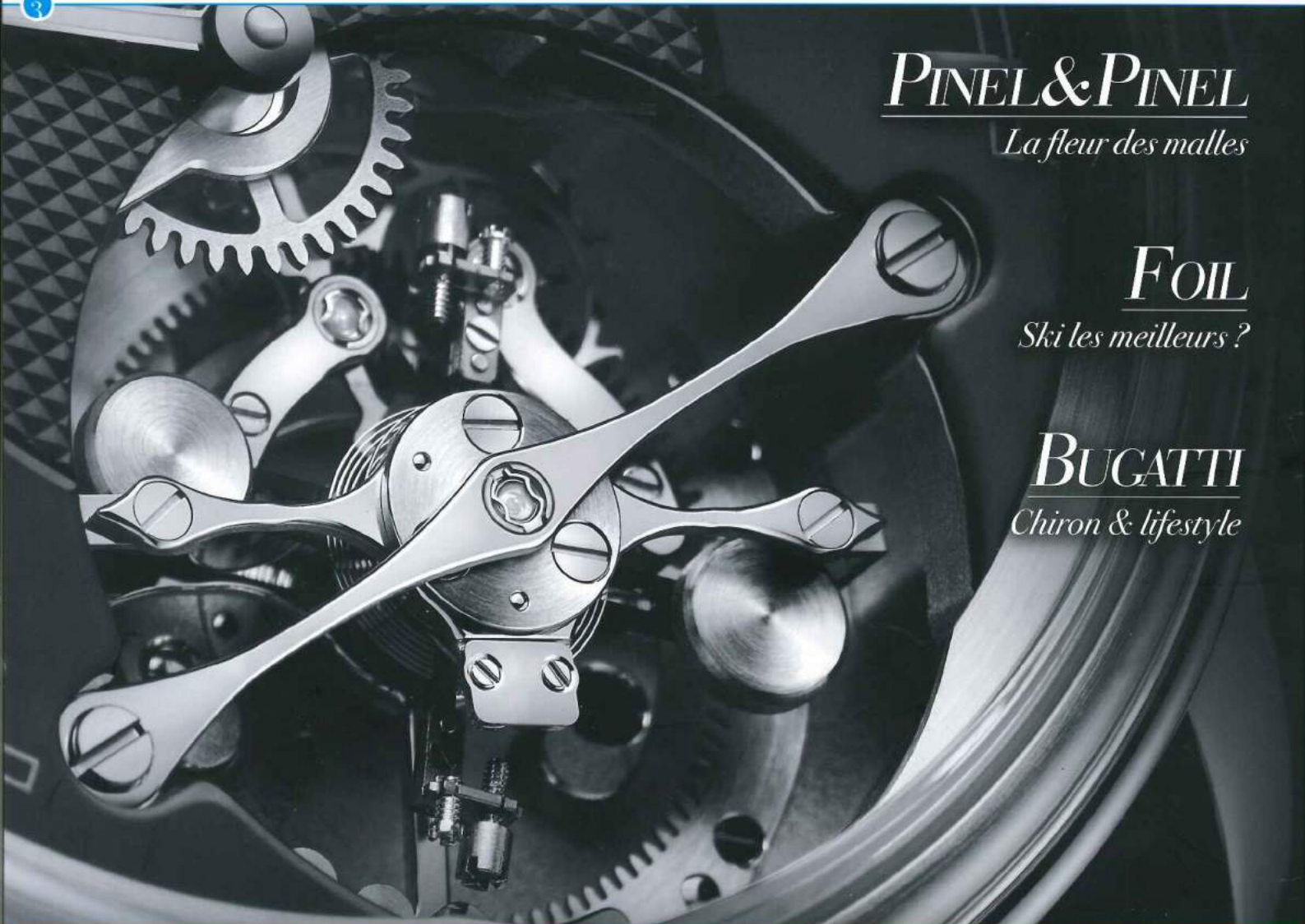


# CINQUANTE+

LUXURY & LIFESTYLE MAGAZINE



PINEL & PINEL

*La fleur des malles*

FOIL

*Ski les meilleurs ?*

BUGATTI

*Chiron & lifestyle*

## PRIS DANS LE TOURBILLON DU LUXE

AUDEMARS PIGUET / OETKER COLLECTION / ROLLS ROYCE

#3 - Automne 2016

L 11080 - 3 - F: 7,50 € - RD



RENCONTRE : COMBIEN FONT 5 À 7 ?

INTERVIEWS : BENNAHMIA / DESBORDES / FERRARI

LEXUS : L'ART DE L'EXCELLENCE

# Voyagiste TRAVELLER MADE IN FRANCE



## DESURMONT

Diplôme en poche, Quentin Desurmont se lance en 1990 dans une vie professionnelle à grande vitesse : Marketing Director de Venca, la filiale espagnole des 3 Suisses, puis quatre ans au Royaume Uni, à Richmond, comme Managing Director de la filiale anglaise des 3 Suisses. Viennent ensuite un MBA, option Stratégie à l'INSEAD en 1999 et un poste de Country Director France, à Disneyland Paris pendant presque six ans. Il est alors temps pour lui de prendre son envol et de créer sa propre entreprise.

## HISTOIRE VRAIE

Deux jeunes couples d'amis veulent découvrir l'Indonésie et rêvent d'immortaliser ce souvenir sous la forme d'un reportage filmé à la manière d'une émission de Nicolas Hulot. Traveller Made relève le défi. Pendant un mois, une équipe de cameramen accompagne les voyageurs, acteurs de leur propre reportage, assistés par un volcanologue, des scientifiques, zoologues et botanistes. Budget : un million d'euros.

*C'est dans les confortables bureaux parisiens de Traveller Made, à un jet de pierre des Champs-Élysées, que Quentin Desurmont, son Président, nous reçoit dans un immeuble haussmannien. Grandes pièces toutes blanches, harmonie entre les traditionnelles moulures, moderne simplicité d'un bureau design et jolis canapés beiges, tout est à son image : jeunesse, dynamisme et élégance, sans renier un zeste de tradition. Entretien avec le créateur de Traveller Made, le réseau des agences d'exception pour des voyageurs d'exception.*

Par Frédéric de Poligny

En quelques mots, Quentin Desurmont survole son enfance aisée au sein d'une famille du Nord propriétaire de deux filatures, puis fait ses études à la SKEMA Business School où il obtient son DESCAF en marketing en 1990. En l'écoutant, on sent qu'il n'est pas peu fier d'avoir été à 27 ans un des plus jeunes directeurs d'une filiale à l'étranger du groupe Otto, qui pèse plus de 30 milliards d'euros de CA. Après plusieurs expériences au sein de grands groupes, Quentin ouvre en 2006 Peplum, une agence de voyages pas comme les autres. Pas de boutique ouverte au public, mais des bureaux pour une clientèle exceptionnelle et fortunée. Ciblant tout particulièrement les chefs d'entreprises et autres capitaines d'industrie dont la vie trépidante leur impose des déplacements incessants et souvent de dernière minute, Peplum leur offre un service inestimable, quoique largement rémunéré : la sérénité.

Chaque client dispose au sein de l'agence de son propre assistant voyage joignable 24h sur 24, capable de réagir à toute modification, tout imprévu, voire tout caprice de dernière minute. Pour de tels clients, jets privés et limousines sont de rigueur. Le budget n'est pas la priorité première, ce sont le service et l'efficacité qui comptent. Avec toujours cette indispensable touche de luxe et de confort. Pour une telle clientèle, la vie professionnelle empiète souvent sur la vie familiale. Les vacances sont donc des instants privilégiés, moments que Quentin Desurmont propose de transformer en souvenirs inoubliables. Aventureuses, sportives, culturelles ou pure détente, son défi est de réaliser les vacances dont rêvent ses clients. Le monde regorge de lieux méconnus et magiques qui offrent pour ceux qui ont déjà beaucoup voyagé, le frisson de la découverte et de l'exclusivité. Demandez-lui la lune, il sourira en vous demandant d'avoir la patience d'attendre encore quelques années, mais vous proposera très sérieusement une balade dans l'espace (au moins jusqu'à 36 km d'altitude) dans un luxueux ballon gonflé à l'hélium... Prévoir un budget au-delà de 100.000 € !

Les privilégiés qui ont déjà goûté à ses services sont devenus des inconditionnels de l'agence. Pour Quentin Desurmont, l'un des meilleurs souvenirs reste le simple SMS d'un client lui demandant de créer quinze jours de vacances en famille avec les enfants : « Comme tu connais bien nos goûts, nous te laissons toute liberté pour choisir », en ajoutant pour le budget un montant à 6 chiffres. Mais pour Quentin, le voyage ne s'arrête pas à la création de Peplum. Continuant sur sa lancée, il crée Traveller Made, un réseau d'agences de voyages habituées à gérer les grandes fortunes avec un critère majeur, un service ultra-luxe pour une clientèle ultra-fortunée. La sélection des agences est très sévère. Un CA minimum de 2M€ et une étude poussée de la clientèle et des services proposés sont nécessaires pour postuler. Le comité de sélection de ce « club » est très strict. L'excellence y est obligatoire. Premier réseau mondial d'agences « ultra-luxe » Traveller Made regroupe aujourd'hui 222 agences dans 52 pays avec un CA global de 1,6 milliard €. La fortune individuelle des clients s'étale de 2 millions à 5 milliards d'euros.

**Le budget n'est pas la priorité première, ce sont le service et l'efficacité qui comptent.**

Discretion et transparence sont deux autres points forts que Quentin Desurmont met en avant.

Secret absolu sur l'identité des clients, même dans les documents internes à l'agence. Chaque client n'est mentionné que par un nom de code. Quant aux tarifs, ce dernier reçoit un relevé complet et détaillé de chacune des dépenses engagées, auquel est ajoutée la rémunération de l'agence. L'éthique est au cœur même de ce réseau, une éthique valable pour tous les employés... et les clients ! C'est en prenant sa plus belle plume que Quentin Desurmont a choisi d'informer un de ses plus gros clients que suite à son inqualifiable attitude méprisante envers un employé de l'agence, il n'était plus possible de continuer à lui fournir un quelconque service. Hormis cet incident regrettable, le monde de Traveller Made est rempli de destinations aux noms insolites, d'escapades, de rencontres, de rires, de joies et de souvenirs émerveillés. C'est l'essence même du bonheur, même si ce bonheur a un prix... non négligeable !