

MY FAMILY-TIME, UNE AGENCE DE VOYAGES AU SERVICE DES FAMILLES

Si l'organisation d'un voyage peut rapidement s'avérer source de stress, c'est d'autant plus le cas pour les familles, qui sont confrontées à la difficulté de concilier les attentes de chacun de leurs membres. Des agences de voyages dédiées à la clientèle familiale ont donc vu le jour ces dernières années pour les accompagner au mieux. Témoignage de l'une d'entre elles : My family-time.

ISABELLE LEPEU / Fondatrice et Présidente My family-time



Vie personnelle, vie professionnelle... concilier les deux n'est pas toujours facile et l'organisation des vacances peut souvent être une contrainte de plus à gérer dans l'agenda familial. J'ai souvent moi-même été débordée ou prise de court pour planifier un week-end de retrouvailles familiales ou des grandes vacances estivales.

C'est en partant de ce constat que j'ai créé My family-time en 2018, une agence de voyages confidentielle qui construit des séjours et roadtrips uniques à destination des familles, pour leur permettre de se reconnecter avec leurs proches.

Lorsque j'ai fait le choix de lancer My family-time, le secteur des agences de voyages était très concurrentiel, entre le web, les agences traditionnelles, les coachs, etc. Il fallait donc croire au projet et se différencier pour attirer cette niche de clientèle que sont les familles. Avec comme objectif : faire en sorte que nos voyageurs partagent des moments uniques ensemble et se créent des souvenirs communs.

Après 20 ans d'expérience dans l'industrie du tourisme, j'ai décidé de relever le défi de créer une agence sans portefeuille de clients sur lequel m'appuyer, mais avec la volonté de créer des voyages uniques, pour permettre aux familles de se retrouver le temps des vacances.

LA PRISE EN COMPTE DES ATTENTES PROPRES À LA CLIENTÈLE FAMILIALE

Aujourd'hui, les familles souhaitent se reconnecter en vacances, partager des moments de qualité tout en voyageant. C'est la mission que l'agence s'est fixée : s'occuper de tout pour que les clients puissent profiter de leurs vacances en famille.

L'émergence de structures familiales diverses a imposé de prendre en compte les particularités de chacune (familles recomposées, multigénérationnelles, etc.). Il est devenu indispensable d'offrir des services différenciants aux grands-parents et aux parents pour les séduire et les aider dans l'organisation de leurs vacances en tribu. Pour cela, il est important de s'intéresser au but du voyage. Celui-ci est en effet souvent organisé à l'occasion de la célébration d'un événement sur place ou pour répondre à une volonté de passer des moments d'exception en famille. Il m'est déjà arrivé, par

exemple, de privatiser un boutique hôtel pour une famille de vingt personnes à Chiang Mai en Thaïlande ou d'organiser une journée immersive auprès d'une tribu autochtone au Costa Rica.

Avant toute chose, il est essentiel de faire connaissance avec son client et d'établir une relation de confiance avec lui. Sur ce point, dans une société où le virtuel est omniprésent au quotidien, on constate que le client est demandeur d'une relation humaine quand il s'agit de la réservation de ses vacances. Il veut avoir le sentiment que l'on va prendre soin de sa famille.

Il souhaite également gagner du temps et qu'on lui facilite l'organisation de ses vacances. C'est justement toute la genèse de My family-time : s'occuper de l'organisation des vacances de ses clients et leur permettre un gain de temps, si précieux de nos jours.

Que les clients voyagent en famille traditionnelle, recomposée, avec les grands-parents, ou même entre amis, My family-time est là pour les accompagner et leur proposer un programme sur-mesure. Chaque projet de voyage est unique et travaillé ensemble pour un séjour authentique. L'agence a également à cœur d'encourager une démarche responsable, à laquelle les clients accordent aujourd'hui de plus en plus d'importance. Elle s'évertue donc à créer des voyages personnalisés, qualitatifs et des expériences exclusives, qui soient éco-responsables, respectueuses de la planète et des populations locales, tout en favorisant le développement économique des territoires.

La crise du Covid a d'ailleurs été source de nombreuses réflexions quant à mes engagements, notamment en matière de tourisme durable. J'ai donc envoyé ma candidature à la direction de l'association ATR « Agir pour un tourisme responsable » au printemps 2021. My family-time fait partie de l'association depuis 2022, et en est devenue un membre actif en contribuant notamment aux réflexions et actions de la commission « Préservation », œuvrant à la limitation de l'utilisation du plastique à usage unique dans nos sociétés, avec nos clients et nos partenaires.

En signant la charte d'engagements opérationnels, l'agence a pris un certain nombre d'engagements vis-à-vis de l'association : suivre des formations et séminaires obligatoires, calculer son empreinte carbone et diffuser à chaque client la charte éthique du voyageur. En contrepartie, ▲

elle bénéficie de l'accès à un réseau de professionnels et à des outils pour promouvoir le tourisme responsable.

LA MISE EN PLACE D'UN PROJET DE VOYAGE SUR-MESURE AVEC MY FAMILY-TIME

La première étape consiste à définir le projet du client. Ce dernier fait d'abord part de ses envies et attentes à l'agence de voyages : logement de luxe ou plus « roots », expérience solidaire ou culturelle... Le client est invité à remplir un questionnaire pour identifier au mieux ses besoins avant de le rencontrer. Pour la première rencontre avec le client, l'agence se veut la plus arrangeante possible avec celui-ci pour que l'organisation de son voyage s'insère au mieux dans son quotidien déjà bien rempli.

My family-time se démarque donc en allant à la rencontre du client, que ce soit à son bureau ou à son domicile. Il n'a pas besoin de se déplacer, c'est l'agence qui vient à lui, à sa convenance. Ce service de mobilité est très apprécié des clients, dont l'agenda est souvent chargé. Cela permet également de pouvoir rencontrer les membres de la famille et recueillir les envies de chacun pour le voyage.

Une fois les attentes de toute la famille bien identifiées, l'agence va pouvoir élaborer une proposition sur-mesure. Sous deux à cinq jours, les clients reçoivent une première offre, laquelle peut être adaptée en fonction du projet et du budget. L'idée est de confectionner un voyage qui ressemble totalement à sa tribu et aux envies de chacun des membres qui la composent : par exemple, combiner une activité canyoning pour les adolescents pendant que les grands-parents visitent une ferme biologique à vélo électrique. L'objectif est que tout le monde découvre les territoires à son rythme.

J'organise de nombreux voyages pour des familles multigénérationnelles. Ceux-ci nécessitent une organisation et une logistique assez lourdes car ils impliquent souvent une pluralité de personnes aux âges variés et donc aux attentes différentes. Ce sont les grands-parents qui sont à

l'initiative du voyage, et qui invitent leurs enfants et petits-enfants, généralement à l'occasion de la célébration d'un événement (un anniversaire de mariage, par exemple). Les destinations de ces grandes familles sont variées. Elles plébiscitent aussi bien la France que l'Europe (Espagne, Italie), ou des destinations plus lointaines (Grand ouest américain, Mexique, Thaïlande, Sri Lanka, Costa Rica, Île Maurice, Tanzanie, etc.).

Les hébergements sont souvent des hôtels luxueux, des villas ou des boutique hôtels, que je privatise pour l'ensemble de la famille. Au sein des villas, de plus en plus de services annexes sont proposés aux clients, comme la mise à disposition d'un chef pour la préparation des menus choisis tous les matins par la famille, en fonction



L'IDÉE EST DE CONFECTIONNER UN VOYAGE QUI RESSEMBLE À SA TRIBU ET AUX ENVIES DES MEMBRES QUI LA COMPOSENT

des récoltes du potager du jardin. Une expérience qui favorise la convivialité et les rencontres. À Minorque, le chef cuisinier d'une finca a même proposé aux petits enfants de clients de l'agence de venir pêcher avec lui sur son embarcation pour vivre un moment authentique et unique ; l'occasion de leur créer de jolis souvenirs.

UN ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ DES CLIENTS

Avant le départ, l'agence remet aux familles leur *roadbook* personnalisé et un carnet souvenir pour les enfants, le tout dans un *tote bag* toujours utile en voyage.

En effet, lorsque le voyage est un circuit, un roadtrip ou un safari avec de nombreuses étapes visitées, je crée un *roadbook* imprimé (et/ou digital) totalement personnalisé qui reprend toutes les informations nécessaires au voyage : présentation du pays, formalités administratives et sanitaires, plan de vols, contacts en cas d'urgence

D'UNE VIE À L'ÉTRANGER AUX VOYAGES

Mon enfance a été bercée par les déménagements en France puis à l'étranger, dont huit années en Allemagne à partir de 1986, qui m'ont permis de découvrir, grâce à mes parents, la RDA et la Tchécoslovaquie avant de vivre la chute du mur. Ce fut passionnant et très dépayçant de découvrir les régimes de ces pays communistes alliés de l'URSS, avec mes yeux « de l'ouest ». J'ai alors compris la chance que j'avais de voyager librement et de découvrir des cultures diverses. J'ai également pu sillonner le Brésil et le Pérou en rendant visite à mes parents qui ont vécu là-bas de 1997 à 2002. Grâce à cette vie à l'étranger, le monde du voyage me séduit et je décide d'en faire mon métier.

Isabelle Lapeu

24h/24h, programme jour par jour, récapitulatif des assurances et charte éthique du voyageur.

Les enfants ont aussi droit à leur carnet de voyage, qui leur permet de garder une trace des moments marquants vécus pendant leur séjour. J'en ai créé plusieurs aux couleurs de My family-time : un générique, un spécialisé pour les séjours au ski et un spécifique pour le Costa Rica. C'est un joli souvenir authentique et entièrement fabriqué en France, à partir de papiers certifiés issus de forêts gérées durablement.

My family-time permet aux clients de partir l'esprit tranquille. Une conciergerie reste ainsi à leur entière disposition tout au long de leur séjour. Par ailleurs, le service d'assistance de l'agence demeure ouvert 7 jours sur 7 de 8h à 20h (heure de Paris). Il prend des nouvelles des clients durant leur voyage et reste à leur disposition en cas de besoin, en plus des services personnalisés proposés par l'agence locale à destination.

Pendant les grandes vacances d'été et les fêtes de Noël, l'assistance des clients est externalisée et confiée à une personne dédiée ayant une grande expérience de l'industrie du tourisme. Pour les grands départs, elle est briefée pour chaque dossier sur le profil du client, ses attentes, son ancienneté à l'agence et toutes les informations concernant son voyage à venir. Elle a également connaissance de nombreux détails qui lui permettent ainsi de personnaliser son discours et ses écrits pour chaque client. Elle partage par ailleurs avec eux ses expériences et son vécu sur de nombreux pays, comme la Tunisie, l'Égypte, la Tanzanie, et tant d'autres. Cet accompagnement est très apprécié par les clients, qui se sentent rassurés et savent qu'ils peuvent compter sur l'agence tout au long de leur voyage, que ce soit pour ajouter un voyageur en cours de séjour à Punta Cana ou les aider à s'enregistrer sur un vol intérieur aux États-Unis.

Très souvent, je reste en contact direct avec mes clients en créant un groupe WhatsApp pour le voyage, notamment pour les familles multigénérationnelles qui sont souvent par essence nombreuses (généralement des groupes allant de 10 à 25 personnes environ). Cela permet donc d'échanger rapidement en regroupant les avis des différents membres de la famille : petits-enfants, parents et grands-parents. Ainsi chacun a le sentiment d'être associé au voyage.

En principe, le groupe est créé plusieurs mois à l'avance, dès la confirmation du voyage. Cela nous permet d'être régulièrement en contact avec le client et d'échanger sur les différents points relatifs à la préparation de son voyage : passeports en cours de création, excursions et expériences à venir, sacs de golf à prévoir en amont, les envies pour les menus dans les restaurants, les transferts privatifs pour certains membres qui rejoignent la famille dans un second temps, etc. Le groupe est maintenu jusqu'à l'arrivée de la famille à destination. Une fois que tout le monde a pris ses marques avec le guide local, c'est ce dernier qui prend le relais avec la création d'un nouveau groupe WhatsApp dédié au déroulement du séjour sur place.

Je reste alors en contact avec mon client uniquement en cas de besoin et laisse la famille vivre son voyage, profiter et découvrir de nouveaux territoires.

La cible « famille » est en constante évolution notamment avec l'apparition de divers profils de familles, comme les familles recomposées. Il est donc primordial de savoir se remettre en question, rester curieux et adapter en permanence son offre, en proposant des nouveautés qui tiennent compte de l'évolution des attentes de cette clientèle.

Il s'agit de trouver de nouveaux hôtels qui offrent des prestations de garde de bébé dès 4 mois avec une logistique d'accueil rodée, des cours de *kite surf* directement accessibles sur la plage pour des adolescents à Paros, Santa Teresa ou Dakhla, ou encore de dénicher des lieux de « *slow tourism* » pour se connecter à la nature près de chez soi. La clientèle familiale demande d'être réactif et inventif pour répondre aux envies de chacun.

Les familles avec des jeunes enfants ont, elles aussi, des besoins bien spécifiques et des problématiques qui lui sont propres en voyage. Aujourd'hui, My family-time cherche donc à adapter son offre à cette cible afin de rajeunir sa clientèle.

Par ailleurs, de nouveaux défis s'ouvrent pour l'agence avec une nouvelle version du site www.myfamily-time.com disponible depuis juillet 2023, une nouvelle identité visuelle et un logo dans l'air du temps. Enfin, un calendrier d'animations sur les réseaux sociaux est prévu, afin d'élargir la base de données clients de l'agence. ■