



LE LUXE EN FAMILLE, c'est possible

De nombreux parents se posent cette question : « Où et comment partir avec mon enfant sans sacrifier des vacances de rêve ? ». C'est pour répondre à ce casse-tête qu'a été créé LittleGuest, une plateforme en ligne d'informations et de réservation d'hôtels à la fois très haut de gamme et kids-friendly, situés dans le monde entier. Tous les établissements sont inspectés et doivent respecter une charte de qualité stricte. Une vision du luxe qui répond à une vraie demande et qu'il faut savoir satisfaire, sans fausse promesse, jusque dans les moindres détails. Pour que l'expérience d'un séjour en famille soit synonyme de moments extraordinaires.

JÉRÔME STEFANSKI / Fondateur LittleGuest.com

L'offre hôtelière de luxe a parfois tendance à placer les enfants au second plan. Les parents ne se sentent pas toujours à l'aise de séjourner dans un palace et redoutent la réaction des autres clients ou du personnel si leur bébé se met à pleurer au restaurant, si leur bambin renverse du ketchup sur la nappe ou s'il court dans les couloirs. D'un autre côté, les hôtels ayant construit leur offre pour les enfants sont souvent impersonnels. On a parfois l'impression d'être à Disneyland et les vacances peuvent devenir épuisantes avec une centaine d'enfants qui s'agitent en permanence dans la piscine et qui se ruent sur les nuggets proposés au buffet à volonté.

Little Guest est né pour combler l'absence d'offres fortes, construites autour de ce besoin de séjours en famille dans de bonnes conditions et dans les plus beaux hôtels du monde. Car il existe une offre hôtelière à la fois haut de gamme et kids-friendly. Notre métier, chez Little Guest, consiste à rechercher ces lieux rares, à les inspecter et ensuite à les recenser dans notre collection. Aujourd'hui, Little Guest compte 300 hôtels affiliés. Il s'agit principalement d'hôtels 5 étoiles situés en bord de mer et à la montagne. Pour dénicher ces adresses, nous avons créé une communauté de parents voyageurs à travers le monde. Nous assistons à de nombreux salons hôteliers où nous rencontrons nos partenaires. Nous sommes également hyper connectés et restons à l'affût des annonces d'ouvertures sur les réseaux sociaux et les sites d'information spécialisés.

DEUX PRIORITÉS, LA QUALITÉ ET L'ÉCOUTE

Nous avons établi une charte de qualité que chaque hôtelier doit respecter. Elle vise à rendre l'expérience des familles unique. Mise à disposition de couche-culotte waterproof à la piscine, considération de l'enfant dès le check-in, décoration du baby-club et du kids-club, contenu du programme d'activités proposé au club enfants, cadeau de bienvenue, matériel de puériculture, chambres connectées et suites familiales, maitre-nageur présent à la piscine, service de baby-sitting de qualité, transfert aéroport dans un véhicule avec siège bébé, activités ados... rien n'est laissé au hasard. Afin de nous assurer que

les hôtels respectent cette charte, nous les visitons chaque saison et remplissons un rapport de visite reprenant pas moins de 200 points de contrôle. Cela nous permet de nous assurer de la qualité des prestations, mais aussi de connaître nos hôtels sur le bout des doigts pour les recommander à nos clients. Nous avons ainsi coutume de dire que nous connaissons mieux nos hôtels partenaires que les membres qui y travaillent chaque jour, en tout cas du point de vue de l'expérience famille.

La notion de label de qualité est au coeur de notre métier et offre la certitude de choisir LA bonne destination de vacances. Cette notion de rassurance est clé. Ce travail de sélection rigoureuse évite aussi aux parents de devoir passer des heures à faire des recherches par eux-mêmes. Car ils mènent souvent une vie trépidante... et éreintante. Beaucoup s'occupent de leurs enfants tout en étant hyper connectés, maintiennent une vie sociale très active et courent après le temps. Dans cette configuration, le temps est sacré.

La mission de Little Guest : permettre aux familles de se reconnecter au travers d'expériences de voyages uniques. Les pandémies, les attentats, les guerres et les crises à répétition inondent l'actualité. L'époque dans laquelle nous vivons renforce ce besoin de sortir de sa routine dévorante pour partager des instants précieux, loin du tumulte quotidien. C'est un luxe que tout le monde devrait pouvoir se permettre. Et quoi de mieux que les vacances en famille pour se retrouver dans un lieu privilégié et se resourcer ensemble ?

VERS UNE HYPER- PERSONNALISATION

Ma vision du luxe en famille repose sur des valeurs d'écoute, d'expertise et de conseils sur-mesure. Il y a mille et une façons de réserver un séjour en famille. Cela signifie qu'il y a également mille et une chances de se tromper dans son choix et de vivre une expérience négative. Vous pouvez ainsi réserver vos vacances de luxe sur des grandes plateformes de réservation. Mais vous n'aurez que très peu d'informations et il vous sera difficile d'obtenir une réponse à toutes vos questions. Quelques exemples ici. Il y a-t-il une cloison entre la chambre des parents et le salon dans lequel dorment les enfants ? La terrasse de la chambre est-elle sécurisée ? Quels sont ▲

les horaires du kids-club ? Comment occuper mon ado pendant son séjour ? La baby-sitter parle-t-elle français ? Quels sont les activités culturelles à planifier aux alentours de l'hôtel ? L'accès à la plage est-il prévu pour les poussettes ? Suis-je certain d'obtenir une place au club enfants ? Puis-je annuler mon séjour et me faire rembourser si mon enfant attrape la varicelle avant de partir ? À partir de quel âge les enfants peuvent-ils s'initier au catamaran ? Puis-je séjourner dans une villa sur pilotis avec mon enfant de 4 ans ? Mon enfant a-t-il besoin de vaccins pour séjourner au Sénégal ?

S'INTÉRESSER À NOS CLIENTS

Surprendre le client est clé. Dans un monde qui tend à la standardisation et à l'hyper digitalisation, connaître les âges et les prénoms des enfants, les activités qui les font vibrer, s'intéresser à la profession des parents, aux envies de papa et aux passions de maman suffit déjà à créer la surprise. En somme, revenir au bon sens, aux règles de base qui régissent un métier de service et prendre le temps de s'intéresser à son interlocuteur. Non pas comme un standardiste qui écoute poliment, mais bien comme un expert passionné qui prend du plaisir à échanger et à déceler les envies et les besoins de son client. J'adore cet aspect de notre métier. Nos Travel Designers deviennent souvent de véritables confidents à qui il est demandé d'exhausser des souhaits, dont la mission est d'apporter du bonheur aux familles. J'ai en tête l'exemple d'un papa qui nous a appelé en catastrophe quelques jours avant Noël. L'année avait été difficile pour lui et son épouse. Au printemps, ils avaient donné naissance à un adorable petit garçon, mais ce dernier avait souffert de complications et avait passé les premières semaines de sa vie à l'hôpital. Aujourd'hui, l'enfant était en pleine forme, mais cette épreuve avait beaucoup fatigué la maman. Le papa souhaitait s'évader et faire une surprise à l'enfant et sa mère. Nous avons réservé pour lui une cure maman-bébé au bord du lac Léman. Durant cette parenthèse enchantée, la maman a bénéficié de soins revigorants et a appris chaque jour à masser son bébé, sous les conseils bienveillants des thérapeutes du spa. À leur retour à la maison,

la famille était apaisée, prête à entamer la nouvelle année du bon pied. Le papa nous a envoyé une jolie lettre pour nous remercier et a glissé une photo souvenir de leur fils s'amusant au baby-club. C'était la première fois que les parents acceptaient de confier leur bébé à une puéricultrice et cela a fait un bien fou à toute la famille.

UN ACCOMPAGNEMENT AVANT MÊME LE DÉPART

Organiser des vacances d'exception en famille ne signifie pas se plier en quatre pour répondre aux caprices de clients fortunés et prétentieux, mais bien de faire preuve d'expertise et de bienveillance pour les aiguiller au mieux dans leur choix de destination, d'hôtels et d'activités personnalisées. Pour ce faire, nous avons constitué une véritable bible qui recense les informations les plus demandées pour chacune de nos destinations. Cette encyclopédie n'est pas figée, elle évolue chaque jour au gré de nos propres visites, des découvertes et des feedbacks que nous recevons de nos clients. Il s'agit ensuite de faire matcher la destination avec le profil du client.

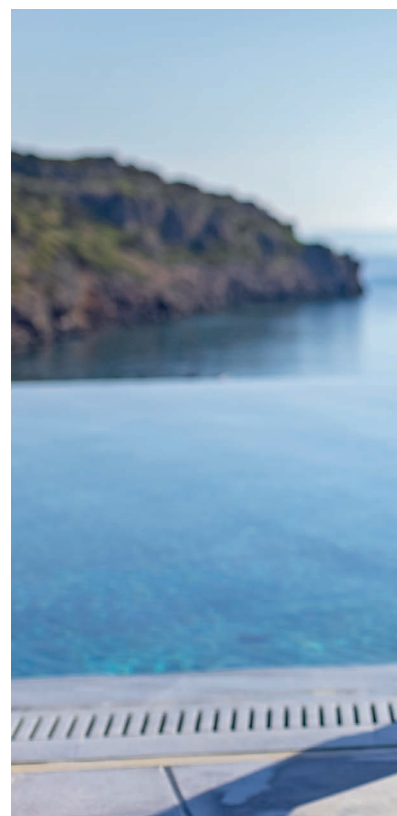
La disponibilité et la *convenience* (le côté pratique) sont aussi un luxe de plus en plus rare. Nos clients viennent des quatre coins de l'Europe, mais ils n'ont pas à se déplacer pour interagir avec nos conseillers. Sept jours sur sept, ils peuvent joindre leur Travel Designer ou leur Little Concierge par téléphone, email ou par WhatsApp. Cela crée une relation de confiance immédiate et ancrée sur le long terme.

Le luxe doit également être synonyme de qualité. Voilà pourquoi je prône toujours de voyager moins, mais de voyager « mieux ». Réfléchir aux besoins que remplira le voyage plutôt que de céder aux sirènes de la surconsommation et partir en vacances sur un coup de tête. Prendre également conscience de son empreinte écologique et locale, bien entendu.

Les vacances doivent servir à quelque chose. Servir à reposer son corps et son esprit, mais pas seulement. Pour un enfant, c'est l'occasion de découvrir un autre pays, une autre culture, un autre horizon. Car si les parents sont souvent pris dans la routine métro-boulot-dodo, l'enfant est lui aussi généralement embarqué dans ce cycle répétitif.



Jérôme Stefanski, entrepreneur belge
fonde LittleGuest.com fin 2017.
Et devient le voyageur haut de gamme,
spécialisé dans les séjours Kids-friendly.



Voilà pourquoi il est important de stimuler son imaginaire. Chez Little Guest, cela commence dès la réservation du séjour. Nous livrons à chaque enfant un coffret de voyage surprise, avant son départ en vacances. Ce cadeau prend la forme d'une valise Samsonite adaptée à sa taille et qu'il est fier de transporter, car cela le responsabilise. Dans cette valise, nous plaçons un carnet de voyage à personnaliser, des cartes postales à colorier et des produits solaires naturels qui respectent les océans.

OUVRIRE L'ESPRIT, L'ESSENCE DU VOYAGE

Nous conseillons aussi nos hôtels affiliés sur l'aménagement de leurs clubs enfants. Nous allons même jusqu'à imaginer des programmes d'activités et d'éveil. Il s'agit de projets sur mesure et passionnants que nous gérons de A à Z. Nous avons par exemple récemment imaginé un

C'est aussi cela, le voyage de luxe : collecter des moments extraordinaires dans un cadre propice aux découvertes, à la rencontre de l'autre et au lâcher prise



fabuleux programme d'activités pour un groupe hôtelier situé en Grèce. À l'instar des héros grecs, les enfants peuvent profiter de leurs vacances et de leur passage au kids-club pour découvrir de nouveaux talents : la danse, le chant, la peinture, le jardinage, le sport... Au terme de leur séjour, les enfants deviennent de véritables héros et se voient récompenser par un diplôme.

L'enjeu est d'amuser les enfants tout en leur faisant découvrir la culture locale propre à leur lieu de vacances. Je peux vous dire que cela fonctionne. Mon fils en est l'exemple parfait. Lorsqu'il avait cinq ans, nous l'avons emmené au Sénégal. Nous y avons partagé un repas assis à même le sol dans un village pittoresque situé non loin de notre lodge. C'est nous qui avons préparé et amené la nourriture. Achille était entouré de dizaines d'enfants sénégalais, le point de vue avait changé, c'était désormais lui la curiosité avec ses cheveux blonds et sa peau claire et non pas ces villageois. Notre fils a pu constater que tous les enfants n'avaient son mode de vie. Cela a contribué à lui ouvrir l'esprit.

Plus récemment, nous avons séjourné dans le sud de Rhodes, dans un lieu préservé du tourisme de masse. À dix minutes de notre hôtel, nous avons visité le temple d'Athéna. D'abord réticent à l'idée de devoir gravir des centaines de marches sous le soleil, Achille s'est rapidement intéressé à l'histoire de ce lieu et à sa raison d'être. Il est revenu de ce voyage des étoiles plein les yeux, en ayant découvert un nouveau monde : celui de la mythologie grecque. Quelques semaines plus tard, le père Noël lui apportait des livres éducatifs pour parfaire ses connaissances apprises en vacances et pour préparer la présentation qu'il avait décidé de faire devant sa classe.

C'est aussi cela, le voyage de luxe : collecter des moments extraordinaires dans un cadre propice aux découvertes, à la rencontre de l'autre et au lâcher prise. Ces expériences vont parfois raisonner très fort en nous et nous pousser à explorer un sujet plus profondément, une fois de retour à la maison. Nous nous retrouvons ainsi enrichi de quelque chose de particulier et d'unique que personne ne peut nous enlever.

Il n'y a pas que les séjours dans des lieux privilégiés qui peuvent nous offrir cela. Les circuits aventure, les séjours glamping et d'autres formules plus modestes remplissent ce rôle à la ▲

perfection. Mais ils ne permettent pas toujours aux parents de se reposer. Quand j'étais enfant, dans les années 80, nous passions nos vacances d'été en camping. Mon père avait un côté aventureux et ce type de séjour l'amusait beaucoup. Ma soeur et moi adorions être au grand air en mode Robinson. Pour ma mère, c'était une autre histoire. Elle qui était maniaque et tenait à son confort ne pouvait pas lâcher prise. Et puis il fallait aller faire les courses, cuisiner, faire la vaisselle, le ménage... Elle emportait donc ses corvées du quotidien avec elle en vacances. Vous avez peut-être déjà vécu le même sentiment lorsque vous avez loué une villa ou un appartement. Aucune de ces formules ne peut rivaliser avec un service hôtelier de qualité grâce auquel les parents peuvent enfin réellement lever le pied et profiter pleinement du cadre exceptionnel dans lequel il séjourne avec leurs enfants.

HUMANITÉ ET TECHNOLOGIE EN OSMOSE

L'un des luxes les plus essentiels est de voyager l'esprit libre. C'est pour cette raison que chez Little Guest, nous anticipons les besoins de nos clients. Qu'il s'agisse de s'assurer de la présence d'un maître-nageur à la piscine, de prévoir des menus sans allergène, de réserver un transfert aéroport avec siège bébé, de garantir une place au baby-club ou au kids-club ou d'être certain que la sieste du petit dernier ne sera pas gâchée par l'environnement sonore, notre Little Concierge se charge de tout. Il nous arrive d'aller très loin dans la personnalisation. Je me souviens d'un séjour d'anniversaire que nous avons organisé à Londres pour une petite fille de 10 ans. Il fallait bien entendu réserver des billets pour visiter les studios de tournage, mais nous avons été plus loin en faisant préparer les fameux Harry Potter Butterbeer Cookies qui l'attendaient dans sa chambre à son arrivée. La maman nous a envoyé une photo de sa fille, émerveillée de pouvoir enfin goûter cette pâtisserie, dans la ville de son héros. Ce genre d'émotion n'a pas de prix. Pour conclure, je dirais que ma vision du luxe repose avant tout sur le retour à l'essentiel. J'ai l'impression qu'au cours de ces dernières décennies, l'humanité s'est un peu perdue en chemin.

LITTLE GUEST EN CHIFFRES

Nombre d'hôtels membres > **300**
 Nombre de clients > **4 500**
 Nombre de collaborateurs > **20**
 Taux de repeater > **48 %**
 Panier moyen (hors transport) > **7 500 €**
 Durée moyenne de séjour > **7 nuits**

Regardez certains métiers de bouche autrefois délaissés comme celui de fromager, de boucher ou de boulanger-pâtissier. Aujourd'hui, ils sont à nouveau valorisés. Acheter son comté chez son fromager de quartier est devenu un luxe, en comparaison avec le comté industriel préemballé trouvé en supermarché. Ce retour aux sources ne s'oppose pas à la modernité. Le fromager peut vendre un fromage artisanal de qualité, tout en le mettant en avant sur les réseaux sociaux. Il peut le proposer sur son site web et le faire livrer à vélo, de façon responsable. C'est un peu cela que nous essayons de faire chez Little Guest : utiliser le meilleur du web et de la technologie, tout en fournissant un service personnalisé irréprochable, délivré par une équipe de professionnels passionnés. J'ai conscience que cette démarche est aux antipodes de celle qui a fait le succès des grandes plateformes de réservation en ligne pour qui la quantité l'emporte toujours sur la qualité, mais j'ai conscience que cette approche humanisée regorge de belles opportunités. ■

L'un des luxes les plus essentiels est de voyager l'esprit libre. C'est pour cette raison que Little Guest anticipe les besoins de ses clients.



Ma vision du luxe en 2024 ?
Retrouver les valeurs
originelles du camping, des
vacances dehors en version
confort, sans ostentation,
en se contentant de choses
beaucoup plus simples.
Soit le camping réduit
à sa plus juste expression,
la tente et le feu de camp
ambiance années 1950,
avec des prestations
haut de gamme
et le service qui va avec

ADRIEN GLOAGUEN // FONDATEUR DE CAMPINGS
LIBERTÉ ET DU GROUPE TOURISTE

Le « luxe occasionnel » :
c'est la consommation pour
laquelle, bien que ne faisant pas
partie de la population des ultra-
riches, le client « casse sa tire-
lire » pour s'offrir (...) un hôtel de luxe,
un repas gastronomique,
un séjour dans une destination
exclusive...

THIERRY MAILLIEZ // DIRECTEUR DE MISSION,
IN EXTENSO TOURISME, CULTURE & HÔTELLERIE



Le luxe de demain
ne se limite pas
à des produits
d'exception,
mais englobe
une expérience qui inspire
et émeut nos clients



ALEXIS DE LA PALME // PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE
DU GROUPE EDMOND DE ROTHSCHILD HERITAGE

**Aujourd'hui, il vaut mieux ouvrir un projet fait de convictions
et qui colle à nos valeurs profondes et réelles plutôt que
de créer un lieu consensuel duquel, finalement, rien n'émane**

ALICE TOURBIER // COFONDATRICE LES SOURCES DE CAUDALIE