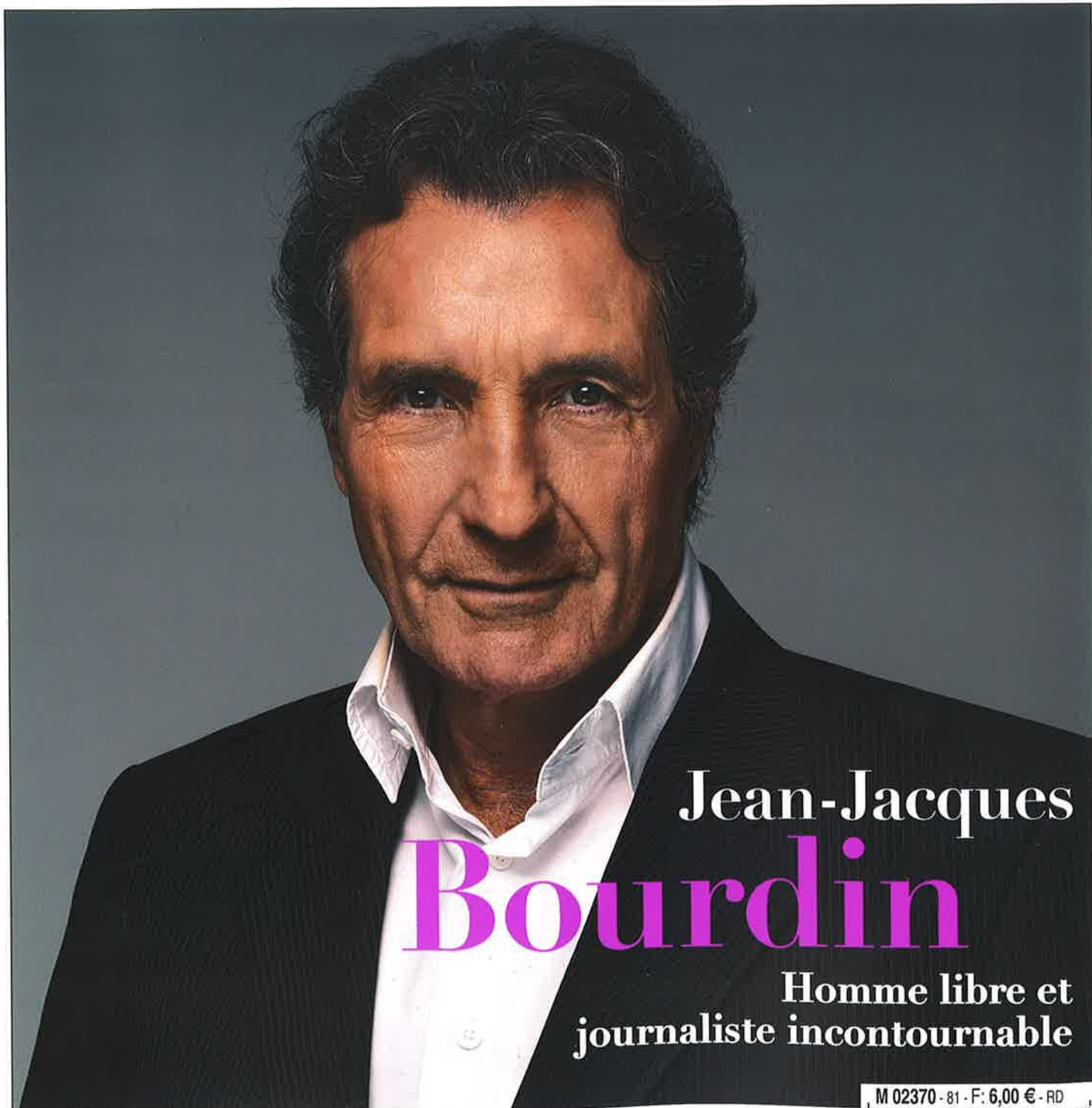


EDGAR

MODE CHIC DENIM | **HJ LIM** NOUVELLE STAR DU PIANO CLASSIQUE | **CULTURE** ART PARIS
OBAMA LOVE STORY À LA MAISON BLANCHE | **HORLOGERIE** FOCUS COMPLICATIONS



Jean-Jacques
Bourdin

Homme libre et
journaliste incontournable

M 02370 - 81 - F: 6,00 € - RD

France 6 € - Belgique 6,50 € - Canada 6,99 Can \$ - DOM 6,50 € - Luxembourg 6,50 €
Maroc 65 MAD - Portugal 6,80 € - Suisse 9,60 CHF - TOM 900 XPF - Tunisie 10,40 TND





éric bonnem

L'aventure d'exception

Après des années passées dans la stratégie puis la mode, Éric Bonnem a créé *Secret Planet* ou comment nouer découverte, exclusivité et engagement. propos recueillis par jean-pascal grosso

Comment passe-t-on de la stratégie à Secret Planet, agence de "voyages extraordinaires" ?

Déjà, il y a la passion de l'exploration. Tout petit, comme beaucoup, j'ai été bercé par les récits d'aventure. À ma majorité, l'une de mes activités préférées était de parcourir, sac à dos, la planète. Grâce à un parcours finalement "classique" - conseiller en stratégie, en contrôle gestion et communication, un passage chez Kenzo, puis Oxbow... -, j'ai pu financer mes expéditions. Mes 40 ans ont été pour moi le moment de concilier l'utile à l'agréable : devenir mon propre patron dans le voyage et l'aventure.

Selon son créateur, l'ADN de Secret Planet ?

L'idée, c'est, au-delà de l'isolement et de l'engagement physique, la rencontre avec les autres et soi-même. C'est le cœur d'un projet qui se décline en trois marques - Saïga, axé sur la préservation, Tamera, sur l'ailleurs insolite, et Expeditions Unlimited, sur l'extrême - dont le lien est le contact avec des explorateurs qui ont dédié leur vie à leur passion. Nous ne travaillons que par petits groupes, ce qui nous permet de leur faire vivre des moments uniques. Je pense, par exemple, au Festival d'Amarna dans le Cachemire, à l'ascension du Lenine Peak en Asie centrale...

Les agences "sur-mesure" se développent en France. Comment se démarquer de la concurrence ?

Notre notion d'exclusivité est symbolisée par le fait que nous partons par groupe de 4 à 6 personnes, alors que les autres sont entre 10 et 15. Lorsque vous allez en immersion, le trop grand nombre rend les choses impossibles. C'est une question de cohérence tout comme un travail de longue haleine. Je vais prendre un exemple : Olivier Lelièvre, également "fixeur" de Thalassa, qui est allé en Indonésie une cinquantaine de fois. Avec lui, nous avons pu nouer des liens avec les hommes-fleurs de l'île de Siberut, un peuple qui, tout en sachant que la modernité existe, a fait le choix de vivre selon ses coutumes. Pour ne pas être dans un "folklore", dans l'ersatz de rencontre, ce qui nous serait fatal, il faut effectivement créer des contacts dans l'environnement que nous faisons découvrir. Pareil avec Philippe Gigliotti, un grand spécialiste de la Papouasie-Nouvelle-Guinée, qui nous a permis de progresser immensément dans la façon de proposer cette destination.

Quel serait le best-seller votre agence ?

Il faut d'abord parler d'un homme : Gilles Elkaïm, un aventurier génial, très discret, médaille d'or de la Société de géographie... Un des grands explorateurs actuels de l'Arctique. Chaque année, Tamera propose de faire avec lui l'expérience du Grand Nord. Grâce à Gilles, nous avons l'exploration dans le sens le plus pur, le plus éthique, le côté aventure, rare, à la rencontre des Tchouktches, vrai peuple du nord de la Russie, et l'idée de préservation chère à Secret Planet. Notre "terrain de jeu", notre chant d'expression, c'est la nature, mais nous devons en permanence y faire attention. Pour nous, c'est une évidence.

www.secret-planet.com.