

Des agences en ligne s'emparent de ce créneau

Quoi de neuf pour les célibataires ?

- › Idylik, Soloways, Cpournous créent des produits alliant voyages et rencontres.
- › Les "solos" pestent contre le supplément single à payer qui leur est appliqué.
- › Pourquoi pas une "semaine du célibataire" en agences avec offres spécifiques ?

Elles sont trois. Trois agences en ligne à s'être positionnées sur le créneau très convoité des célibataires, qui sont quelque 18 millions en France. Car pour Idylik (voir ci-contre), Soloways ou Cpournous, les solos sont en attente d'offres de voyages spécialement adaptées. "Week-end sensations fortes dans les Alpes du Sud", "week-end fiesta à Bodrum", "surf trip à Hossegor" ou "circuit en Toscane", les programmes s'appuient sur quelques TO mais la plupart du temps les agences conçoivent leurs offres. Ne bénéficiant pas pour l'instant d'une grande notoriété, elles constituent des petits groupes de 20 personnes maximum, homogènes en termes d'âges, en s'efforçant de respecter la parité hommes-femmes. Pour justifier la création de Soloways, Julien Purnode met en avant le fait que "les solos se sentent souvent comme la dernière roue du carrosse car on leur demande toujours de payer plus que les autres". Et de dénoncer les fameux "suppléments single" tant décriés par les clients. Même si quelques tour-opérateurs, tels Fram ou Jet tours, en font cadeau à certaines dates.

Si les offres pour les solos sont visibles sur le Net, elles sont peu relayées dans les agences traditionnelles. "Peut-être

que les TO feraient bien de s'intéresser à ce marché", suggère Nathalie Azaroff (Voyages Balad au Mans). D'autant que "des rencontres faites sur un voyage entre célibataires peuvent déboucher sur un voyage de noces et pourquoi pas ensuite sur un séjour club avec les enfants". On se souvient que Nosylis, spécialiste du voyage très haut de gamme, avait lancé en 2004 un catalogue spécial célibataire baptisé "Single so chic". "Nous avons fait 5 à 6 voyages mais avec beaucoup de complexité commerciale. Nous avons donc décidé d'arrêter en se disant qu'on recommencerait quand le marché serait plus mûr", admet Frédéric Savoyen, directeur de Nosylis. Selon lui, le segment "solos" est "porteur, il a de l'avenir mais il faut savoir créer de véritables offres complètement adaptées à cette cible".

Nathalie Azaroff n'est pas contre l'idée de créer "la semaine du célibataire" avec "un affichage vitrine et des offres spécifiques". "On le fait bien pour la Saint-Valentin, pourquoi pas pour les solos ?", ajoute Amandine (Altitudes Voyages à Orléans).

DS*david.savary@quotidiendutourisme.com*

"Après les agences matrimoniales, nous pouvons commissioner les agences"

► Créée en juin dernier par Laure Lebreton, Idylik.fr propose des voyages, week-end et soirées aux célibataires, divorcés et désormais aux familles monoparentales. "Je ne forme que des groupes de 15 à 20 personnes à partir d'inscriptions individuelles", souligne la fondatrice qui déplore qu'il y ait "beaucoup plus de femmes que d'hommes". Basée à Hérouville-Saint-Clair dans le Calvados, l'agence propose une dizaine de voyages (Crète, Tunisie, Jordanie...) sur son site. "L'objectif n'est pas de multiplier les destinations dans tous les sens mais d'avoir des programmes adaptés privilégiant les petites structures", poursuit Laure Lebreton. Ainsi, en juillet pour les 45-65 ans, et en août, pour les 25-45 ans, Idylik a réservé un petit hôtel familial pour un séjour "solos" en Crète. À chaque fois, une personne accompagne le groupe. Lors de sa création, l'agence en ligne s'est fixé pour objectif de dégager un chiffre d'affaires de 250 000 euros, soit environ 600 clients. "Au bout de 10 mois, nous avons réalisé 400 pax. C'est encourageant", affirme la responsable qui n'exclut pas de voir relayer son offre par les agences de voyages. "Si nous commissionnons les agences matrimoniales, nous pouvons aussi commissioner les agences de voyages", poursuit Laure Lebreton. Idylik porte aussi un soin particulier aux familles monoparentales qui souhaitent passer des moments privilégiés avec leur progéniture, sans pour autant sacrifier leur vie privée. "Nous allons faire un test cet été avec quelques produits : séjour balnéaire sur la riviera italienne, week-end corsaire à Saint-Malo... et voir ce que cela donne", déclare la responsable.



Un marché à fort potentiel

18 M de célibataires en France

2 M de familles monoparentales

Source : Soloways/Idyllik DR