



© ADRIAN GAUT

En guise de carte d'embarquement pour les vacances d'été, petit tour d'horizon des nouveaux rituels du voyage. On peut dorénavant vivre simultanément au-dessus et au-dessous de ses moyens, selon les moments, les priorités ou les envies. Et donner plus d'épaisseur à l'existence !

Par Anne-France Berthelon

Comparer, louer, troquer... L'anthropologue Dominique Desjeux parle de consommateur « malinge » ou « stratège » pour évoquer ces nouveaux comportements, nés à la fois de la crise et de la pénétration d'Internet dans notre quotidien. Maintenir, sinon augmenter son niveau de vie, en jouant la carte de la consommation collaborative. Choisir, par exemple, de déjeuner d'un hamburger gourmet acheté dans un food truck localisé en temps réel sur smartphone plutôt que de se retrouver devant une insipide salade tomates-mozza in-

dustrielle au café du coin. De Paris (Grillé, Le Camion qui Fume) à Sydney (Eat Art Truck) en passant par Miami (My Ceviche) ou Los Angeles (Chego), les fast-food gastronomiques chic et cheap ont le vent en poupe. En phase de démocratisation avancée, le voyage est aux avant-postes de ce phénomène de société, comme le soulignait en début d'année Merci avec son exposition « Bon Voyage ». Une même personne peut aujourd'hui choisir de « prendre un billet low-cost pour économiser sur le vol et s'offrir un hôtel de charme pour un week-end à la Scala de Milan. Ou au contraire opter pour un vol en business, pour revenir en pleine forme d'une marche dans le désert jordanien ou d'un trek au Bhoutan », analysait avec finesse le concept-store.

L'éventail des options d'hébergement s'est lui aussi considérablement ouvert, sous l'impulsion conjuguée de sites comme Tripadvisor qui font (et parfois défont) une réputation et des auberges de jeunesse nouvelle génération que l'on ne désigne plus que sous leur nom anglophone : *hostels*. Mixant habilement dortoirs et chambres indivi-



© ADRIAN GAUT

1/ et 2/ Entre auberge de jeunesse et hôtel traditionnel, le Freehand Miami s'inscrit dans la tendance d'une hôtellerie plus détendue.



3


© NIKOLAS KOENIG



## AIRBNB

Dernière-née des success story à l'américaine, Airbnb est bien partie pour figurer aux côtés de Google et Apple dans la liste des start-up californiennes qui ont révolutionné nos modes de vie. Flash-back. En 2008, San Francisco s'apprête à accueillir la conférence IDSA (Industrial Designers Society of America) mais la plupart des hôtels affichent « complet » ou des tarifs déraisonnables. Jeunes designers, Joe Gebbia et Brian Chesky ont alors l'idée d'arrondir leurs fins de mois en installant trois matelas gonflables dans leur appartement et de les louer pour une somme modique pour la durée de la conférence. Bingo ! Ils fondent dans la foulée Airbnb (« air » comme l'air des matelas gonflables où tout a débuté et « bnb » comme bed & breakfast) avec un troisième acolyte, Nathan Blecharczyk. Cinq ans plus tard, la plateforme de locations d'appartements entre particuliers a séduit pas moins de 11 millions d'utilisateurs dans le monde et couvre 192 pays et 34 000 villes, pour un total de 600 000 logements référencés, allant du château d'époque au loft new-yorkais en passant par le duplex montmartrois. Selon les derniers chiffres communiqués, 58 % des logements (« listings » selon la terminologie maison) disponibles sur Airbnb sont aujourd'hui situés en Europe, Paris caracolant en tête... [www.airbnb.com](http://www.airbnb.com)

duelles rafraîchis par la crème des designers pour mieux coller à la transversalité de leur clientèle, le Freehand à Miami (redécoré par Roman & Williams, également auteurs de l'aménagement intérieur de l'hôtel Ace à New York), l'Independent à Lisbonne ou le Generator à Londres pour n'en citer que quelques-uns, sont devenus des destinations très courues, aussi bien par des quadras issus des industries créatives que par des étudiants ayant pris goût au voyage grâce au programme Erasmus.

Dernier « game-changer » comme disent les Anglo-Saxons, soit un nouveau venu redéfinissant soudainement par son approche innovante une grande partie des règles et des parts de marché d'un secteur : Airbnb (*voir encadré*). Bien au-delà de toute considération budgétaire, le leader des sites de location de logements entre particuliers permet surtout aux voyageurs de vivre leur séjour non pas comme des touristes, mais comme des locaux. Une façon d'offrir une actualité résolument XXI<sup>e</sup> siècle à la sage phrase attribuée à Ambroise de Milan au IV<sup>e</sup> siècle : « À Rome, fais comme les Romains »... 



4

© NIKOLAS KOENIG

3/ Au Generator londonien, on a le choix entre dortoir et chambre privée, mais les espaces communs ne rognent pas sur le confort.

4/ Le salon impeccable du Generator à Londres.