

Publié le 10 février 2010

Traditours lance un troisième «voyage mystère»

**André Désiront, collaboration spéciale
La Presse**

Déboursier plus de 7000\$ sans savoir ce qu'on achète: c'est ce que propose l'agence lavalloise Traditours, qui programme un «voyage mystère» pour la troisième fois en quatre ans. Les consommateurs qui s'inscriront à ce circuit de 16 jours déboursieront 7395\$ pour s'envoler le 4 novembre prochain vers une destination inconnue. «C'est l'intérêt de ce type de produit: le suspense débute dès le moment où les gens s'inscrivent et nous l'alimentons en leur adressant régulièrement des recommandations et des indices qui les font rêver», dit Jacques Rodier, président de Traditours.

Le premier voyage à l'aveugle commercialisé par cette agence spécialisée en circuits haut de gamme avait eu lieu en octobre 2006. Traditours avait reçu 180 demandes pour ce groupe, limité à 32 inscriptions. Le jour du départ, les participants avaient été convoqués dans un vignoble de Saint-Eustache. Ce n'est que deux jours plus tard, à Johannesburg, où ils s'étaient retrouvés après une escale à Paris, qu'ils avaient appris que leur destination finale serait la Namibie.

L'an dernier, le deuxième voyage mystère avait également suscité une vague de demandes, dont une bonne partie émanait de France, où Traditours s'est acquis une clientèle de fidèles. L'agence avait alors décidé d'organiser des groupes d'une vingtaine de participants chacun, qui partaient à quelques jours d'intervalle. La destination choisie était Bali. «Mais un Bali «renouvelé»et loin des plages bondées que fréquentent les touristes de masse», observe Jacques Rodier.

L'idée d'un voyage mystère est venue au propriétaire de Traditours de manière fortuite. Alors qu'il était occupé à terminer un travail urgent, des clients de passage à l'agence lui ont demandé quel voyage fabuleux il préparait. «Je leur ai répondu à la blague que c'était un secret», dit-il. «Ils ont pris ça à la lettre et m'ont dit qu'ils étaient prêts à s'inscrire. Ils en ont parlé à des amis et les demandes ont commencé à déborder. J'ai réalisé que l'effet de surprise était une composante appréciée pour un voyage.»