

# Amplitudes, des expériences uniques

L'agence de voyages haut de gamme a ouvert début janvier dans le quartier des Chartrons, à Bordeaux. Créée en 1991 à Toulouse par José Martinez, Amplitudes s'est imposée comme un acteur majeur du voyage sur mesure.

« **N**ous sommes des artisans du voyage. Nous partons d'une page blanche à chaque fois pour créer un voyage pour nos clients. Nous avons la culture de l'excellence, le sens du détail », pose Laura Martinez, directrice générale d'Amplitudes, qui a repris l'entreprise familiale il y a huit ans après un parcours dans le luxe.

La clientèle est variée, avec tous les schémas familiaux. « Bon nombre sont venus pour la première fois chez nous pour l'organisation de leur voyage de noces. Ils reviennent des années après pour voyager en famille. Retraités, ils continuent à voyager, en couple ou avec leurs petits-enfants. Enfin, de jeunes couples nous délèguent,

par manque de temps, l'organisation de leur voyage. En moyenne, ils s'offrent un voyage tous les deux ou trois ans, avec un panier moyen de 20.000 € au total (environ 6.700 € par personne), en fonction de la destination et de la durée du séjour, entre 10 et 21 nuits », détaille Laura Martinez.

Déjà implantée à Toulouse et à Paris, Amplitudes est désormais à Bordeaux, au 76 de la rue Notre-Dame. « Dans cette région, nous avons déjà une équipe et des clients, mais pas d'agence physique », précise la directrice générale.

Le projet bordelais, envisagé en 2019, a été stoppé par le Covid. « En 2025, on s'est remis à chercher un local dans un lieu correspondant à notre ADN,

d'où le choix du quartier des Chartrons. À Bordeaux, il y a un vrai marché pour le voyage sur mesure haut de gamme. Ouvrir une agence permet d'avoir plus de proximité avec nos clients et d'aller à la rencontre de nouveaux. Bien qu'aujourd'hui on communique beaucoup par mail, visio ou téléphone, avoir un lieu chaleureux où se retrouver, échanger, notamment lors de la remise du carnet de voyage avant le départ et/ou pour le débrief, au retour, est important », explique Laura Martinez.

## Un accompagnement en plusieurs étapes

Chaque projet débute par un entretien d'environ trente minutes avec le(s) client(s). « Cela nous permet de mieux les connaître, de lister centres d'intérêt, envies, besoins, de voir si la destination choisie correspond à leurs attentes, pour ensuite créer un voyage personnalisé au maximum », affirme Yannick Chapuis, responsable de l'agence bordelaise, qui compte cinq spécialistes.

Le conseiller peut proposer une autre destination si elle correspond mieux aux attentes. La préparation se poursuit avec des attentions personnalisées : « Nous leur offrons des objets qui les mettent dans l'ambiance de leur futur voyage, par exemple un guide, un livre ou une bougie parfumée évoquant la destination, en fonction de



Yannick Chapuis avec une partie de l'équipe bordelaise, Margot Lequilleuc et Marie-Laure Delagneau.

Ph AD

leur personnalité », indique le professionnel.

Chaque conseiller est spécialisé sur une zone géographique. « Aujourd'hui, on arrive à couvrir le monde entier au sein de l'agence bordelaise », assure Yannick Chapuis.

## Les tendances

Pour 2026, « le Japon reste en tête, suivi de la Polynésie française, de la Tanzanie, de l'Afrique du Sud et de la Thaïlande, indique Laura Martinez. L'Égypte explose, Oman aussi. Pour les destinations européennes, nous avons un savoir-faire historique sur l'Italie et proposons des destinations plus fraîches, en Europe du nord, dont la Norvège et la Finlande. »

Les attentes évoluent. « Nous constatons une envie de voyager à un rythme modéré. Aujourd'hui, on cherche plus la rencontre et le partage des moments, le côté authentique. Les gens préfèrent rester plus de temps au même endroit. S'ils aiment, ils reviendront pour compléter la découverte », observe Yannick Chapuis.

Forte de son expertise, Amplitudes mise sur des expériences immersives. Yannick Chapuis cite l'exemple de Singapour : « Souvent, on associe la cité-État à une ville futuriste qu'on visite en une journée, alors qu'on peut y rester quatre ou cinq jours, visiter ses quartiers ethniques, y déguster sa riche offre gastronomique. Singapour est aussi un archipel composé de

plus de 60 îles. On peut ainsi se retrouver rapidement dans un environnement marin qu'on n'imagine pas... »

Ces dernières années, le numérique a permis d'élargir la clientèle : « Cela nous a permis de passer d'une clientèle de quartier à une clientèle française, voire internationale, Suisse, Belge, Luxembourgeoise... », dit-il.

L'entreprise investit dans l'intelligence artificielle. « Nous avons créé une équipe dédiée. Il ne s'agit pas de remplacer le travail du conseiller mais d'apprendre à utiliser l'IA pour gagner du temps et en efficacité et former plus rapidement les nouveaux arrivants », explique Laura Martinez.

Anna DAVID



Laura Martinez.

Ph Amplitudes