

## LA GRANDE ÉVASION SUR LES PLAGES DU NORDESTE

Agence : SoBeIncentive. Réceptif : Maracuja Tours. Transport : TAP. Hébergement : Luzeiros Fortaleza, Pousada Villa Long Beach. Cible : collaborateurs, partenaires.

Avec ses plages qui s'étendent à l'infini et que l'on sillonne en buggy, la région de Fortaleza a ce goût d'aventure et d'immensité qui ne manque pas de surprendre les visiteurs. C'est aussi une valeur sûre pour s'évader sous le soleil quand, au plus fort de l'hiver, l'Europe grelotte. Les 18 participants de ce séjour en ont fait l'expérience du 28 janvier au 1<sup>er</sup> février. Ils étaient invités par Platinium et Lemonedubagage.com, deux sociétés qui forment un groupe fabriquant et distribuant des bagages sous licence, et qui compte 9 salariés.

Cap sur le littoral brésilien donc, pour ces participants qui n'ont connu la destination qu'à

l'aéroport, puisque tel est le modus operandi de cet annonceur. Après une nuit à Fortaleza, départ en buggy vers Canoa Quebrada. Le groupe enchaîne sur deux journées de rallye le long des plages en faisant étape dans les villages et les paillotes pour déjeuner en mode Robinson, et assister à une démonstration surprise de capoeira. Le dernier jour offre son lot d'expériences locales : un match de foot avec une équipe brésilienne et une sortie en mer à bord d'une jangada, l'embarcation traditionnelle des pêcheurs. Après une ultime baignade et un tour au marché de nuit de Fortaleza, c'est la fin de ce séjour « nordestino » et le retour en vol de nuit.



### ALAIN SEROUSSI PRÉSIDENT DE PLATINIUM

**M&T** – Ce séjour où étaient conviés vos collaborateurs et partenaires montre que le voyage incentive n'est pas réservé aux grandes structures. Comment êtes-vous arrivé à cette démarche ?

Je pensais ne pas être en mesure d'investir dans de tels voyages, en passant par une agence. Ni en avoir la culture d'ailleurs, car il faut une culture pour cela, un peu comme lorsque on achète des œuvres d'art. C'est la rencontre avec une agence, en l'occurrence SoBeIncentive, qui m'a convaincu. Nous avons commencé avec un budget modeste, en partant à Tozeur il y a 3 ans, on a continué ensuite avec la Laponie. Le budget suit la croissance de notre activité.

**M&T** – Comment ces voyages bénéficient-ils à l'entreprise ?

D'une part c'est fédérateur pour les salariés car tout le monde est réuni, et cela apporte une forme de reconnaissance. D'autre part c'est aussi l'occasion de partager un moment avec nos partenaires, avec qui on n'échange que par Internet habituellement. Ils se sentent privilégiés d'avoir été conviés. Tout cela permet de repartir pour une année de relations plus décontractées, donc plus efficaces.

**M&T** – Quels ont été les moments forts de ce séjour au Brésil ?

Pour commencer, les cris de joie du groupe dans l'aéroport, quand ils ont pris connaissance de la destination, puisque c'était une surprise. Ensuite c'est l'expérience créée qui fait vibrer les gens. Il y a toujours une animation à venir, peu de temps mort et des activités qu'ils ne feraient pas par eux-mêmes. En réalité ce n'est pas tant la destination que la bonne organisation du séjour qui a cet « effet wow ».