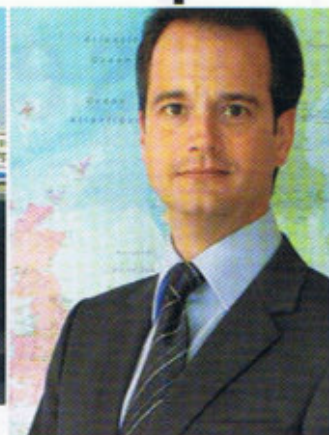


Lunajets veut remplir le vide



L'aviation privée est aussi une alternative pour les professionnels du tourisme pour les affaires comme pour les loisirs. Eyméric Segard

Ce spécialiste de l'aviation d'affaires veut développer le secteur en optimisant les heures de vol.

Alain Bossu

«Après trois mois d'exploitation commerciale, Lunajets compte quelque 70 opérateurs à travers le monde et peut accéder à plus de 250 avions», se réjouit Eyméric Segard. Co-fondateur de la société, c'est lui qui en a eu l'idée et qui, surtout, a compris d'autant plus vite le développement possible que rien de ce genre n'existait encore.

Lunajets.com permet en quelque sorte d'optimiser l'aviation d'affaires. «Lunajets s'adresse principalement à ceux qui veulent voyager à la dernière minute, c'est donc un service parfaite-

ment adapté à la clientèle d'affaires. Nous venons d'avoir une demande d'un client qui avait perdu sa connexion d'avion de ligne entre Milan et Londres. Il ne nous a fallu que 2h30 pour lui trouver un avion d'affaires qui puisse effectuer le trajet demandé. Mais c'est surtout sur le long-courrier, et en particulier les vols transatlantiques, que la demande est la plus forte. Sur un trajet Londres-New York, nos clients gagnent jusqu'à 3 heures de temps, porte à porte, sans parler du confort et des conditions de vol incomparables. Ils évitent toutes les contraintes de l'aviation de ligne et utilisent l'aéroport de Teterboro, à seulement une vingtaine de minutes du centre de Manhattan.

DES AVIONS DE DERNIÈRE MINUTE sont-ils aussi faciles à trouver? «Nous avons des

vols transatlantiques à vide presque tous les jours. Pour une demande de dernière minute, Lunajets est vraiment la solution idéale. Et, à 25000 euros pour un avion de dix places, l'offre est imbattable. J'ajoute que le vol à vide est aussi un atout pour une clientèle de loisirs quand les avions réguliers sont remplis.» Lorsqu'il a créé la société, Eyméric Segard a vérifié sur Internet et constaté avec surprise que rien de ce type n'existait. Cela veut-il dire que le monde de l'aviation d'affaires fonctionne encore sur des clichés anciens? «Non, cela signifie simplement que l'aviation d'affaires ne disposait pas d'une vitrine simple, transparente et directement ciblée pour optimiser les vols à vide. Avec Internet, un nouvel outil s'est présenté aux opérateurs d'avion et cela leur offre un nouveau canal de distribution. Franchement, nous sommes très heureux de la réaction. Cela prouve que notre produit répond à une demande du marché.

EYMERIC SEGARD N'OUBLIE PAS les professionnels du tourisme d'affaires. «Nous leur offrons une véritable alternative et ce sont déjà des clients très importants pour nous et je crois pouvoir dire qu'ils attendaient ce service. Mais c'est valable aussi pour le tourisme de loisirs. Le client décide en fonction de son budget, du niveau de confort et du service.»