

## Réservé aux femmes : ce tourisme d'un nouveau genre

*D'après l'article sur lefigaro.fr*

ENQUÊTE - S'ils constituent encore un marché de niche, les voyages exclusivement féminins prennent peu à peu de l'ampleur, et répondent à des enjeux plus actuels que jamais.

« Je voulais partir sans ma famille depuis longtemps. Et ce, pour plusieurs raisons : me libérer de ma charge mentale quotidienne, en tant que femme et maman, et parce que j'aime voyager. » Juliette, bientôt 50 ans, a voulu s'entourer d'autres femmes pour réaliser une envie profonde : celle de se ressourcer. Mais pourquoi uniquement des femmes ? « On est plus à l'aise entre soi. On peut parler de tout, s'entraider, s'encourager. Avec des hommes, on n'aurait pas eu la même liberté », confie-t-elle. Elle se tourne alors vers une agence, *L'Odyssée du papillon*, qui organise des voyages exclusivement féminins. En septembre 2022, elle s'envole pour Bali avec six autres voyageuses. « Je suis prête à le refaire sans hésiter ! », s'enthousiasme-t-elle.

L'initiative de Juliette est loin d'être isolée. Les femmes vadrouillent plus que jamais. Un premier chiffre met en lumière cette tendance : le nombre de voyageuses en solo est passé de 59 à 139 millions entre 2014 et 2017, selon l'Organisation mondiale du tourisme. Plus récemment, le SHe Travel Club, label qui certifie les hôtels répondant à des critères d'accueil pour les clientes voyageant seules, a avancé une autre donnée : la population féminine représenterait 64% des globe-trotteurs. Si #MeToo a permis un élan émancipateur et salvateur pour les femmes, le phénomène est en réalité loin d'être nouveau. Les voyageuses ont toujours existé, malgré les ordres établis, nous rappelle l'écrivaine Christel Mouchard.

Mais le marché du *women only* a mis du temps à se former. Après quelques années hésitantes, il semble désormais se structurer. Si les voyageurs historiques ne se sont pas encore emparés de la thématique, d'autres acteurs ont déjà imprimé leur marque, à l'image de Copines de voyage. L'idée ? Faire partir ensemble des inconnues qui deviendront des *copines de voyage*. La société a prévu de faire partir 15.000 femmes d'ici à la fin de l'année 2023. Et elle vise, pour les 10 ans de la marque, en 2026, les 60.000 voyageuses, soit six fois plus qu'à ses débuts. « Ce qui fait notre succès, ce sont nos compétences au niveau du digital, du marketing et du tour operating. Nous comptons aujourd'hui 1 million de membres sur le site », se félicite Olivier Masselis, cofondateur de *Copines de voyage*. La recette séduit un public plutôt jeune, âgé de 32 ans en moyenne, selon le site. Mais, avec des voyages pouvant rapidement atteindre le millier d'euros, avion et train non compris, toutes les bourses ne peuvent bénéficier de ces services. « Le positionnement se situe généralement au niveau des catégories socioprofessionnelles supérieures. Mais les voyages organisés impliquent souvent un surcoût », analyse Valérie Boned, secrétaire générale des Entreprises du voyage.

### « Se réconcilier avec les hommes »

Mais qu'offrent ces acteurs tournés vers le 100 % féminin ? À *L'Odyssée du papillon* sont conçus des voyages en immersion dans la culture des femmes d'un pays. Il ne s'agit pas seulement de réunir des voyageuses, mais de permettre des rencontres d'un autre ordre. « En Corse, nos clientes ont pu parler avec la fille d'un berger, qui lui avait transmis toute sa connaissance des herbes et des fleurs. Elles ont pu échanger aussi avec une viticultrice. Au Japon, il y a eu des rencontres avec des geishas et des pêcheuses "ama" », raconte Pascale Orsola-Petit, fondatrice de *L'Odyssée du papillon*.

Pour ces spécialistes, un défi est de taille : celui de ne pas tomber dans les stéréotypes. Certaines initiatives ont subi des critiques : le Som Dona Women Only Hotel, ouvert en 2019 à Majorque, n'a pas su éviter l'écueil.

Au-delà de proposer un entre-soi féminin, le lieu mettait à disposition divers accessoires très genrés, comme des lisseurs, des espaces de rangement pour les bijoux. Quand le faux féminisme vire à l'opportunisme... Outre les agences de voyages, d'autres acteurs œuvrent pour rassembler les femmes et donnent une nouvelle dimension au voyage en solo ou en groupe.

C'est le cas de NomadSister (ex-La Voyageuse). Le site, qui se veut un *couchsurfing* au féminin, met en lien des voyageuses avec des hébergeuses. Fondée en 2019 par Christina et Derek Boixière, la plateforme propose 2 000 accueillantes validées et en vise cinq fois plus d'ici à la fin de l'année. Pour Christina Boixière, ce type d'initiative est essentiel. Car les raisons d'être entre femmes sont nombreuses. Fuir des rapports de séduction non voulus, échanger autour de sujets communs, ressentir une forme de sororité... Contrairement à ce que l'on pourrait croire, l'idée n'est pas nécessairement de rejeter les hommes. Mais de se retrouver dans des espaces sûrs pour mieux appréhender le monde. « Une voyageuse, qui avait subi des agressions, a été logée chez une dame et son compagnon. Cette expérience lui a permis de se réconcilier avec les hommes », confie la cofondatrice de NomadSister.

Désormais, l'hôtellerie aussi s'empare de ces problématiques. Sécurité, confort, services, restauration : le label SHe Travel Club passe au crible 70 critères pour offrir un meilleur accueil à la clientèle féminine. « Il s'agit d'avoir des personnes à la réception 24 heures sur 24, d'installer des judas et des verrous à l'intérieur des chambres ou encore de mettre à disposition des protections périodiques. Des propositions concrètes dont peuvent s'emparer les hôtels », martèle Valérie Hoffenberg, la présidente du label. Il y a du pain sur la planche. Selon une étude menée par SHe Travel Club auprès de 5000 femmes dans cinq pays, neuf sur dix estiment que le secteur hôtelier n'a pas adapté son offre à leurs besoins...

### **Christel Mouchard : « Le voyage au féminin n'était pas censé exister »**

Écrivaine et journaliste, Christel Mouchard s'est plongée dans l'étude des femmes voyageuses. Connues ou plus anonymes, ces personnalités n'ont cessé de lutter contre l'ordre établi, à des époques qui les condamnaient souvent au foyer.

*LE FIGARO.* - *Le voyage semble avoir été l'apanage des hommes. Pourquoi ?*

Christel MOUCHARD. - Le voyage au féminin a été une vraie conquête, car il n'était pas censé exister. Il a fallu que les femmes démontrent qu'elles en étaient capables. On parle souvent des voyageuses en solo, comme Alexandra David-Néel (première femme occidentale à atteindre Lhassa, la capitale du Tibet, NDLR) et Ella Maillart, mais d'autres ont également leur part dans l'histoire. Quand on lit les récits des migrantes qui ont traversé les Grandes Plaines, aux États-Unis, au XIXe siècle, le périple est souvent loin d'être subi.

*LF : Quelles sont les premières traces de ces vadrouilleuses ?*

ChM : Les femmes ont voyagé de différentes façons. Il y a bien sûr les exploratrices au XIXe et XXe siècles. Mais on retrouve aussi certaines traces au Moyen Âge, comme celles des pérégrines. Puis, celles des missionnaires. Outre la dimension patriarcale, le fait que les femmes n'aient pas fait d'études a souvent contribué à l'effacement du voyage au féminin dans l'histoire. Elles n'avaient aucune connaissance scientifique. Alexandra David-Néel a, par exemple, voyagé sans être capable de faire un relevé topographique.

*LF : Les femmes ont-elles traditionnellement voyagé en groupe ?*

ChM : Pas vraiment. Une femme, quand elle voyageait, le faisait avec son père ou son mari. Celles qui partaient par elles-mêmes ne voulaient pas *s'encombrer* d'une autre. Mais quelques-unes ont choisi le collectif, comme Ella Maillart. Elle a voyagé en groupe à deux reprises. Lors d'une croisière en Méditerranée, où à cinq, elles ont barré un voilier. Puis avec Annemarie Schwarzenbach, pour rouler à deux dans une Ford jusqu'en Afghanistan.

## COMPRÉHENSION DU TEXTE

### 1. Quelle est l'une des raisons pour lesquelles Juliette a choisi de voyager exclusivement avec des femmes ?

- A) Pour se libérer de sa charge mentale quotidienne et se sentir plus à l'aise pour parler de tout.
- B) Pour éviter les coûts élevés des voyages organisés.
- C) Pour participer à des activités spécifiques offertes uniquement aux femmes.
- D) Pour suivre une tendance populaire parmi les femmes de son âge.

### 2. Quel est le principal objectif des voyages organisés par L'Odysée du papillon, l'agence de voyage mentionnée dans le texte ?

- A) Offrir des voyages à bas prix pour les femmes à faible revenu.
- B) Organiser des rencontres entre voyageuses et des femmes locales pour une immersion culturelle.
- C) Fournir des accessoires et des services spécifiques aux femmes, comme des lisseurs et des espaces de rangement pour bijoux.
- D) Créer des espaces exclusivement féminins pour éviter les stéréotypes de genre.

### 3. Selon Christel Mouchard, pourquoi le voyage au féminin a-t-il mis du temps à être reconnu et valorisé ?

- A) Parce que les femmes préféraient voyager avec leur famille.
- B) Parce que les femmes manquaient d'intérêt pour l'exploration et la découverte.
- C) Parce que les femmes étaient traditionnellement limitées par leur rôle au foyer et leur manque d'accès à l'éducation.
- D) Parce que les femmes n'avaient pas les mêmes compétences physiques que les hommes pour voyager.

### 4. Quel est le principal argument avancé par Olivier Masselis, cofondateur de Copines de voyage, pour expliquer le succès de son entreprise dans le secteur du tourisme féminin ?

- A) Leur capacité à offrir des voyages à des prix plus bas que la concurrence.
- B) Leur expertise en matière de digital, de marketing et de tour operating, ainsi que leur large communauté en ligne.
- C) Leur spécialisation dans les voyages de luxe pour une clientèle aisée.
- D) Leur approche unique qui consiste à organiser des voyages surprises dont la destination est inconnue des participantes.

### 5. Selon l'étude menée par SHe Travel Club, quelle proportion de femmes estime que le secteur hôtelier n'a pas suffisamment adapté son offre à leurs besoins spécifiques ?

- A) Environ la moitié des femmes interrogées.
- B) Moins d'un quart des femmes interrogées.
- C) La totalité des femmes interrogées.
- D) Neuf femmes sur dix interrogées.

### 6. Quel pourcentage des globe-trotteurs la population féminine représente-t-elle, selon le SHe Travel Club ?

### 7. Quel est l'objectif principal de NomadSister (ex-La Voyageuse) et comment cette plateforme fonctionne-t-elle ?

### 8. Quels sont quelques-uns des critères évalués par le label SHe Travel Club pour améliorer l'accueil des voyageuses dans les hôtels ?

## LA DISCUSSION

1. Dans l'article, l'idée de voyager entre femmes est souvent liée à un besoin de se libérer des contraintes sociales et familiales. **Dans quelle mesure cette notion de 'libération' résonne-t-elle avec vos propres aspirations ou expériences, que ce soit en voyage ou dans d'autres aspects de votre vie ?**
2. L'article souligne que le tourisme féminin peut offrir des espaces sûrs et favoriser la sororité. **Avez-vous déjà vécu une expérience où le fait d'être dans un groupe spécifique (par exemple, par genre, origine, intérêt) a influencé votre perception d'un lieu ou d'une activité ? Comment cela a-t-il façonné votre sentiment d'appartenance ou de compréhension ?**
3. L'article met en lumière la complexité du *women only*, en soulevant la question des stéréotypes et de l'opportunisme commercial. **Selon vous, comment peut-on garantir que les initiatives visant à soutenir des groupes spécifiques (femmes, minorités, etc.) restent authentiques et évitent de renforcer les préjugés ou de devenir des outils marketing ?**
4. **Pourquoi certaines femmes choisissent-elles de voyager uniquement entre femmes ? Est-ce une bonne idée selon vous ?**
5. **Avez-vous déjà voyagé seule ou en groupe féminin ? Quels sont les avantages ou les inconvénients de ce type de voyage ?**
6. **Pensez-vous que les voyages « women only » sont une forme de féminisme ou un produit marketing ?**
7. **Est-ce que vous vous sentiriez plus en sécurité dans un hôtel certifié par le SHe Travel Club ? Pourquoi ?**
8. **Le tourisme féminin répond-il selon vous à des besoins spécifiques ? Lesquels ?**
9. **Comment les mouvements comme #MeToo ont-ils changé notre façon de voyager, selon vous ?**
10. **Avez-vous déjà eu une expérience de solidarité ou de sororité en voyage ?**
11. **Que pensez-vous de l'idée d'échanger uniquement entre femmes avec des locales (comme les pêcheuses au Japon ou les vigneronnes en Corse) ?**
12. **Voyager entre femmes, est-ce une manière d'échapper aux rôles traditionnels (mère, épouse, etc.) ?**
13. **Le voyage a-t-il été historiquement une forme de liberté pour les femmes ? En quoi les choses ont-elles changé aujourd'hui ?**

## LE VOCABULAIRE

### 1 Trouve un synonyme ou reformule chaque mot ou expression en gras, selon le contexte de l'article.

1. Elle voulait **se ressourcer** →
  - a.
2. Le phénomène prend de **l'ampleur** →
  - a.
3. Ces voyages répondent à des **enjeux** actuels →
  - a.
4. On peut parler de tout, s'**entraider**, s'encourager →
  - a.
5. L'idée n'est pas de **rejeter les hommes** →
  - a.
6. Elle a **subi** des agressions →
  - a.
7. Le label passe **au crible** 70 critères →
  - a.
8. Cette expérience lui a permis de **se réconcilier** avec les hommes →
  - a.
9. Le lieu proposait des objets très **générés** →
  - a.
10. Ces femmes ont lutté contre **l'ordre établi** →
  - a.

### 2 Complète les phrases avec les mots suivants : vadrouiller ; entre-soi ; hébergeuse ; sororité ; couchsurfing ; surcharge mentale ; pérégrine ; lisseur ; voyageuse ; sécurité.

1. Juliette voulait se libérer de sa ..... quotidienne.
2. Le site NomadSister fonctionne comme un ..... au féminin.
3. L'idée de ces voyages est de créer un ..... féminin, sans pression extérieure.
4. Le concept repose aussi sur une forme de ....., d'entraide entre femmes.
5. Une ..... a accueilli une femme qui avait besoin d'un endroit sûr.
6. Au Moyen Âge, certaines femmes faisaient des pèlerinages, on les appelait des .....
7. La ..... est l'une des priorités des hôtels labellisés SHe Travel Club.
8. L'hôtel Som Dona proposait des accessoires très stéréotypés, comme un .....
9. Avant, les femmes avaient moins de liberté pour .....
10. Le nombre de ..... solo a fortement augmenté ces dernières années.

### 3 Associez chaque début d'expression avec sa fin logique.

- |                              |                                       |
|------------------------------|---------------------------------------|
| 1. Voyager en solo           | a. dans la culture féminine locale    |
| 2. Mettre en lumière         | b. entre voyageuses inconnues         |
| 3. Créer un espace sûr       | c. un phénomène de société            |
| 4. Partir en immersion       | d. pour les femmes voyageant seules   |
| 5. Une forme de liberté      | e. peut renforcer la confiance en soi |
| 6. Des initiatives féminines | f. peut coûter cher                   |
| 7. Éviter les rapports       | g. dans un monde masculin             |
| 8. Une connexion immédiate   | h. de séduction non désirés           |
| 9. Un tourisme de niche      | i. devient une tendance grandissante  |
| 10. Le label SHe Travel Club | j. pour se sentir à l'aise            |