Little Guest, le spécialiste des vacances de luxe en famille, veut accélérer sa croissance



Augmentation de capital en vue pour l'organisateur des vacances de luxe en famille, Little Guest. Crédit: Jérôme MONDIERE

Par Philippe Lawson, Rédacteur en chef

Ayant fait preuve de créativité pour garder le lien avec ses clients pendant la crise du Covid-19, Little Guest récolte les fruits de ses actions à destination de sa clientèle. La société, basée à Bruxelles, qui propose des vacances de luxe accessibles via des réservations en ligne, a enregistré un chiffre d'affaires de 6,8 millions d'euros en 2021, en progression de plus de 240% par rapport à 2019 (2,8 millions d'euros). Elle affiche désormais près de 350 hôtels affiliés, majoritairement indépendants dans son réseau, et réalise un chiffre d'affaires de plus d'un million d'euros par mois en ce début de 2022. Ses dirigeants veulent réaliser une augmentation de capital de série A autour de 10 millions d'euros pour accélérer sa croissance et répondre à la demande qui explose.

La levée des mesures anti-Covid-19, notamment l'interdiction de voyager, a relancé le secteur des agences de voyages, mais celles-ci ne sont pas toutes logées à la même enseigne. La crise sanitaire a profondément changé les habitudes des consommateurs et revigoré les acteurs qui ont misé sur le digital. C'est le cas de Little Guest, l'organisateur de vacances de luxe pour les familles, basé à Bruxelles. Certes, les mesures anti-Covid-19 ont ralenti le développement de ses activités, mais ses dirigeants ont fait preuve de créativité durant la crise sanitaire et leurs efforts ont payé. « Tout d'abord, durant le confinement, nous avons été présents aux côtés de nos clients. Nous avons enregistré plus d'1,5 million d'annulations, nous avons appelé tous nos clients un par un pour les rassurer sur les remboursements et leur avons proposé différentes activités à réaliser en famille à la maison. Nous avons par exemple organisé des cours de yoga, de cuisine ou de bricolage par visioconférence, lesquels ont eu beaucoup de succès. Le 20 décembre 2020, alors que nous étions tous à nouveau confinés, nous avons offert aux enfants de nos clients 10 minutes de rencontre avec le père Noël par Zoom. C'était très émouvant », nous a confié Jérôme Stefanski, fondateur et CEO de Little Guest.

Un chiffre d'affaires multiplié par deux en 2022

Les différentes actions de l'organisateur des vacances de luxe en famille lui ont permis d'enregistrer en 2020 un chiffre d'affaires honorable, malgré le confinement et une baisse des demandes de réservation par rapport à 2019 (. La croissance s'est poursuivie en 2021 avec un chiffre d'affaires de 6,8millions d'euros. Et pour 2022, les dirigeants affichent de belles prévisions. « Nous misons sur un chiffre d'affaires de 14 millions d'euros pour 2022. En ce début d'année, nous enregistrons un chiffre d'affaires de plus d'un million par mois. Nous avons gagné beaucoup de points avec les différentes actions que nous avons menées pendant le Covid et aujourd'hui 25% des réservations se font via de façon automatisée sur notre site, sans que les clients entrent en contact avec nous. Le Covid a ouvert une nouvelle ère pour les agences de voyages et notre positionnement digital couplé à un service sur-mesure est un réel atout », poursuit Jérôme Stefanski.

Nous misons sur un chiffre d'affaires de 14 millions d'euros pour 2022.

Lancé en 2017, Little Guest vise la rentabilité pour fin 2022. L'organisateur travaille aujourd'hui avec un réseau de près de 350 hôtels dans le monde, principalement indépendants (il a commencé avec 10 hôtels en 2018) et compte 35 collaborateurs. Little Guest assure que son produit est un luxe accessible. Le prix moyen pour les vacances de quatre personnes (deux adultes et deux enfants) s'élève à environ 5.000 euros. Little Guest propose un service personnalisé, mariant une approche haut de gamme (spa, golf, table gastronomique, etc.) à des activités spécifiques dédiées aux enfants (ateliers créatifs, activités sportives, kids-club, etc.).

Des activités récréatives à faire en famille sont au programme.



Augmentation de capital en vue

Même si elle est une start-up belge, près de 70% des clients de Little Guest sont situés en France, un peu plus de 10% en Suisse et le reste de la clientèle se partage entre des Belges et des Anglais.

Se présentant comme la première agence de voyage kids-frienly en ligne, la start-up belge connaît donc une belle croissance et veut se donner les moyens pour accélérer son développement. Elle va lancer une nouvelle augmentation de capital en vue de lever un montant situé autour de 10 millions d'euros. Concrètement, la levée de fonds permettra notamment de renforcer son offre et sa technologie, intensifier les efforts marketing, dans le but de gagner des parts de marché. Little Guest avait réalisé une augmentation de capital en 2020 en levant 1,2 million d'euros.