Nouvel Obs

Tendances

Jérémy Vosse, concierge de luxe : « Le confinement nous a obligés à dire “non” à nos clients pour la première fois »

Footballeurs de haut niveau, VIP de marques de luxe, stars du cinéma ou dignitaires africains… Les clients de Jérémy Vosse, fondateur de « Premium Conciergerie », ont l’habitude de lui demander l’impossible. En un instant, ils se sont rendu compte que tout ne s’achetait pas. Interview.

Par Corinne Bouchouchi

Publié le 9 juin 2020 à 12h10 , mis à jour le 15 septembre 2021 à 22h24 | Lecture : 8 min.

Jérémy Vosse, fondateur de Premium Conciergerie ROMAIN MENORET

Commenter · S'abonner

Publicité
Nouvel Obs

La première fois que nous avons rencontré Jérémy Vosse, c’était dans les salons du Prince de Galles, un palace parisien où il a ses habitudes. Chemise d’un blanc éclatant et costume sombre, allure décontractée et sourire à toute épreuve, le quinquagénaire, fondateur d’une conciergerie très haut de gamme, Premium Conciergerie, nous avait raconté les us et coutumes d’une clientèle triée sur le volet, dont il fallait *« en quelques minutes »* satisfaire les envies les plus extravagantes : boucler en 48 heures un voyage autour du monde, donner à un appartement parisien l’allure de la jungle africaine le temps d’une fête d’anniversaire, dégoter une paire de sneakers introuvable ou une table dans un restaurant qui affiche complet…

C’était en janvier. Pour les « ultra-riches », Paris était l’écrin de toutes les envies et s’apprêtait, après Milan, à accueillir la « fashion week ». La bombe Covid n’avait pas encore explosé. 5 mois plus tard, on s’est demandé comment comme cette catégorie si particulière de la population avait vécu son confinement. Et l’on a retrouvé le chef d’entreprise un peu groggy mais résolument optimiste car convaincue que le monde d’après pourrait fort ressembler au monde d’avant… Interview.

Publicité
Nouvel Obs

Vous venez d’intégrer le réseau américain très select d’agences de voyage Virtuoso, un sésame dans l’organisation des voyages de luxe. Les affaires reprennent ?

C’est pour nous une excellente nouvelle. Nous rejoignons ainsi un cercle d’agences de voyage très fermé accessible uniquement sur invitation - une première pour une conciergerie française. Pour nos clients, c’est l’assurance d’un traitement VIP lors de leurs déplacements : l’accès à une sélection d’hôtel et Resorts exclusifs, avec surclassement à l’arrivée, des services aériens préférentiels, des horaires d’enregistrement aménagés… On ne va pas se mentir, pour un entrepreneur - j’ai monté cette conciergerie il y a six ans après avoir travaillé dans la musique et les jeux vidéos - cette crise sanitaire est un coup dur. Mais ça va mieux. Il y a une semaine, une grande marque de joaillerie de la place Vendôme nous a confié un gros dossier. Il est encore trop tôt pour se réjouir mais les signaux sont bons.

Votre conciergerie s’est d’abord fait connaître auprès de footballeurs de haut niveau. Vous évoquez maintenant une marque de haute joaillerie. En quoi consiste votre activité et qui sont vos clients ?
Nous avons 4 types de clients. Nous sommes en effet très marqués depuis l’origine par le monde du football, avec beaucoup de grands joueurs internationaux parmi nos membres. Mais nous avons aussi un pied dans le 7e art. Et depuis environ deux ans, nous développons deux nouvelles branches d’activité. D’une part, une clientèle institutionnelle et très fortunée des pays d’Afrique centrale et de l’Ouest. Et en parallèle, une branche plus « corporate » avec un pied dans la haute couture et la haute joaillerie. Par exemple, lors de la fashion week parisienne, des groupes nous demandent de prendre soin de leurs propres clients. Nous prenons en charge leur venue, depuis la réservation de l’avion jusqu’à la mise à disposition d’un chauffeur. Nous créons pour eux des événements : un tour de France des grands crus classés, une découverte olfactive avec de grands nez, ou même des représentations théâtrales « privées » mettant en scène les produits des marques hôte.

Plus de voyages, plus de shopping, plus de spectacles… Votre métier a perdu tout son sens à l’annonce du confinement !
Ce fut brutal et soudain, pour nous comme pour tout le monde. Personne ne s’y attendait, personne n’était préparé. Notre métier consiste à trouver des hôtels dans le monde entier, réserver des avions, choisir des restaurants, acheter des vêtements incroyables. D’un seul coup, quand le confinement s’installe et que la planète entière s’arrête, on se dit qu’on ne peut plus travailler ! C’est tout ça qui a fermé en premier. Et pour la première fois, nous avons dû dire « non » à nos clients…

Avez-vous pensé à fermer boutique ?

Nous avons souffert. Mais nous n’avons jamais cessé de faire notre métier. Au tout début, lorsque nous avons compris qu’il se passait quelque chose de grave, nous avons commencé par alerter nos clients. Et notamment à faire revenir ceux qui se trouvaient à l’autre bout du monde, quelqu’en soit la raison. Quelques jours avant les annonces officielles, nous leur avons dit qu’ils n’avaient que très peu de temps pour se décider… Ils sont tous rentrés.

Publicité

Nouvel Obs

Par contre, toute la partie « corporate » de notre activité s’est arrêtée net, ainsi que les demandes de notre clientèle africaine. De toute façon, ils ne pouvaient plus voyager. Et dans leurs pays, ils n’ont pas besoin de nous…

Nos autres clients ont continué à nous demander des services. Les demandes étaient juste différentes. Elles étaient plus limitées et sortaient de leurs habitudes. Par exemple, ils nous ont demandé des choses aussi banales que des couches-culottes pour le petit dernier ou des courses alimentaires. Ils ne voulaient, ni n’osaient, se déplacer dans les magasins. Alors on faisait leurs achats, puis on les désinfectait, avant les livrer en bas de chez eux.

Fini les restaurants gastronomiques et les grands crus, vous vous fournissiez au « Franprix » du coin ?
Bien sûr ! En fait, nous nous sommes adaptés aux contraintes des différents pays européens dans lesquels résident nos clients. En France, ce n’était pas facile. Tout n’était pas disponible, il y avait de longues queues, des produits en rupture… Mais on a mis un point d’honneur à trouver tout ce qu’ils nous demandaient, au moment où ils le souhaitaient, et selon leurs besoins. Ainsi, les joueurs de foot se sont retrouvés confinés comme vous et moi mais ils avaient besoin de s’entretenir, de préparer une reprise dont ils ignoraient la date. Beaucoup nous ont demandé de trouver du matériel sportif.

Vos joueurs de foot avaient besoin de tapis de yoga en urgence ?
Non, pas vraiment des tapis de yoga. Mais il fallait qu’ils s’entraînent et ils n’ont pas tous des salles de gym à la maison. Ils avaient besoin de machines pour courir, d’haltères, de poids, tout ce dont un sportif de haut niveau a besoin. Et tous les magasins qui pouvaient les leur fournir étaient fermés. Je peux vous dire que ce fut compliqué. Mais on y est arrivé. On a commencé à les acheter ou à les louer auprès de partenaires hôteliers qui de toute façon étaient fermés. Puis on a réussi à faire rouvrir les entrepôts d’une marque de matériel sportif très connue. Ce jour-là, je peux vous dire qu’on leur a acheté beaucoup de choses…

Trouver du matériel sportif pour des joueurs de haut niveau n’a rien d’un caprice. Dans l’ensemble, vos clients se sont-ils montrés raisonnables ?

On est extrêmement proches de nos membres. Le confinement, curieusement, nous a permis de nous rapprocher encore plus, d'échanger énormément. Nous avons senti un réel besoin de conseils, sur une série télé à regarder, un livre à lire, un jeu de société à découvrir en famille… Il était clair que nous n'allions pas nous placer au-dessus des lois et faire ouvrir des magasins pour leur procurer un sac de haute couture ou quoique ce soit du même type. Je préférais utiliser mon énergie à trouver du gel, des gants, des masques.
Dans l'ensemble, nos clients ont été très compréhensifs et bienveillants. C'est un choc qui a bouleversé nos vies, les leurs comme les nôtres. Ils ont eu les même peurs, les mêmes angoisses que nous. La seule différence, c'est qu'ils avaient un peu plus de place que nous dans leurs logements…

Publicité
Nouvel Obs

Publicité
Nouvel Obs

Les plus jeunes de vos clients ont été tout aussi compréhensifs ?
Ils étaient tout aussi bienveillants, mais ils ont eu un peu plus de mal à comprendre ce qu'il se passait. Quelques jours après le confinement, ils continuaient à nous demander de leur organiser des voyages… Il a fallu leur expliquer que même en jet, ce n'était pas possible ! On les a un peu secoués mais au bout d'une dizaine de jours, et beaucoup de « Non ! », ils ont fini par comprendre. Pour eux, d'habitude, il n'y a pas de « Non ». Ils me disaient : mais tu arrives toujours à faire les trucs, tu vas trouver une solution, tu vas appeler machin…

Pour cette clientèle, entendre un « non » est un choc ? En tout cas, ils n'en ont pas l'habitude. Et ils ont vraiment dû changer leurs habitudes. Dès le début du confinement, nous avons rappelé, pour leur sécurité, tout notre personnel de maison, hommes et femmes de ménage, cuisiniers… Ils l'ont compris mais pour la première fois, certains ont dû apprendre à cuisiner des pâtes. Nous nous sommes ainsi aperçus que certains de « nos » sportifs mettaient très souvent des pizzas surgelées sur leurs listes de courses… Au bout d'un moment, nous leur avons diplomatiquement conseillé de varier leurs menus. Ils sont parfois très jeunes, mais ils savent aussi que leur corps est leur meilleur atout. Ils comprennent vite où est leur intérêt.

La sidération passée, pensez-vous que votre clientèle reprendra sa vie d'avant, comme si de rien n'était ?
Il y aura peut-être de petits ajustements. Mais franchement, je crois qu'une fois la crise derrière nous, la vie reprendra comme avant. Nos clients se remettront à dépenser, à voyager, à faire du shopping. C'est leur vie. Faut-il s'en désoler ? De mon côté, j'aime donner du sourire à mes membres et je suis heureux de voir rouvrir les terrasses des restaurants, et bientôt tous les hôtels.

Aujourd'hui, on sent chez eux une profonde envie de bouger, de sortir des frontières. On leur conseille d'attendre le 15 juin pour choisir leurs destinations, une fois que les gouvernements européens auront pris leurs décisions. En attendant, nous préparons des plans A pour des voyages de rêve dans des pays lointains, des plans B pour des voyages en Europe, et des plans C pour la France. On appuiera ensuite sur tel ou tel bouton. Pour l'instant, nous avons ce gros focus sur les vacances. Pas encore de demandes extraordinaires. Mais ça reviendra. Et je le souhaite car cette vie d'avant me plaisait bien. C'est mon travail.

A lire aussi

Paris à l'heure des super-riches
Abonné

Par Corinne Bouchouchi

Dans la rubrique Tendances

Sélection Le hit-parade de la mode : « Bordel, je vois rien ! »

Série « 7 min en train contre 45 minutes en bus » : autour d'Avignon, les « petites lignes » de TER séduisent mais leur attractivité reste fragile

Enquête Génération « Sephora Kids » : « Ce sont désormais des filles qui apprennent à d'autres filles à devenir des femmes »
Abonné

Récit Le hit-parade de la mode par Sophie Fontanel : « Je vais finir par lire »

Sélection Un rouge à lèvres pour nuits blanches ou un smartphone pour les JO… Quoi de beau cette semaine ?

Sélection Le hit-parade mode de Sophie Fontanel : « Je suis pour l'uniforme à l'école, tout à coup »

Sujets associés à l'article

Lifestyle

Publicité

Cours de langue Service partenaire

- Cours de français
- Test gratuit
- Cours d'espagnol
- Toutes nos langues

Les univers
EcoloObs
BibliObs
Rue89
TéléObs
Tendances
Culture
L'horoscope
Lab'O
Nouvelle ère

Dans l'actu
L'agriculture en crise
En Syrie, les défis de l'ère post-Al-Assad
Budget

Les services
Le magazine numérique
S'abonner / se désabonner
Le Club Abonnés
Newsletters
Les mots croisés
La boutique
Les archives
Le plan du site
Bilan retraite
L'appli : iOS | Android

Les sites du groupe
Le Monde
Télérama
Courrier international
Le HuffPost
La Vie
Le Monde diplomatique

Accès rapide
Programme TV gratuit et complet
La conjugaison
Fonds pour l'indépendance de la presse

Mentions légales | CGV | Copyright | Publicité | Politique de confidentialité | Gestion des cookies | Aide / Contact

© Le Nouvel Obs - 2024

Les marques ou contenus du site nouvelobs.com sont soumis à la protection de la propriété intellectuelle.