



Une clientèle au potentiel élevé

Les voyageurs d'affaires constituent une cible majeure pour les prestataires touristiques

Le segment des voyageurs d'affaires, c'est :

- ⊙ Un bassin important de voyageurs et un marché estimé à 23 milliards d'euros en France
- ⊙ Un secteur très rémunérateur par séjour et par client : dépenses de 2,5 à 3 fois supérieures à celles d'un touriste loisir
- ⊙ Un potentiel de croissance significatif : essor des échanges commerciaux internationaux de 80% entre 2000 et 2020
- ⊙ Plus de 1400 opportunités de séjours en IDF : foires, salons, congrès, incentives, séminaires, déplacements individuels

Evolution du profil des voyageurs d'affaires

Le voyageur d'affaires est :

- ⊙ De plus en plus jeune : son âge moyen est passé de 49 ans en 2002 à 41 ans aujourd'hui
- ⊙ Représenté par une proportion croissante de femmes : passage du quart au tiers de 2002 à 2008
- ⊙ Accro aux nouvelles technologies
- ⊙ Avide de découvrir la destination qui l'amène à faire des affaires : 74% des touristes d'affaires à Paris déclarent profiter de leur séjour pour visiter la ville et mener des activités extraprofessionnelles



Le voyageur d'affaires et ses principales attentes

- 1** Le voyageur d'affaires cherche avant tout à **optimiser son temps** : rapidité de réservation, facilité de connexion, accès à la technologie de pointe... Il souhaite obtenir ce dont il a envie quand il le désire
- 2** Son **niveau d'exigence est très élevé** : confort des chambres et room service, mise à disposition d'espaces de vie, proximité du lieu de travail, services d'information, de traduction, etc.
- 3** Il a la particularité de **combiner affaires et agrément** pour maximiser son déplacement : 47% des touristes d'affaires à Paris déclarent prolonger leur séjour professionnel par un séjour privé. Il n'est pas rare qu'ils se déplacent avec un membre de leur famille ou reprogramment un séjour pour découvrir la destination dans un contexte plus personnel

Les plus qui font la différence

Les voyageurs d'affaires sont unanimes quant à l'**accès gratuit à internet** mais leurs attentes de services complémentaires divergent selon leur profil:

- ⊙ L'écran plat dans la chambre : d'avantage plébiscité par les hommes
- ⊙ Les gadgets électroniques (type porteur MP3) : fortement appréciés des moins de 42 ans
- ⊙ La livraison de quotidiens dans la chambre : importante pour la clientèle aux revenus de ménage les plus élevés



NB : L'obtention des prévisions météorologiques est un service apprécié de l'ensemble de la clientèle affaires : 85% d'entre elle effectue une recherche sur la météo de la destination ou sollicite directement la réception de l'hôtel



Focus : les deux principaux segments de voyageurs d'affaires internationaux

Les assoiffés d'expériences (39% des voyageurs d'affaires)

Ils cherchent à combiner voyage d'affaires et intérêts personnels et profitent de leurs périodes de temps libre pour découvrir la destination

Cette proportion de voyageurs est largement représentée en France avec 44% d'« assoiffés d'expériences »

Les hyperbranchés (23% des voyageurs d'affaires)

Ce sont les plus sensibles aux nouvelles technologies de l'information et de la communication : ordinateur portable, Blackberry, connections sans fil etc.

Ils s'attendent à ce que l'équipement technologique offert soit à la hauteur de celui qu'ils possèdent chez eux

- ⇒ Ces segments regroupent près des 2/3 de la clientèle affaires
- ⇒ Il devient nécessaire de combler leurs attentes et de faciliter leur séjour...