SALTA

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Voyages linguistiques: l'anglais toujours en tête – le français à nouveau prisé

Avec une part de marché de 62,4%, les séjours dans les régions anglophones ont été de loin l'offre la plus prisée sur le marché suisse des voyages linguistiques en 2009. Derrière la Grande-Bretagne, les Etats-Unis sont désormais la deuxième destination la plus réservée et ont dépassé l'Australie. Les destinations plus proches sont à nouveau à la mode. Outre la Grande-Bretagne, la France a également bénéficié de cette tendance. Dans le segment de réservation des écoliers, le français a même été, l'an dernier, plus prisé que l'anglais. Mais, globalement, l'espagnol (10,4% des réservations totales) précède toujours le français (9,2%) et est ainsi le numéro deux sur le marché derrière l'anglais. Ces résultats ainsi que d'autres, fort intéressants, ont été révélés par le sondage annuel de l'association officielle des voyagistes spécialisés en voyages linguistiques SALTA (Swiss Association of Language Travel).

Zurich, le 18 janvier 2010 – L'an dernier, le secteur des voyages linguistiques n'a pas été totalement épargné par la crise conjoncturelle mais, par rapport à l'ensemble du marché des voyages, il s'est en moyenne bien tenu. C'est la conclusion que permet de tirer le dernier sondage effectué auprès de ses membres par l'association officielle des voyagistes spécialisés en voyages linguistiques SALTA (Swiss Association of Language Travel). Les voyagistes spécialisés en voyages linguistiques abordent l'avenir avec des sentiments mitigés. D'une part, ils espèrent que les entreprises investiront à l'avenir encore plus dans la formation des langues étrangères de leurs collaborateurs. D'autre part, il faut s'attendre à ce que, au moment de choisir une offre, les clients prêtent dorénavant davantage d'attention aux prix, ce qui signifie que, du point de vue de la situation, de la dimension des groupes ou de l'intensité des cours, ils auront plutôt tendance à opter pour des restrictions.

L'anglais est en perte de vitesse mais demeure le numéro un

Les séjours linguistiques dans les destinations anglophones occupent toujours le premier rang. L'an dernier, leur part de marché s'est élevée à 62,4%. Toutefois, par rapport à 2008 (68,4%), ce pourcentage est en baisse. En revanche, le numéro deux, l'espagnol (10,4%) et le numéro trois, le français (9,2%), ont enregistré une augmentation. Les langues «exotiques» telles que le chinois, par exemple, sont toujours plus appréciées.

Tendance vers les destinations plus proches

En ce qui concerne les destinations des voyages linguistiques, avec une part de marché de 18% (16,4% l'année précédente), la Grande-Bretagne, première destination, a encore augmenté son avance sur ses poursuivants. Les Etats-Unis (11,8%) ont délogé du deuxième rang la grande perdante, l'Australie (qui est passée de 14,5% l'année précédente à 11%). La France, dont la part de marché est passée de 8,5% à 9,2%, a connu une renaissance en tant que destination de voyages linguistiques. Ces chiffres correspondent aux déclarations de la plupart des prestataires en voyages

linguistiques d'après lesquelles les clients, en raison de la situation économique, ont tendance à choisir des séjours linguistiques plus courts dans des destinations moins éloignées. Toutefois, cette constatation ne vaut pas pour le segment de l'espagnol. Là, l'Amérique du Sud (5,5%) a dépassé l'Espagne (4,9%) en tant que destination.

Davantage de voyages linguistiques professionnels – moins d'écoliers

Par rapport à l'an dernier, la structure des clients des voyages linguistiques s'est quelque peu modifiée. Les voyages linguistiques professionnels dont la part de marché est passée de 3,8% à 4,9%, sont nettement plus prisés. En revanche, en ce qui concerne les écoliers, on note un recul (de 8.7% à 7,3%). La part de marché (de 3,7% à 3%) s'est également réduite pour le segment des plus de 50 ans. Avec 85,4%, le groupe cible principal pour les voyages linguistiques est comme jusqu'ici les jeunes adultes, souvent des personnes arrivées au terme de leur scolarité ou des étudiants.

Les logements individuels toujours plus prisés

En ce qui concerne l'hébergement, 68,5% des personnes ayant entrepris un voyage linguistique ont choisi l'an dernier la variante de la famille d'accueil. L'année précédente, ce chiffre était encore de 71,4%. Les logements individuels tels que studios ou appartements sont en revanche toujours plus appréciés. 26,9% des personnes ayant effectué un voyage linguistique (23,5% l'année précédente) ont opté pour cette variante.

Perspectives du marché: modérément positives

Les perspectives pour l'avenir sont jugées modérément positives par les prestataires en voyages linguistiques. La plupart de ces derniers considèrent que l'importance de la formation continue en matière de langues étrangères au sein de l'économie va continuer à augmenter. En revanche, l'évolution démographique, avec toujours plus de personnes âgées, suscite des inquiétudes. Les prestataires s'attendent en outre à une sensibilité croissante aux prix de la part des clients.

Tous les membres de SALTA ont participé à ce sondage.

Vous trouverez en annexe d'autres graphiques et tableaux.

SALTA (Swiss Association of Language Travel Agents) est l'association officielle suisse des voyagistes spécialisés en voyages linguistiques. Elle a été fondée en 2003 avec l'objectif de créer pour les consommateurs des critères de qualité compréhensibles et uniformes et d'en contrôler le respect. Les membres de SALTA offrent ainsi à leurs clients la plus grande sécurité possible en ce qui concerne la qualité et le sérieux de leurs prestations et des écoles linguistiques proposées. Pour être admis au sein de SALTA, un voyagiste spécialisé en voyages linguistiques doit être affilié au Fonds de garantie de la branche suisse des voyages qui couvre les fonds des clients. Avec ses critères de qualité, SALTA crée une transparence sur le marché suisse des voyages linguistiques et jouit pour cette raison d'une reconnaissance mondiale. Les membres de SALTA sont: Boa Lingua, Cosmolingua, Dr. Steinfels, ESL-Sprachaufenthalte, First Study, FOLLOW ME, globo-study, Interstudy, LAL Sprachreisen, Linguista, Sprachen.ch et Pro Linguis.

Informations complémentaires (médias):

Primus Communications GmbH
Vanessa Bay
Tél: +41 (0)44 387 57 37 / Mobile: +41 (0)79 800 56 77
vanessa.bay@primuscommunications.ch / www.primuscommunications.ch