



## Séjours linguistiques : ce n'est pas que pour les enfants ! Des offres pour les professionnels et les seniors

Trouver des relais de croissance dans un marché saturé et ultra concurrentiel. Tel est le défi que doivent relever chaque jour les agences de séjours linguistiques. Elles multiplient ainsi les nouveaux pays, les nouvelles méthodes d'apprentissage et les séjours à la carte afin de séduire les seniors et les professionnels, seule clientèle encore à conquérir.



**Les professionnels, une clientèle appréciée par les écoles de séjours linguistiques - DR**

**P**artir quinze jours en Angleterre pour peaufiner sa pratique de la langue de Shakespeare.

Telle est l'image d'Epinal du séjour linguistique, traditionnellement destiné aux enfants ou aux adolescents.

Un marché partagé entre un grand nombre d'opérateurs, qui restent assez discrets sur leur chiffre d'affaires ou leur nombre de passagers.

Car ce secteur concurrentiel frôle aujourd'hui la saturation.

"Il est aujourd'hui très difficile de progresser sur la tranche des 12 à 18 ans" confirme Damien Augier, le directeur de Boa Lingua.

Face à une offre toujours plus vaste, les clients se permettent d'être toujours plus exigeants.

"Les parents ont désormais des doléances très précises. Ils veulent des enfants du même âge ayant des centres d'intérêts similaires aux leurs et même parfois un animal domestique dans la famille" s'exclame Kseniya Yasinska, la déléguée générale de UNOSEL, un organisme regroupant 70 opérateurs de séjours linguistiques.

Une seconde association, baptisée l'Office compte 40 membres.

Les deux permettent de s'y retrouver un peu dans ce secteur éclaté et atomisé.

### Les professionnels : une clientèle très recherchée par les écoles

Mais quels que soient les sites ou les écoles, une constante demeure : l'anglais reste la langue la plus demandée, surtout par les adultes.

*"Les professionnels ont besoin d'un retour sur investissement immédiat. Ils veulent savoir parler anglais et l'appliquer immédiatement dans leur travail"* explique Sabine Bonnaud, responsable du département séjours linguistiques chez Formalangues, spécialisée sur la cible adulte.

Autre axe également en croissance : les cours par domaines d'activité, comme chez Boa Lingua. *"Nous proposons des cours spécialisés sur le droit ou la finance. Nous venons d'ailleurs de créer un module dédié aux professionnels de l'industrie chimique"* explique Damien Augier.

EF Education a lancé il y a deux ans un produit dédié aux hommes d'affaires doté d'un double objectif : apprendre à rédiger son CV et se présenter en anglais.

### **Des séjours difficiles à vendre en agence traditionnelle**

Séduire une clientèle de businessman est aujourd'hui l'une des clés du développement sur le marché. Car ces derniers ont des exigences plus élevées en matière de confort d'hébergement.

Ce qui fait grimper le panier moyen. Si une formation classique est facturée 500 euros, les professionnels déboursent en moyenne 2 500 euros.

L'offre de séjour à la carte connaît également un franc succès. L'agence You're Welcome en a d'ailleurs fait sa spécialité.

*"Il n'est pas question d'envoyer des groupes de Français encadrés par des Français à l'étranger. Nous ne faisons partir que des individuels afin que l'immersion soit totale"* martèle Rose Policastro.

Des produits qui plaisent aux seniors, appréciant de combiner cours d'anglais et découvertes culturelles.

Mais tous ces séjours restent durs à vendre en agence traditionnelle. Nouvelles Frontières s'y est frottée il y a quelques années avant d'abandonner totalement.

Et Damien Auger nous le confirme. *"Ce sont des produits pointus, mieux vaut vraiment être spécialiste pour conseiller une école ou une formation"*.

**Rédigé par Laury-Anne CHOLEZ le Jeudi 5 Décembre 2013**

**Tags : Boa Lingua, formalangue, séjours linguistique, UNOSEL, You'reWelcome**

**Source :**

**<http://www.tourmag.com>**