



[www.tourmag.com](http://www.tourmag.com)

Date : 18/07/2014

## Les séjours linguistiques ont la langue fourchue et bien pendue

Par : -

Les séjours linguistiques ne connaissent pas la crise et le nombre de personnes qui part ne cesse d'augmenter. Si les étudiants sont les plus nombreux à se laisser tenter par un voyage en immersion, les agences voient un nouveau profil se révéler parmi leurs demandes. Les actifs sont de plus en plus présents et cherchent à professionnaliser leur anglais. Retour sur les tendances de ces dernières années.

Pour les séjours linguistiques, les destinations anglophones sont les plus prisées - DR

La demande de séjours linguistiques reste à la hausse ces dernières années, et ce, pour tous les âges.

Si les agences proposent des séjours vers l'Espagne, la Chine, l'Inde, et le Brésil, l'anglais reste la langue la plus demandée.

« Il représente 80% de nos demandes alors qu'il y a dix ans, cette langue représentait 65% des ventes.

Les gens se rendent compte de l'importance de cette langue. On aurait pu penser qu'il y aurait des tendances vers des destinations exotiques mais non », détaille Damien Augier, le directeur France de l'agence Boa Lingua.

Les premiers à partir continuent d'être les étudiants et ces derniers décident de ces voyages en fonction de leurs études, ou de leurs examens.

« En tant que professionnel nous observons un phénomène en progression. Les jeunes partent de plus en plus tôt, même avant le bac.

Ils sont 20 à 25% de plus à partir pour le temps d'une année académique », raconte Marie-Laurence Perrichon, directrice de l'agence Ispa.

## Évaluation du site

Ce site s'adresse aux professionnels du tourisme. Il diffuse des articles détaillés sur l'actualité du secteur du tourisme.

**Cible**  
Professionnelle

**Dynamisme\*** : 12

\* pages nouvelles en moyenne sur une semaine



20 à 30% d'augmentation par an  
Toutefois, **un nouveau marché est en pleine croissance, celui des actifs**. Ils deviennent gourmands en séjours linguistiques.

L'Unosel, une association qui regroupe des organisateurs de séjours et stages linguistiques et éducatifs, parle d'un besoin d'apprentissage.

Ils cherchent à se professionnaliser pour pouvoir communiquer à l'international et veulent apprendre le savoir-faire et le savoir-être des pays anglophones.

Chez Boa Lingua, la clientèle active est en très nette progression depuis quelques années.

L'agence observe environ 20 à 30% d'augmentation par an. Cette clientèle devient de plus en plus précise dans ses besoins.

De son côté, Magali Toureille, responsable du marché France pour l'agence de séjours linguistiques ESL, fait le même constat : « La clientèle des actifs a augmenté d'environ 20 à 25% par rapport à 2010, il s'agit d'un segment spécial.

Nous faisons des séjours sur-mesure par rapport aux besoins du client. Nous ciblons les professeurs pour répondre à tel ou tel besoin ».

Apprendre l'anglais dans un but professionnel

Si ces actifs partent améliorer leur anglais, ce n'est pas en tant que simple voyageur.

Ils veulent un résultat derrière, que ce soit pour une reconversion professionnelle ou pour gravir les échelons et communiquer à l'international.

Sylvie Havard, directrice des bureaux France de OISE et membre de l'Unosel, remarque cependant que « les gens ne cherchent plus seulement la grammaire, mais à apprendre l'anglais dans un but professionnel.

Ils sont très soucieux de comprendre les différents accents. Ils veulent apprendre l'anglais dans un contexte. »

Unosel a ainsi reçu une forte demande pour des cours spécifiques d'accents, « apprendre à parler anglais mais avec un accent chinois » prend pour exemple l'association.

Les cours communs sont quand même les plus prisés tel que « business communication & cultural training » chez Boa Lingua, ou encore de l'immersion totale chez ESL.

« Nous faisons beaucoup de cours privés en immersion totale, c'est-à-dire chez le professeur. La personne habite et prend des cours chez la même personne », ajoute à ce sujet Magali Toureille.

L'agence Kaplan propose aussi des programmes portant sur l'anglais des affaires, la manière de présenter en entreprise et de rédiger un CV en anglais.

Arrivée en masse des cours par secteur d'activité

Mais **ce qui surprend, c'est l'arrivée en masse des cours par secteur d'activité**. Chez Boa Lingua par exemple, ce segment a augmenté de 20% ces dernières années.

Les secteurs les plus demandés sont « banque et finance », la justice pour apprendre les droits en vigueur dans différents pays et les ressources humaines.

Juste derrière arrivent le secteur pétrolier, le monde de l'industrie, l'ingénierie et la pharmacie.

Le vocabulaire est centré sur le domaine étudié. Mais c'est tout le concept autour du domaine qui intéresse.

Pour le secteur pétrolier, les actifs apprendront à présenter des données, des concepts techniques.

« Une société française de la région parisienne spécialisée dans la production de logiciels informatiques souhaitait commercialiser au Canada.



Le directeur financier a suivi la formation « English for banking and finance » combinée à des cours privés pour connaître les différences comptables entre le système français et canadien », raconte Damien Augier.

Si ces actifs partent de leur plein gré, ils ne se financent pas tous de la même manière.

L'association Unosel remarque que **80% des adultes qui partent choisissent de faire financer leur séjour par leur entreprise**. Ce que constate également Olivier Blonsard, directeur de l'agence OBK formation linguistique.

« Chez OBK nous avons deux types d'actifs qui partent, des cadres ou chefs d'entreprise qui se financent par leurs propres moyens, et des employés partent grâce au DIF (droit individuel à la formation). Ces derniers représentent la majorité des actifs (95%) ».

Avec la mondialisation du marché du travail, l'anglais devient de plus en plus important. Et vous, do you speak english ?