

Incentives

publié le 29/06/2007

<http://www.focusco.fr/spip.php?article76>



Les destinations qui ont la cote en 2007

Pour fidéliser et motiver sa force commerciale, il est important de la récompenser lorsque celle-ci obtient de bons résultats. Les agences organisatrices de voyages incentive proposent aujourd'hui de nouvelles destinations, en France et à l'étranger, même si certains sites continuent d'attirer la curiosité des entreprises.

Fini Deauville ! Fini l'Italie ! Vos commerciaux y sont déjà allés à plusieurs reprises et vous avez envie de les emmener découvrir d'autres horizons. En fonction bien sûr de votre budget et de vos motivations, vous pouvez leur concocter un séjour mémorable, dans une région qu'ils ne connaissent pas encore et qui mérite peut-être d'être découverte.

France : les valeurs sûres

« L'hexagone reste une destination plébiscitée. La moitié des incentives que nous mettons en place se font ici », constate Frédéric Ortiz, directeur de Zitrocom Voyages. Comme l'a remarqué le dernier baromètre Bedouk/Coach Omnium sur le tourisme d'affaires, les entreprises tendent à réduire en taille et en budget leurs opérations incentive. De fait, elles se tournent davantage vers la France. Et ce qui fonctionne bien, ce sont évidemment les régions où le soleil domine. « La côte d'Azur, ainsi que les côtes Basque et Atlantique suscitent toujours l'intérêt », note Pascale Lefort qui est à la tête de l'agence Connexions. Mais il y a également des endroits qui arrivent à tirer leur épingle du jeu. C'est le cas des régions plus isolées comme l'arrière-pays niçois ou l'Ariège par exemple. Mais ces destinations ne sont attractives que « si l'on y organise des activités originales et inattendues, telles des « Koh-Lanta » à la française ! », précise-t-on chez Zitrocom.

L'enquête 2007 montre par ailleurs que, d'une manière générale, les grandes villes restent privilégiées, et particulièrement Marseille. On ne se demande pas pourquoi... Les régions du Grand Ouest sont également bien représentées parmi les destinations de province choisies, selon les déclarations des entreprises interrogées par Coach Omnium. Mais, on trouve également des « destinations pour l'image, voire le prestige » comme Deauville, La Baule, Le Touquet, Cannes... Des destinations peu citées spontanément, et qui restent peut-être un peu convenues.

Une tendance se dessine à l'Est...

Véritable moteur économique, le TGV qui dessert aujourd'hui l'Est de la France, ouvre de nouvelles perspectives en matière d'incentives. L'agence Connexions concentre dorénavant et déjà ses forces pour y organiser des opérations. « C'est l'une des destinations françaises qui va connaître une forte demande, estime Pascale Lefort. Nous avons commencé à travailler sur la ville de Strasbourg, qui n'est plus qu'à 1h30 de Paris ». Le temps de trajet et la facilité d'accès étant toujours déterminants dans le choix d'une destination, la ville et les autres grandes agglomérations que sont Nancy et Metz, sont donc en passe de devenir des lieux « tendance ».

Cap vers l'étranger !

Selon le baromètre, 11,7 % des incentives ont lieu à l'étranger. L'Europe du Nord, avec l'Irlande notamment, sont des destinations phares. Elle est ensuite suivie par l'Europe du Sud (Espagne, Portugal...) et par le Maghreb, avec le Maroc puis la Tunisie. « Nous constatons tout de même une certaine désaffection pour ces pays, souligne le responsable de Zitrocom Voyages. L'Italie, la Grèce et l'Espagne restent chères et tout le monde les a déjà visités. Idem pour les pays d'Afrique du Nord qui sont, eux, pourtant intéressants financièrement parlant ».

L'Europe de l'Est : une confirmation

« Les grandes entreprises n'hésitent pas à envoyer leurs commerciaux vers les Caraïbes, le Mexique et le Brésil », remarque de son côté la directrice de Connexions. Mais les représentants des deux agences s'accordent à dire que l'Europe de l'Est est véritablement LA destination qui a la cote. Parmi les destinations émergentes dans le tourisme d'affaires, cette région du globe arrive d'ailleurs en tête dans l'enquête Bedouk/Coach Omnium. « La Croatie a ouvert la voie il y a quelques années. Mais ce sont aujourd'hui les grandes capitales comme Budapest, Prague ou Bucarest qui séduisent car elles ne sont qu'à 3h d'avion et les vols sont directs ».

Où envoyer vos meilleurs commerciaux ?

Si vous souhaitez vraiment marquer le coup, réservez-leur des destinations inédites ! Inde, Chine, Afrique du Sud, Argentine, Laponie, Panama... Les agences sont nombreuses à organiser des incentives sur-mesure vers des pays lointains et moins « communs ». Mais à défaut de pouvoir offrir ce genre de séjours, vous pouvez pourquoi pas opter pour l'Égypte, qui fait son « come-back » dans le monde du tourisme d'affaires et qui reste une destination beaucoup plus abordable. Mais de tous les incentives, ce sont ceux qui privilégient l'originalité des programmes qui sont les plus réussis ; qu'importe la destination.

Le prix est la première motivation dans le choix de la destination

Ainsi, les pays d'Europe de l'Est, l'Irlande et le Maghreb sont des lieux prisés. Ils bénéficient d'une bonne réputation et, selon certaines entreprises interrogées dans le cadre de l'étude Bedouk/Coach Omnium, ils bénéficient aussi d'un rapport qualité/prix intéressant comparé à certaines destinations françaises : « Les prix pratiqués dans ces pays sont très avantageux, même en ajoutant le coût des billets d'avion, nous sommes gagnants ». Sans oublier que le dépaysement est garanti !

Y.H-E