

Cas client : Cendant

Cendant demande à Experian de dresser le portrait des voyageurs de demain



Résumé

Mission

Explorer les facteurs attitudeaux, sociaux, économiques, culturels et technologiques qui affecteront les consommateurs sur les principaux marchés du voyage et dessineront l'avenir du secteur du voyage international en 2020.

Solution

Future Foundation, cabinet d'études socio-économiques.

Bénéfices

Elaboration d'une étude prospective recensant les défis et les opportunités que doit relever Cendant pour faire face aux évolutions du secteur : « Le monde du voyage en 2020 : une étude des facteurs qui vont changer le comportement des voyageurs et dessiner l'avenir du secteur ».

« De cette étude ressort clairement l'idée qu'il faut mettre en place un outil industriel permettant de faire du sur mesure afin de passer d'un concept produit à un concept client. »

Pierre Duarte, Directeur Général France de CendantTDS.

Client

Filiale distribution du groupe Cendant, leader mondial de l'industrie du tourisme, Cendant Travel Distribution Services est l'un des plus importants prestataires de services, traitement des informations et technologies liées au voyage. CendantTDS emploie près de 5 000 personnes dans 116 pays et rassemble le GDS Galileo, utilisé par plus de 43 000 agences de voyages avec plus de 60 000 hôtels, des entreprises de distribution en matière d'hôtellerie et de services, des agences de voyages en ligne...

Mission

CendantTDS a commissionné Future Foundation, cabinet indépendant d'études socio-économiques d'Experian, pour élaborer une étude anticipant les courants qui agitent les sociétés et les individus afin d'analyser les grandes tendances touristiques du futur. CendantTDS cherche ainsi à recenser les défis et les opportunités qui caractérisent ces temps de constante évolution du secteur du voyage. Les différents scénarios présentés dans l'étude lui permettront

d'adapter son offre et sa façon de communiquer à sa clientèle future.

Solution

La méthodologie utilisée pour rédiger l'étude a consisté à :

- **Effectuer des recherches documentaires** à partir de nombreuses sources : propres données Future Foundation sur les tendances des consommateurs (portail nVision), Cendant, OCDE, Banque Mondiale, Eurostat, American General Social Survey, Organisation mondiale du tourisme, IATA...
- **Elaborer et mener des interviews** en profondeur d'intervenants-clés au sein de Cendant ainsi que d'autres experts du secteur pour élargir les connaissances et valider les tendances actuelles.
- **Evaluer l'impact futur des tendances** envisagées selon leur probabilité et leur influence en utilisant le processus « Futureproofing » développé par Future Foundation. Ceci inclut l'évaluation et la hiérarchisation des impacts de ces tendances sur l'avenir du voyage, à la fois professionnel et de loisir.



CENDANT

Immeuble le Triangle de l'Arche
8, cours du Triangle
92937 Paris La Défense Cedex
Tél. : 01 41 45 10 10
Fax : 01 41 45 10 20

www.experian.fr
www.businessstrategies.fr

« A l'avenir, l'agent de voyages se devra d'être toujours plus près du consommateur, non plus comme un expert technologique, mais comme l'expert d'une offre ou d'une destination. »

Pierre Duarte, Directeur Général France de CendantTDS.

Bénéfices

L'enquête « **Le monde du voyage en 2020 : une étude des facteurs qui vont changer le comportement des voyageurs et dessiner l'avenir du secteur** » apporte de nombreux résultats prospectifs, fait apparaître de grandes tendances, délivre des conseils de positionnement pour le futur.

Pour Pierre Duarte, Directeur Général France de CendantTDS, cette vision de l'avenir du tourisme à horizon 2020 permet dès aujourd'hui

de prendre des mesures afin de se préparer aux mutations du secteur. *« De cette étude ressort clairement l'idée qu'il faut mettre en place un outil industriel permettant de faire du sur-mesure afin de passer d'un concept produit à un concept client. Dans cette optique, l'agent de voyages se devra d'être toujours plus près du consommateur, non plus comme un expert technologique mais comme l'expert d'une offre ou d'une destination ».*

Parmi les principales conclusions de l'enquête :

- la prospérité et la confiance des consommateurs alimentent la demande en une offre produit diversifiée et sur mesure, animée par la soif de nouveauté des CSP+ ;
- la création de nouveaux groupes de voyageurs résulte de l'éclatement de la famille nucléaire traditionnelle or ces nouveaux groupes sont mal pris en compte par l'industrie actuelle : solos (célibataires, divorcés), famille multigénérationnelle (le voyage comme occasion de retrouvailles pour 4 générations)... ;
- le tourisme « responsable » ne cesse de croître et aura un impact prévisible sur l'industrie du voyage : contingentements sur certaines destinations, listes d'attente... ;
- la sécurité, les classes moyennes des marchés émergents et l'encombrement aérien sont également des préoccupations à prendre en compte.