

INDEX DES PRIORITÉS DES VOYAGEURS 2025

Informations clés : fidélité

La façon de réserver ses voyages, tout comme les plateformes utilisées, évolue constamment, et la fidélité joue un rôle important à cet égard.

La confiance prime au moment de choisir où réserver

L'époque où les voyageurs réservaient uniquement auprès d'un prestataire de services de voyage ou d'une agence de voyages est révolue. Désormais, les consommateurs réservent où et comme ils le souhaitent, pourvu que la plateforme soit de confiance. Si les marques de voyage traditionnelles demeurent les plus populaires, un intérêt grandissant se porte sur les réservations via des prestataires non spécialisés.

Les consommateurs privilégient la réservation via :

1. Un prestataire de services de voyage qu'ils connaissent et en qui ils ont confiance
2. Un prestataire non spécialisé dans le voyage (comme une carte de crédit ou un détaillant) qu'ils connaissent et en qui ils ont confiance, soutenu par une marque de voyage renommée
3. Un prestataire non spécialisé dans le voyage qu'ils connaissent et en qui ils ont confiance
4. Un prestataire non spécialisé dans le voyage qu'ils ne connaissent pas

Les données de l'Index des priorités des voyageurs portent sur :

- 11 000 personnes interrogées
- 11 marchés clés 



82 % des consommateurs se montrent intéressés par la **réservation de voyages par l'intermédiaire d'un programme de fidélité non lié au voyage** dont ils sont déjà membres

et 43 % sont très ou extrêmement intéressés.

Volonté de convertir ses points de fidélité en expériences de voyage

Le voyage se positionne comme la catégorie privilégiée par les consommateurs pour l'utilisation de leurs points de fidélité.



Principaux types de voyages pour lesquels les consommateurs souhaitent utiliser leurs points de fidélité :

- 1 HÔTELS
- 2 VOLS
- 3 LOCATIONS DE VACANCES
- 4 EXCURSIONS/ ACTIVITÉS
- 5 LOCATION DE VOITURES
- 6 CROISIÈRES



Envie de cumuler des points et de les utiliser

68 % des consommateurs réserveraient un voyage dans le cadre d'un programme de fidélité non lié au secteur du voyage si cela leur permettait de **cumuler** des points.

67 % des consommateurs réserveraient un voyage dans le cadre d'un programme de fidélité non lié au secteur du voyage s'ils pouvaient **utiliser** des points dans ce cadre.



OPPORTUNITÉ

Il est clair que le processus de réservation des voyages est en train de changer. Alors que les voyageurs cumulent des points de fidélité, que ce soit auprès de leur enseigne de détail préférée, de leur banque ou via leur carte de crédit, ils aspirent à pouvoir les convertir en voyages. Pour consolider vos programmes de fidélité, l'intégration d'options de voyage est donc cruciale.

Renforcer la fidélité grâce à nos solutions de marque privée

