Écrit par jocelyne.hubert@finances.gouv.fr (Jocelyne Hubert)
Mardi, 26 Juin 2012 00:00 -

"Un peu moins de 22% des clients des chaînes hôtelières possèdent au moins une carte de fidélité, alors que huit chaînes hôtelières présentes en France sur dix (pour un total de 82 enseignes) disposent d'un tel programme, selon une étude de l'organisme Coach Omnium, publiée lundi 25 juin. Seule la moitié des établissements disposait d'une telle offre en 2000.

Parmi les possesseurs de carte de fidélité (22%), seul un sur deux déclare les utiliser vraiment. Plus du double pourrait en demander une, selon cette étude, car ils fréquentent suffisamment l'hôtellerie (plus de vingt nuitées par an).

Selon les voyageurs interrogés dans cette enquête, les programmes de fidélisation des chaînes hôtelières ont, pour nombre d'entre elles, des conditions générales d'utilisation et d'abonnement indigestes, souvent faites dans l'intérêt exclusif des hôteliers.

De nombreux clients trouvent que les récompenses à leur fidélité ne sont pas motivantes. Pour celles qui le sont, les voyageurs jugent qu'elles sont en pratique inatteignables, car pour en bénéficier il faut consommer beaucoup trop de nuitées.

Coach Omnium rappelle dans son étude, déjà menée en 2000 et 2004, que les cartes de fidélités des hôtels et leurs avantages octroyés ont nettement évolué en une décennie. Cadeaux, réductions et services VIP sont dorénavant plus accessibles, grâce notamment au développement d'internet.

Cette enquête a été menée auprès de 802 voyageurs français et étrangers, en mai dernier".

Consultez la source sur Veille info tourisme: Hôtellerie les clients peu intéressés par les cartes de fidélité malgré leur multiplication