

Marché de niche

Les célibataires, une nouvelle cible de clientèle à exploiter

Lancée depuis neuf mois, l'agence de voyages CpourNous propose des packages à destination des célibataires. Un marché souvent méconnu ou ignoré par les hôteliers, malgré le pouvoir d'achat élevé de cette clientèle.

Pour mettre ses forfaits au point, Matthieu Stauff, cofondateur de l'agence avec son frère, a démarché de nombreux établissements hôteliers dans toute la France. "Nous nous sommes adressés à tous types d'établissements et nous avons été diversement accueillis", insiste Matthieu. "Les jeunes hôteliers se sont montrés beaucoup plus sensibles à ce nouveau marché tandis que les plus âgés imaginaient de suite une réunion de personnes aux objectifs douteux et ils craignaient de voir leur hôtel transformer en lieu de débauche". Passé ce premier contact, les dirigeants de l'agence choisissaient les établissements en fonction de certains critères techniques, comme la possibilité de disposer de chambre individuelle ou avec des lits jumeaux et non doubles. "Globalement, l'aspect technique n'a pas trop posé de problème, les hôteliers habitués à recevoir la clientèle étrangère sont équipés selon nos attentes", poursuit Matthieu Stauff. Le choix final a donc été opéré davantage en fonction de la qualité d'accueil que des infrastructures.



L'agence CpourNous attire de plus en plus de célibataires notamment grâce à son site Internet

"Selon les forfaits thématiques, on s'adapte. Quand il s'agit d'œnologie, on choisit un cadre plus luxueux que pour les activités type rafting ou sauts en parachutes, pour lesquelles nous optons davantage pour des gîtes ruraux ou des chambres d'hôtes".

Aujourd'hui, l'agence dispose d'un book de 350 hôtels et demeures de charme, parmi lesquels le Mas d'Artigny situé à Saint-Paul-de-Vence en Provence. "La première opération que nous organisons avec CpourNous aura lieu en mai. Les célibataires constituent pour nous un segment aussi important que n'importe quel type de clientèle mais il est plus difficile à aborder et nécessite obligatoirement un partenariat", concède Arnaud Valary, directeur d'exploita-

tion du Mas d'Artigny. "L'agence nous permet d'acquérir une légitimité auprès de cette clientèle dont nous ne pourrions disposer seuls".

Le marché du voyages pour célibataires, souvent rapproché à tort des speed dating et autres systèmes de rencontres, reste difficile à cerner pour certains professionnels. Pourtant, Matthieu Stauff assure, "le marché du célibat n'est pas axé en priorité sur la rencontre, ce sont souvent des gens pressés qui n'ont pas de temps pour leur vie privée ou qui se retrouvent à la tête d'une famille monoparentale". Une véritable niche de clientèle donc très demandeuse de ce type d'offres comme l'atteste le succès grandissant de la petite agence de voyages CpourNous. **B.B**