

Le 26 Mai 2009

La clientèle aisée ne renonce pas aux loisirs et divertissements

La conciergerie privée John Paul a étudié le comportement de sa clientèle aisée en temps de récession. Parmi les principaux enseignements de l'étude, on apprend ainsi que la clientèle haut de gamme sort plus qu'avant : le nombre de réservations liées aux divertissements (restaurants, sorties, concerts, spectacles ou week-end) est passé en moyenne de 2 demandes par membre par mois au 1^{er} trimestre 2008 à plus de 3 au 1^{er} trimestre 2009. Par ailleurs, le nombre de demandes d'organisation de voyage par membre a été multiplié par 3 au cours des 6 derniers mois mais les week-ends prolongés sont préférés aux longs séjours (durée moyenne des séjours : 4 jours au 1^{er} trimestre 2009 contre plus de 7 au 1^{er} trimestre 2008). Conséquence : le budget moyen affecté est passé dans le même temps de 4 050 euros à 2 450 euros. Autre enseignement de l'étude, la clientèle aisée serait en forte demande de privilèges : au premier trimestre 2009, plus de 4 membres sur 5 ont bénéficié de surclassements et autres remises, selon la conciergerie privée.