



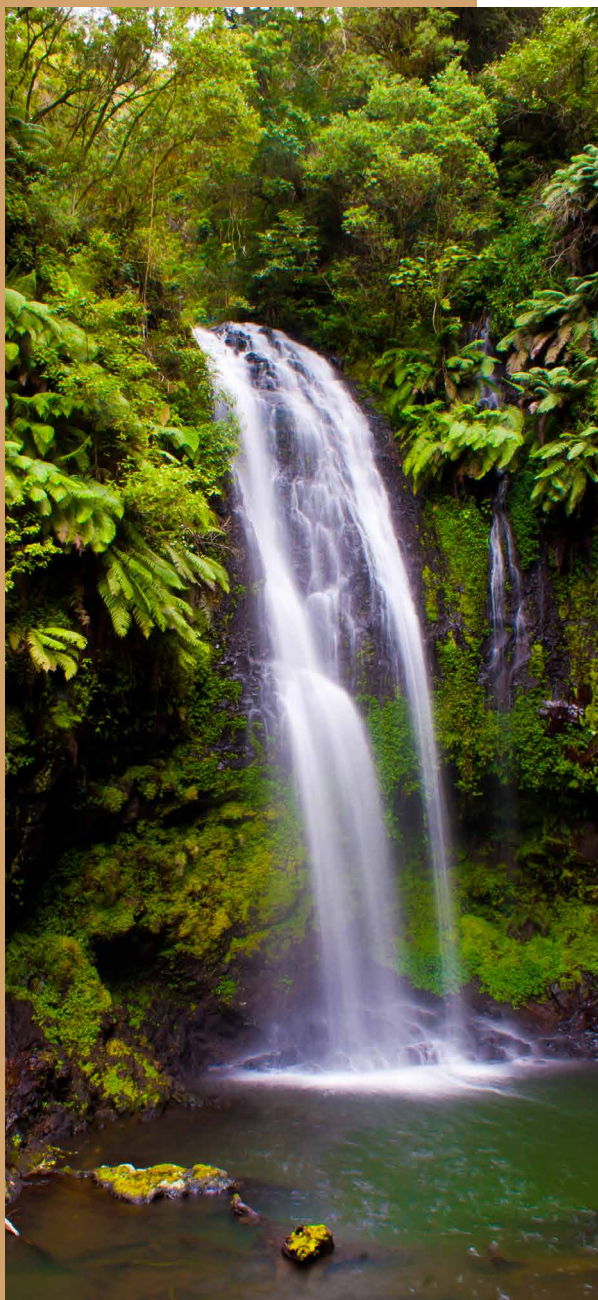
OFFICE NATIONAL DU TOURISME DE MADAGASCAR



VEILLE INFORMATIONNELLE

MARKET INTELLIGENCE

EDITION NOVEMBRE 2023



SOMMAIRE

Tendances sur le comportement des voyageurs (dans nos marchés cibles)

- Voyages : les dix tendances qui vont marquer 2024
- 75% des voyageurs ont changé leur comportement depuis un an
- Les français plus réservés de voyager en 2024
- Rapports d'analyse approfondie de marchés thématiques : le voyage en solo et le voyage romantique

Tendances de voyages dans les pays similaires (autres que marchés cibles)

- Retour aux affaires alors que les destinations africaines passent en mode croissance

Tendances sur le transport aérien (international et national)

- Les tarifs aériens européens augmentent plus lentement que l'inflation
- Le réveil des compagnies aériennes africaines

Informations locales sur le tourisme

- Tourisme : 7 montgolfières survoleront des sites spectaculaires à partir de ce dimanche
- The 24 best places to Go in 2024

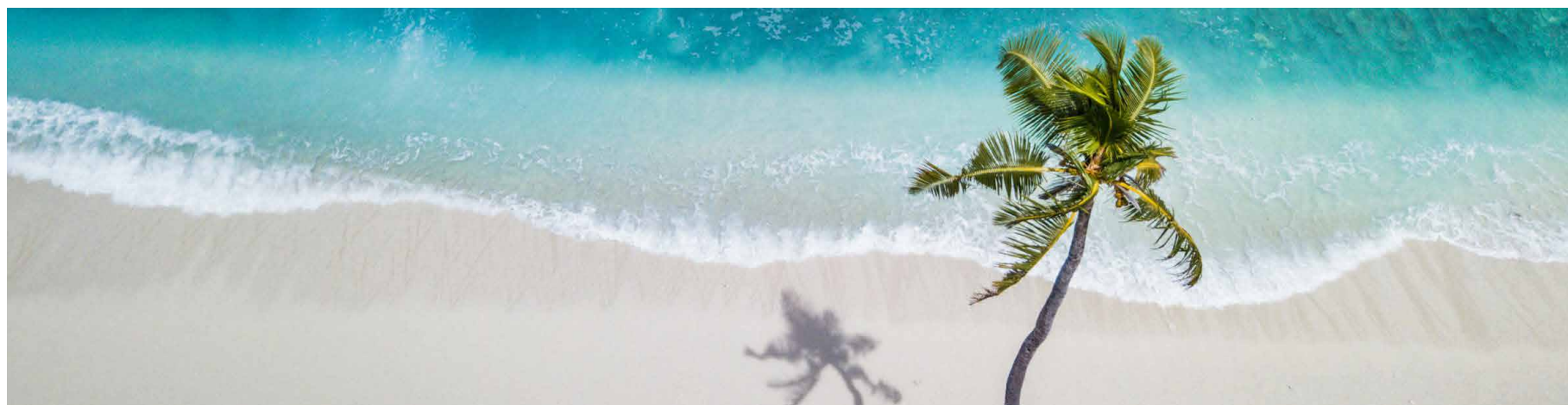


Tendances sur le comportement des voyageurs (dans nos marchés cibles)

Voyages : les dix tendances qui vont marquer 2024

En 2024, les tendances du voyage mettent en avant le concept de « luxe à moindre coût » avec une volonté manifeste des voyageurs « d'upgrader » : 8% des voyageurs envisageant un surclassement en classe affaires ou première classe. La réinvention du luxe se manifeste par le choix de transports low-cost associés à des hébergements haut de gamme, avec une croissance significative du all-inclusive sur le segment haut de gamme. Le rapport qualité-prix demeure crucial, avec un coût du vol (39% pour les voyageurs français) et d'hôtel (22% pour les mêmes voyageurs) influençant les décisions des voyageurs. 71% des voyageurs européens envisagent de maintenir ou d'augmenter leurs dépenses en voyages pour fin 2023 et début 2024, et 68% prévoient de voyager dans les 6 prochains mois. L'exploration culturelle, axée sur la découverte culinaire, les visites historiques, les randonnées et les événements musicaux sont privilégiés, surtout pour les jeunes de 18-24 ans. L'intelligence artificielle gagne en popularité pour la planification (44% des voyageurs dans le monde, 63% des voyageurs américains via les smartphones), mais il est crucial pour 83% des voyageurs français de se déconnecter pendant les vacances. Par ailleurs, 64% des voyageurs internationaux accordent une importance au voyage durable, même si le surcoût reste un frein pour les options durables.

[En savoir plus](#)

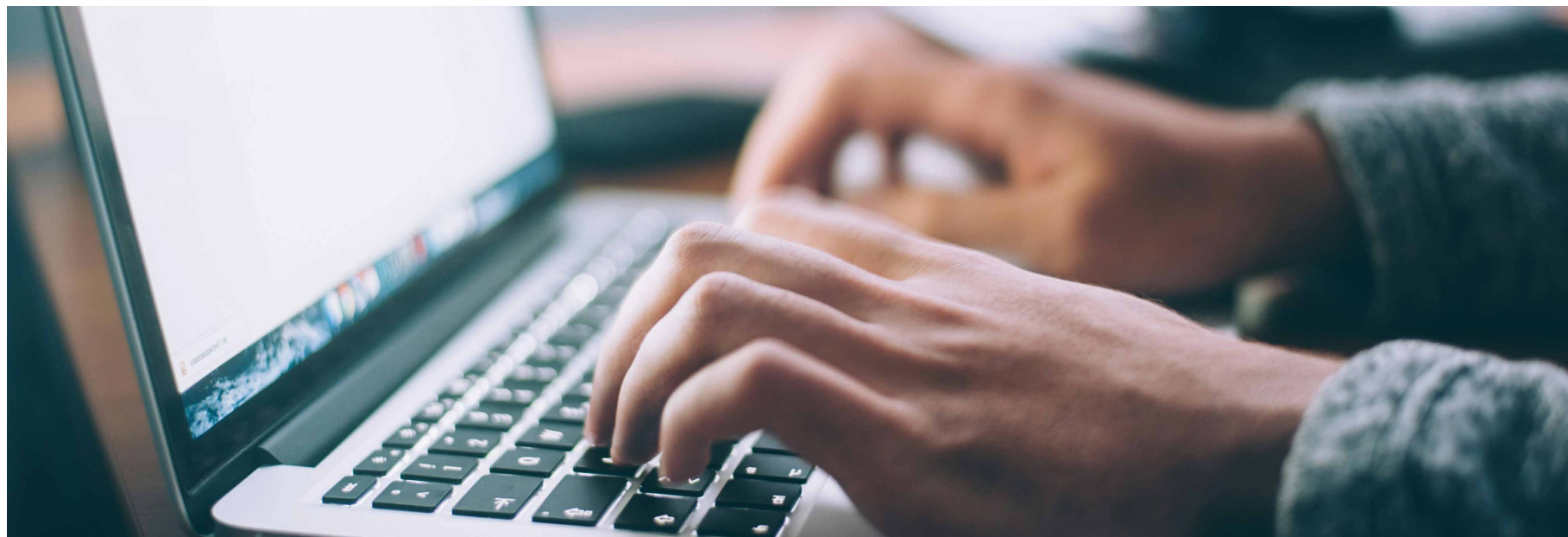


Tendances sur le comportement des voyageurs (dans nos marchés cibles)

75% des voyageurs ont changé leur comportement depuis un an

La mutation digitale, le COVID-19 et l'inflation ont profondément modifié les habitudes de réservation des voyageurs, avec 75% d'entre eux changeant leur approche, selon une étude de Kantar Siteminder sur 12 pays incluant la France. Cependant, la transformation digitale chez les professionnels du voyage progresse plus lentement, suscitant des préoccupations parmi les voyageurs. L'étude souligne l'importance d'une communication proactive : 88% des voyageurs souhaitant plus qu'un simple email de confirmation, et 87% étant prêts à dépenser davantage grâce à des incitations intelligentes avant, pendant et après leur séjour. La qualité de l'expérience web est cruciale, plus de 50% ayant abandonné une réservation en ligne en raison de problèmes de site ou de paiement non sécurisés. En outre, la hausse du coût de la vie influence les choix d'hébergement de 80% des voyageurs, soulignant la nécessité d'une adaptation continue des hébergeurs pour répondre aux attentes des consommateurs.

[En savoir plus](#)

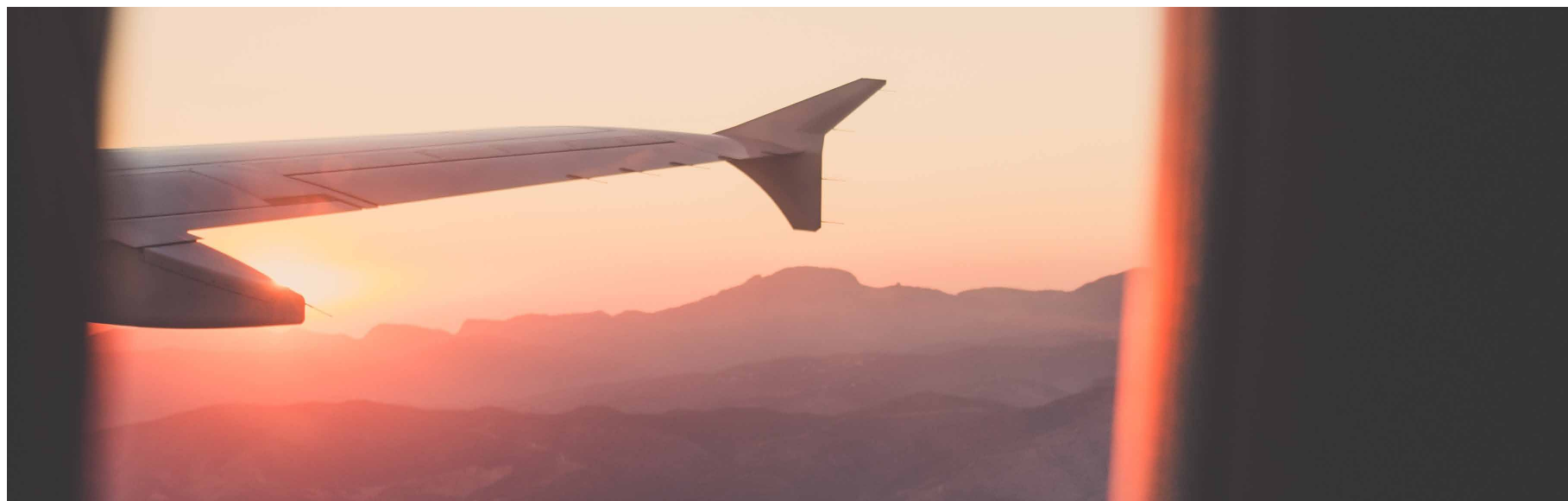


Tendances sur le comportement des voyageurs (dans nos marchés cibles)

Les français plus réservés de voyager en 2024

En 2024, à l'instar des Japonais et des Britanniques, seuls 32% des Français envisagent de voyager plus fréquemment, selon une étude de Skyscanner. Ce qui les place en queue du classement mondial établi par la plateforme. Les pays maîtrisant le mieux l'inflation, comme les États-Unis, montrent une tendance à multiplier les voyages, avec une perspective de 3,4 départs en moyenne en 2024, contre 2,7 pour les voyageurs dans le monde. Si une moyenne de 39% des voyageurs dans le monde souhaitent dépenser plus pour leurs voyages en 2024, seuls 31% des voyageurs français y seraient favorables sachant que les Français ont un penchant plus prononcé pour les destinations locales. Pour le choix des destinations, 40% des voyageurs dans le monde s'inspirent massivement de vidéos postées sur Youtube ou les réseaux sociaux, contre 24% en France où les guides spécialisés ont encore le vent en poupe (pour 40% des voyageurs français). L'étude souligne par ailleurs que le choix des voyageurs sera nettement influencé par la notion de prix et de valeur, face à la montée des prix l'été dernier.

[En savoir plus](#)



Tendances sur le comportement des voyageurs (dans nos marchés cibles)

Rapports d'analyse approfondie de marchés thématiques : le voyage en solo et le voyage romantique

Les rapports sur les marchés de Research Cognizance analyse les tendances de 2023 à 2030, mettant en lumière des acteurs clés tels que Singles Travel Service, Exodus Travels, Intrepid Travel, G Adventures, Contiki... pour les voyages en solo, et TUI AG, Internova Travel Group, World Travel, Ovation Travel Group, Perfect Honeymoons... pour les voyages romantiques. Ils offrent un aperçu des marchés concernés, identifiant les besoins des clients, évaluant la concurrence, et analysant les stratégies des principaux acteurs. Les données qualitatives et quantitatives sont collectées via diverses méthodes, dont des enquêtes et des observations. Les rapports incluent des chiffres sur les revenus, des détails sur les produits, des éléments sur les ventes des principaux agents de voyages, ainsi qu'une prévision mondiale et une analyse des forces et contraintes du marché. La segmentation des marchés fait apparaître les types d'excursions et de circuits longue distance, ainsi que les applications pour les jeunes et les personnes âgées, pour les voyages en solo ; pour les voyages romantiques, elle cite les types de destinations comme Hawaï, Maldives, Florence, Venise, Paris, Bali..., ainsi que des applications pour les couples non mariés, la lune de miel, le mariage à destination... . L'objectif est de fournir une analyse complète des marchés, permettant aux acteurs de prendre des décisions éclairées et d'identifier les opportunités de croissance.

[En savoir plus](#)

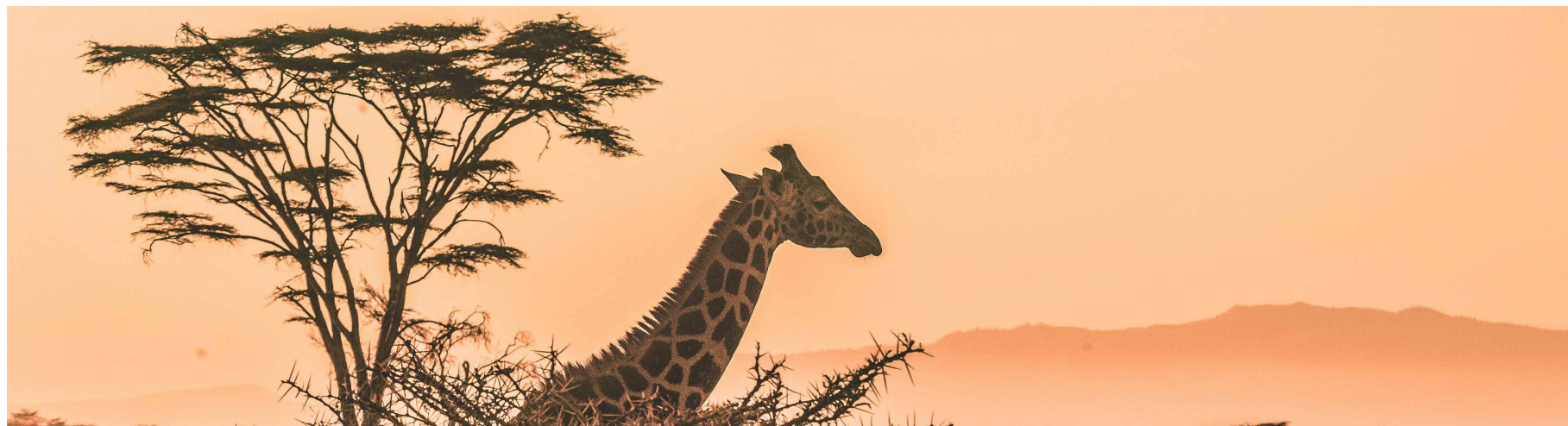


Tendances de voyages dans les pays similaires (autres que marchés cibles)

Retour aux affaires alors que les destinations africaines passent en mode croissance

ForwardKeys, partenaire de WTTC, a présenté les résultats complets de l'année 2023 lors du Sommet mondial au Rwanda. Les destinations africaines connaissent une période de croissance au dernier trimestre 2023, avec des hausses notables en termes d'arrivées internationales au Cameroun (+27 %), au Rwanda (+15 %), en Tanzanie (+15 %) et en Namibie (+10 %). La reprise est favorisée par une forte demande dans le segment VFR (Visiting Friends and Relatives), en particulier en Afrique centrale et occidentale. Le Rwanda, 3ème destination à croissance la plus rapide (+21%) en tourisme d'affaires en Afrique, bénéficie d'une reprise significative dans ce secteur et dans le MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions), marquant le développement des activités économiques et des investissements. La croissance des voyages d'affaires au Rwanda engendre une hausse du nombre de passagers voyageant en classe cabine premium (+37 % au quatrième trimestre), susceptibles de dépenser davantage dans les biens et services de luxe. L'amélioration de la connectivité, notamment par l'ouverture de lignes aériennes directes, et l'implication de hubs de transfert pour se rendre en Rwanda favorisent considérablement les voyages vers la destination qui a pour principaux marchés émetteurs l'Allemagne (+30%), UK (+13%) et USA (+11%).

[En savoir plus](#)

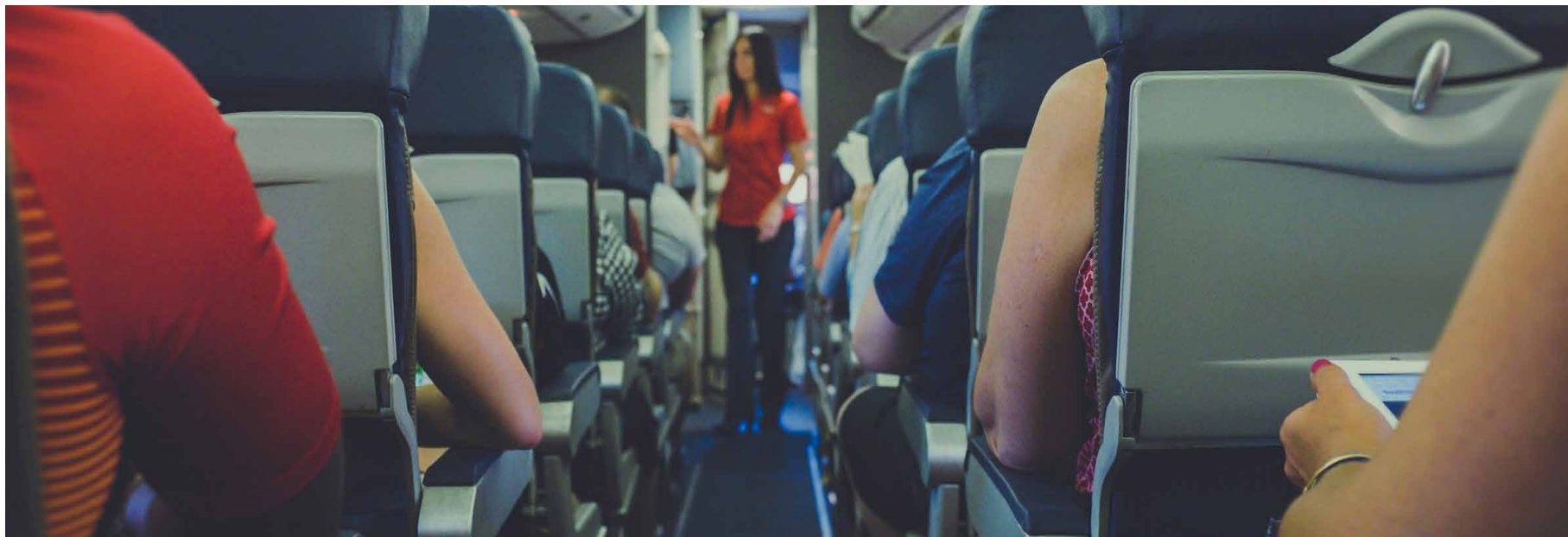


Tendances sur le transport aérien (international et national)

Les tarifs aériens européens augmentent plus lentement que l'inflation

Selon l'Association du transport aérien international (IATA), les tarifs aériens en Europe augmentent plus lentement que l'inflation, au bénéfice des voyageurs. Bien que les transporteurs européens soient encore en baisse de 3,6 % par rapport au pic de 2019, la reprise post-COVID se poursuit. En juin, les tarifs aériens moyens en Europe étaient environ 16 % plus élevés qu'avant la pandémie, mais cette hausse est en retard par rapport à l'indice moyen des prix à la consommation de l'UE, qui a augmenté de 20 % en juin. La compétitivité du marché maintient l'inflation des tarifs aériens à 16 %. Les régulateurs jouent un rôle crucial dans la création de conditions de concurrence propices et pourraient les améliorer en régulant davantage les fournisseurs d'infrastructures monopolistiques et en réformant le règlement UE261 sur la protection des consommateurs.

[En savoir plus](#)

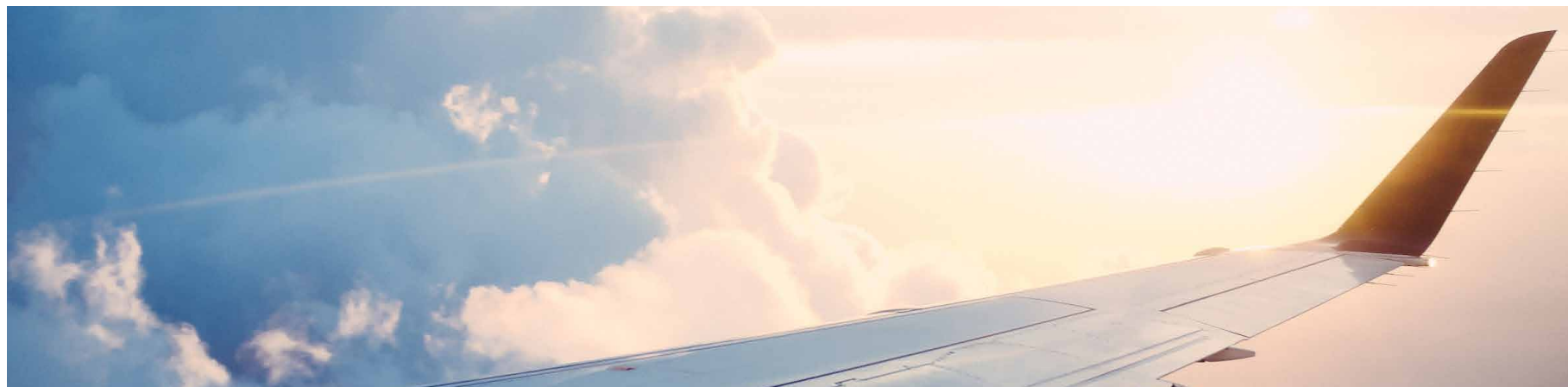


Tendances sur le transport aérien (international et national)

Le réveil des compagnies aériennes africaines

Les compagnies aériennes africaines, notamment Ethiopian Airlines, Royal Air Maroc, Egyptair et Air Algérie, renouvellent leur flotte en passant d'importantes commandes, en particulier du dernier Dubaï Air Show : Ethiopian Airlines a passé les plus grosses commandes avec 37 appareils chez Boeing, en faisant preuve de plus d'ambitions ; Egyptair a commandé 10 appareils pour accroître ses capacités long-courrier ; Royal Air Maroc a rajouté 2 appareils à sa flotte moderne de 57 appareils ; et Air Algérie a commandé auprès d'Airbus 13 nouveaux appareils long-courriers. Ceci reflète une prise de conscience de l'importance du renouvellement des flottes pour rester compétitives et réduire l'impact environnemental, de la nécessité pour les pays concernés de disposer d'un transport aérien performant pour assurer le développement économique. Cependant, pour rivaliser avec les grandes compagnies internationales, les compagnies africaines doivent également développer leur réseau commercial et adopter des systèmes de distribution modernes tels que le NDC (New Distribution Capability) de l'IATA. Des défis subsistent, tels que la fluidité des échanges monétaires ou le rapatriement des fonds vers les compagnies étrangères opérant sur leur territoire. Malgré ces obstacles, les récentes commandes signalent une confiance croissante dans le secteur de l'aviation en Afrique.

[En savoir plus](#)



Tourisme : 7 montgolfières survoleront des sites spectaculaires à partir de ce dimanche

Madagascar accueillera un événement exceptionnel du 5 au 26 novembre, mettant en vedette sept montgolfières survolant des sites touristiques emblématiques pour promouvoir le tourisme. Les destinations incluent Ampefy, Antsirabe, Ambalavao, Fenoarivo Andonaka, Isalo et l'Allée des Baobabs à Morondava. Le lancement officiel a eu lieu le 5 novembre à Antananarivo, inaugurant trois semaines d'exploration des trésors de Madagascar depuis les airs. L'événement vise à renforcer le secteur touristique en offrant une expérience unique et promouvant la beauté naturelle du pays à l'échelle mondiale. Le «raid des montgolfières de la Grande Île 2023» implique des équipages internationaux, contribuant ainsi à la promotion de Madagascar en tant que destination touristique.

[En savoir plus](#)



The 24 best places to Go in 2024

Madagascar a été inclus dans la prestigieuse liste des meilleures destinations de l'année 2024 par le magazine de voyages de luxe Condé Nast Traveler. La 11^{ème} édition de cette liste, établie par un réseau mondial de rédacteurs opérant dans sept pays, dont les États-Unis, le Royaume-Uni et l'Inde, met en avant les nouvelles offres et évolutions incontournables de chaque destination. Condé Nast Traveler, spécialisé dans les voyages haut de gamme, suscite un grand intérêt chez les passionnés de voyages à travers le monde grâce à sa liste annuelle. Cette reconnaissance souligne l'attrait croissant de Madagascar en tant que destination de choix pour les voyageurs en 2024. Des expériences luxueuses émergent, dont le camp d'exploration des Tsingy de Namoroka en 2024, offrant un accès à la beauté sauvage du parc national de Namoroka avec des tentes de safari de luxe. Le Masoala Forest Lodge propose une expédition au Blue Lagoon, captivant les kayakistes dans la baie d'Antongil. Time + Tide's Miavana ajoute une touche d'adrénaline avec un centre de kitesurf et des excursions en quad en 2024. L'accessibilité à l'île rouge s'améliore avec un circuit aérien reliant des destinations éloignées et l'intégration de Madagascar comme port d'escale par des compagnies de croisière de luxe, rendant cette destination unique plus accessible aux voyageurs en quête d'aventure et de luxe. Madagascar promet une expérience hors du commun pour les explorateurs en 2024.

[En savoir plus](#)





OFFICE NATIONAL DU TOURISME DE MADAGASCAR
Lot IBG 29C - Antsahavola
Antananarivo - 101 | Madagascar

Tél. +261 20 22 661 15 | Mob. +261 34 02 661 15
Fax: +261 20 660 98
ontm@moov.mg | www.madagascar-tourisme.com