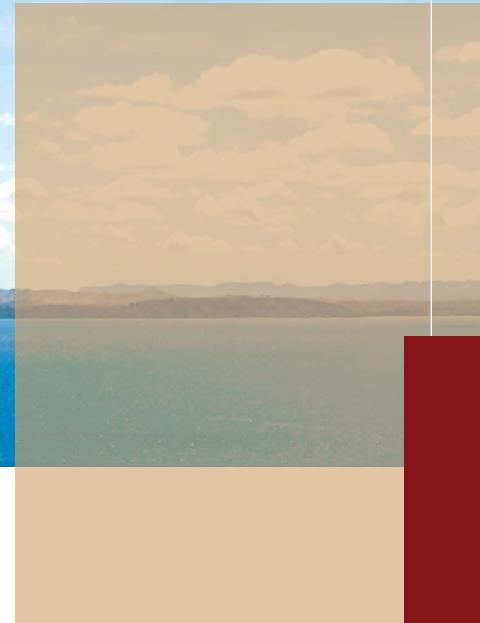




OFFICE NATIONAL DU TOURISME DE MADAGASCAR



# VEILLE INFORMATIONNELLE

MARKET INTELLIGENCE

EDITION JUILLET 2024



# SOMMAIRE

## Tendances sur le comportement des voyageurs dans nos marchés cibles

- Les jeunes plébiscitent les visites guidées !
- Les français partagés sur les prix dynamiques
- Vers la fin des loisirs et de la flexibilité des voyages d'affaires ?
- 52% des salariés français qui utilisent l'IA peinent à en tirer des résultats satisfaisants
- Comment répondre aux besoins de la génération Z : la génération des natifs du numérique
- Météo ou pas : les mauvaises prévisions météo sont un obstacle aux vacances pour 48 % des Britanniques

## Tendances de voyages et informations utiles dans les pays autres que marchés cibles

- Breaking Travel News explore : Self-driving 4x4s in Namibia
- Tourisme : 625 051 arrivées au 1<sup>er</sup> semestre

## Les tendances sur le transport aérien (International et national)

- La demande de passagers a augmenté de 10,7 % en mai

## Informations locales sur le tourisme

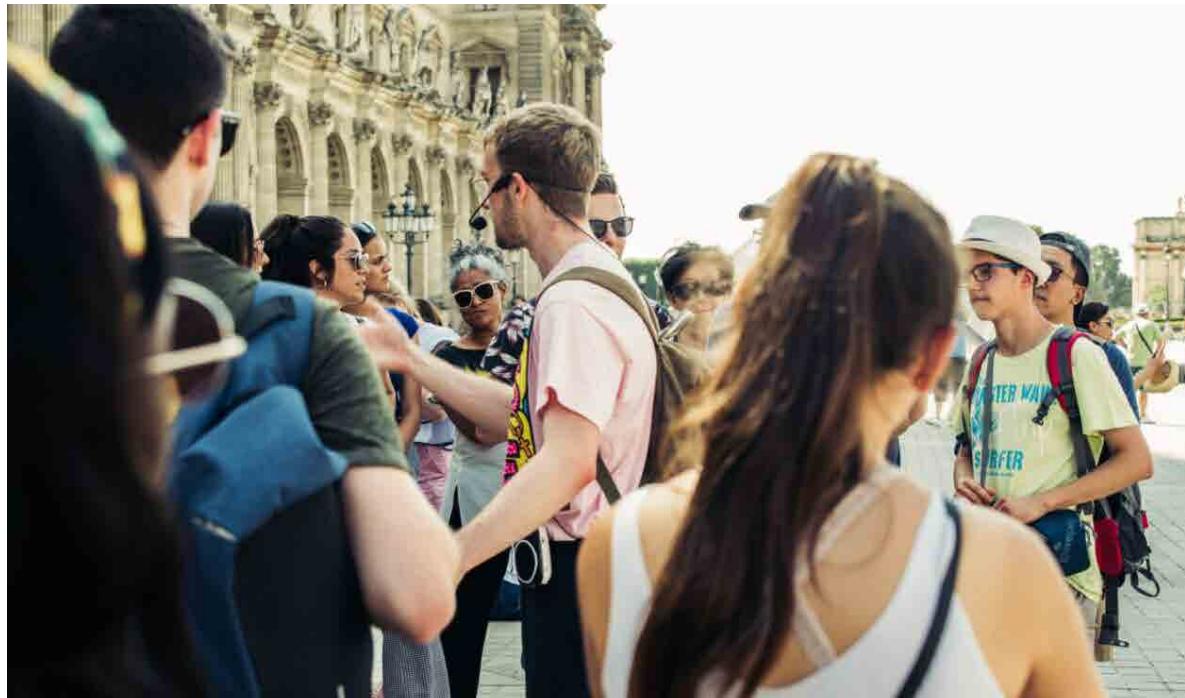
- Tourisme 2024- 2025 : MADAGASCAR parmi les 10 pays africains les plus attractifs
- 1 828 visiteurs enregistrés au parc national de l'Isalo durant le 1<sup>er</sup> semestre 2024
- Raid d'Isalo : Victoire d'Alphonse Tsirindrina sur 65 km - RAID D'ISALO - Une nouvelle distance de 65 km pour les plus aguerris

# Tendances sur le comportement des voyageurs dans nos marchés cibles

## Les jeunes plébiscitent les visites guidées !

Les visites guidées gagnent en popularité, notamment parmi les jeunes en quête d'interactions et de découvertes. Une étude de Wakefield Research révèle que 42% des Milléniaux et 40% de la Génération Z ont réservé une visite guidée l'année dernière, avec 81% et 80% d'entre eux respectivement motivés pour renouveler l'expérience. En 2023, 94% des jeunes ayant participé à une visite guidée envisagent de la refaire. Les motivations principales incluent l'authenticité et l'expertise locale (89%), l'histoire des lieux (69%), et la cuisine locale (40%). Les préférences vont vers les visites à pied (34%), en bus ou bateau (27%), et en petits groupes (49%). Les qualités recherchées chez un guide sont la compétence (74%), la fiabilité (62%), et la sympathie (52%).

 [En savoir plus](#)



# Tendances sur le comportement des voyageurs dans nos marchés cibles

## Les français partagés sur les prix dynamiques

Les prix dynamiques, qui fluctuent fréquemment, suscitent des inquiétudes parmi les voyageurs, notamment en France où 55% jugent cette pratique injuste dans l'hôtellerie, et 59% dans le secteur ferroviaire. Les Français trouvent difficile de choisir un hôtel avec des prix qui changent constamment et redoutent de payer plus que d'autres clients. En revanche, ils montrent plus de tolérance envers les prix dynamiques dans l'aérien, une pratique qu'ils connaissent depuis les années 70. Les autres pays, comme ceux en Asie, sont plus favorables à cette pratique. Malgré les critiques, les prix dynamiques restent essentiels dans l'industrie du tourisme pour optimiser les revenus, en s'adaptant aux différents profils de voyageurs et à la concurrence accrue.

 [En savoir plus](#)



# Tendances sur le comportement des voyageurs dans nos marchés cibles

## Vers la fin des loisirs et de la flexibilité des voyages d'affaires ?

Une étude de SAP Concur révèle que les employés refusent de plus en plus les voyages d'affaires non compatibles avec leur emploi du temps personnel. Le «Bleisure», combinant loisirs et travail, est menacé par de nouvelles mesures économiques. Environ 40 % des voyageurs d'affaires déclarent que leur entreprise privilégie la flexibilité, mais 30 % signalent une priorité à la réduction des coûts. Plus de 25 % des entreprises limitent le télétravail pendant les voyages personnels. Bien que 67 % des employés jugent les voyages essentiels à leur carrière, beaucoup refusent les voyages sans possibilité de prolongation ou ajustements. Face à ces restrictions, 79 % des voyageurs prennent du temps supplémentaire pour se préparer. Les entreprises doivent mieux aligner leurs politiques de voyage avec les attentes des employés pour équilibrer durabilité et gestion des coûts.

 [En savoir plus](#)



# Tendances sur le comportement des voyageurs dans nos marchés cibles

## 52% des salariés français qui utilisent l'IA peinent à en tirer des résultats satisfaisants

Une enquête de Salesforce, menée auprès de près de 6 000 employés du secteur tertiaire dans 9 pays, révèle que la fiabilité des données d'entraînement est cruciale pour l'adoption de l'IA en entreprise. En France, 52 % des utilisateurs d'IA peinent à en tirer des bénéfices, et 54 % jugent les données insuffisantes pour produire des résultats probants. La méfiance envers les données d'entraînement, jugées obsolètes ou inexactes par 59 % des professionnels, freine l'adoption de l'IA. La fiabilité et la sécurité des données sont essentielles pour rebâtir la confiance, avec 66 % et 69 % des professionnels français les jugeant indispensables. Les dirigeants doivent instaurer une culture de la donnée pour exploiter pleinement le potentiel de l'IA.

 [En savoir plus](#)



# Tendances sur le comportement des voyageurs dans nos marchés cibles

## Comment répondre aux besoins de la génération Z : la génération des natifs du numérique

La Génération Z (née entre 1997 et 2012) influence de plus en plus le marché du voyage, favorisant l'aventure, l'immersion culturelle et la croissance personnelle plutôt que les possessions matérielles. Motivés par la durabilité et impactés par des événements mondiaux comme le changement climatique et la COVID-19, 79 % des membres de cette génération et des milléniaux privilégient le voyage de loisirs, avec 84 % préférant des vacances de rêve plutôt que des biens de luxe. Malgré des budgets limités, ils investissent une part significative de leur revenu dans le voyage, optant pour des options économiques comme les agences de voyage en ligne, les auberges de jeunesse et les séjours chez l'habitant. La Génération Z recherche des expériences uniques et authentiques, parfois en faisant du bénévolat, et est influencée par la culture populaire, avec des destinations de films et séries comme la Croatie et Séoul attirant leur attention. Les opérateurs locaux dans les pays en développement peuvent attirer cette clientèle en offrant des expériences authentiques et durables, et en utilisant les médias sociaux pour se connecter avec eux.

 [En savoir plus](#)



# Tendances sur le comportement des voyageurs dans nos marchés cibles

## Météo ou pas : les mauvaises prévisions météo sont un obstacle aux vacances pour 48 % des Britanniques

Selon un rapport de First Choice, la météo est le critère déterminant pour 50 % des Britanniques lorsqu'ils choisissent leur destination de vacances. Près de 60 % des voyageurs privilégièrent des lieux au bon climat pour échapper au temps gris du Royaume-Uni. Le soleil est une priorité pour 54 % d'entre eux, et plus de 40 % envisageraient de modifier leurs plans en cas de pluie prévue. Beaucoup de Britanniques vérifient plusieurs fois les prévisions avant de réserver, certains optant même pour des réservations de dernière minute pour garantir du beau temps. En réponse à cette demande, First Choice propose une garantie météo, en partenariat avec Sensible Weather, qui offre une compensation si la météo ne correspond pas aux attentes. Cette garantie couvre les précipitations continues dépassant 1,5 mm pendant deux heures entre 8h et 20h, et coûte entre 5 et 15 % du coût total du voyage.

 [En savoir plus](#)



# Tendances de voyages et informations utiles dans les pays autres que marchés cibles

## Breaking Travel News explore : Self-driving 4x4s in Namibia

L'article de Breaking Travel News met en avant une aventure en autonomie à Namibie, organisée par Explore Namibia. Le voyage a commencé à Windhoek, où une équipe de quatre personnes, comprenant deux photographes, un cinéaste et un psychothérapeute, a récupéré une nouvelle Toyota Hilux 4x4. Explore Namibia a fourni un guide complet avec des cartes détaillées des itinéraires et des bons pour les campings, éliminant ainsi le besoin d'un GPS. Le groupe s'est dirigé vers le parc national d'Etosha, où il a pu observer la faune au camp d'Okaukuejo. Ils ont ensuite visité le camping Ongongo Waterfall à Damaraland, connu pour sa piscine naturelle pittoresque et ses emplacements de luxe privés. L'aventure s'est poursuivie vers le sud, à Sossusvlei et au Fish River Canyon, le deuxième plus grand canyon de Namibie. Le voyage s'est terminé par des vues spectaculaires au coucher du soleil et une expérience mémorable facilitée par Explore Namibia et ASCO 4x4 Hire.

 [En savoir plus](#)

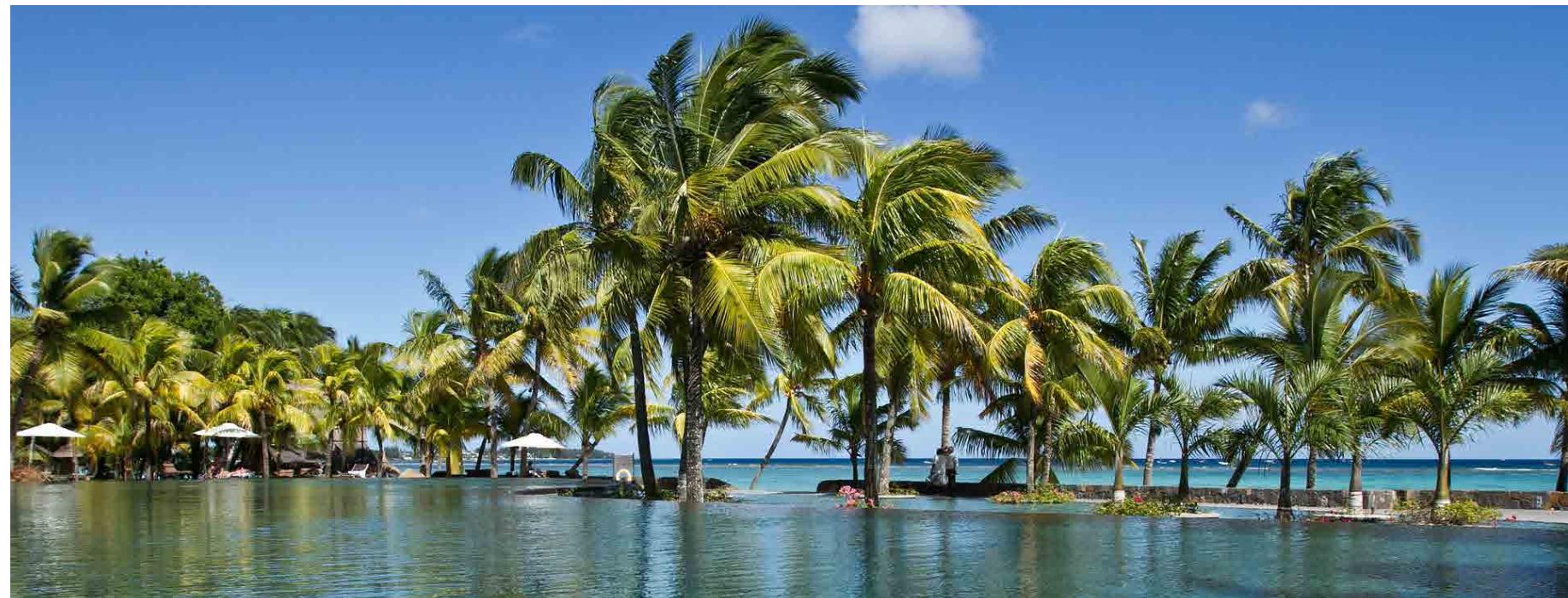


# Tendances de voyages et informations utiles dans les pays autres que marchés cibles

## Tourisme : 625 051 arrivées au 1<sup>er</sup> semestre

Au premier semestre 2024, Maurice a enregistré 625 051 arrivées de touristes, marquant une reprise progressive du secteur. En juin, le pays a accueilli 88 416 visiteurs, une hausse par rapport aux 82 208 de juin 2023. Parmi les visiteurs du premier semestre, les Français ont été les plus nombreux avec 155 937 arrivées, suivis des Allemands (51 366), des Britanniques (66 552), des Italiens (12 428), des Réunionnais (64 155) et des Sud-Africains (47 916). En juin, les arrivées incluent 13 826 Français, 6 017 Allemands, 11 608 Britanniques et 11 538 Sud-Africains. Concernant les recettes touristiques, Maurice a gagné Rs 38,8 milliards entre janvier et mai 2024, contre Rs 35,8 milliards pour la même période en 2023, soit une augmentation de 8,3%.

 [En savoir plus](#)



# Les tendances sur le transport aérien (International et national)

## La demande de passagers a augmenté de 10,7 % en mai

En mai 2024, la demande mondiale de passagers a augmenté de 10,7 % par rapport à l'année précédente, selon l'IATA. La capacité totale a crû de 8,5 %, atteignant un facteur de charge record de 83,4 %. La demande internationale a bondi de 14,6 %, avec une capacité en hausse de 14,1 % et un facteur de charge de 82,8 %. La demande domestique a progressé de 4,7 %, avec une capacité presque stable et un facteur de charge de 84,5 %. Le Directeur Général de l'IATA, Willie Walsh, a souligné une forte demande de voyage tout en notant des défis en matière de contrôle aérien, notamment en Europe et aux États-Unis. Les marchés domestiques ont connu une croissance stable, avec un sursaut en Chine et une légère baisse au Japon.

 [En savoir plus](#)



## Tourisme 2024- 2025 : MADAGASCAR parmi les 10 pays africains les plus attractifs

Selon l'Agence Ecofim, Madagascar est l'un des 10 pays africains les plus intéressants pour le tourisme pour la période de 2024-2025, mettant en évidence son potentiel exceptionnel grâce à ses richesses naturelles et culturelles. La grande île se classe après des destinations prestigieuses telles que l'île Maurice, l'Égypte, le Maroc et la Tunisie. La mise en service d'une nouvelle ligne aérienne Emirates entre Dubaï et Madagascar, prévue en septembre 2024, devrait avoir un impact significatif sur le tourisme. Les visiteurs du monde entier continuent d'être attirés par Madagascar grâce à ses sites touristiques dynamiques, ses plages préservées et l'accueil chaleureux de son peuple.

 [En savoir plus](#)



# Informations locales sur le tourisme

## 1 828 visiteurs enregistrés au parc national de l'Isalo durant le 1er semestre 2024

Le Parc National de l'Isalo se prépare à s'inscrire au Réseau mondial de Géo-parcs pour promouvoir davantage sa géo-diversité avec sa géologie, son archéologie et sa culture remarquables. Le parc est principalement visité par des visiteurs nationaux, avec des sites intéressants comme la grotte des Portugais et les tombeaux Bara et Sakalava. D'après l'ONTM, son inclusion dans le réseau de l'UNESCO pourrait renforcer son attractivité touristique et favoriser le développement durable régional grâce au géo-tourisme. En 2024, le parc compte 1 828 visiteurs, soit une hausse de 9 % par rapport à l'année précédente, et la 17ème édition de l'Isalo Raid a été un succès avec 230 coureurs internationaux et locaux.

 [En savoir plus](#)



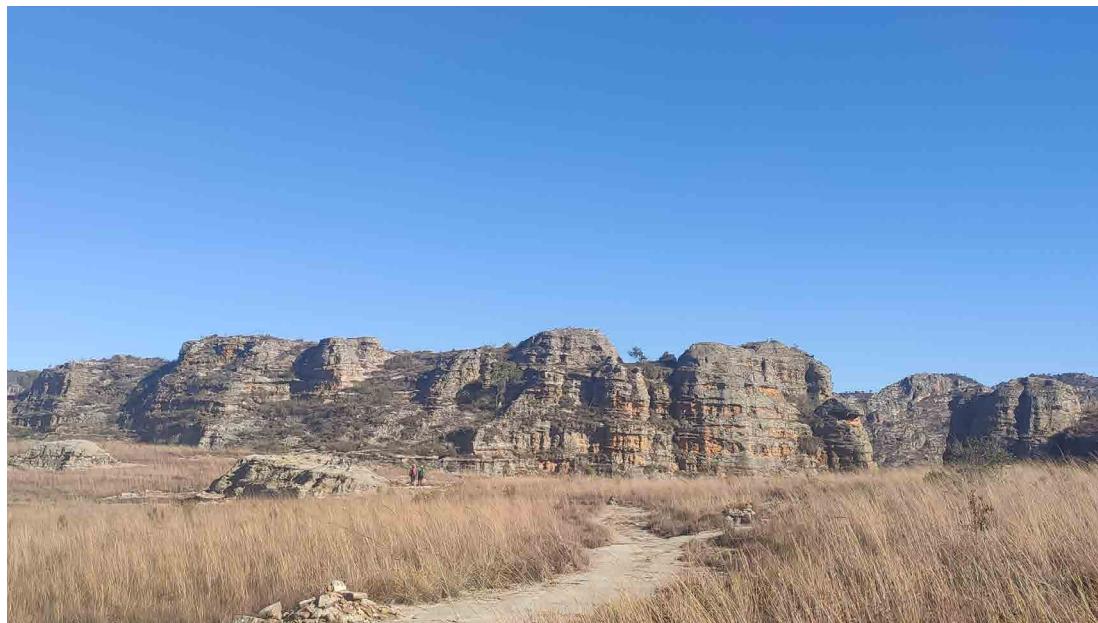
# Informations locales sur le tourisme

## Raid d'Isalo : Victoire d'Alphonse Tsirindrina sur 65 km - RAID D'ISALO - Une nouvelle distance de 65 km pour les plus aguerris

La dix-septième édition du Raid d'Isalo, organisée par Jean Marie Daval, s'est tenue le samedi 13 juillet 2024 dans le parc national de l'Isalo à Madagascar. L'événement a attiré 223 participants, une augmentation par rapport à l'année précédente. Trois parcours étaient proposés : 65 km, 25 km et 15 km. Alphonse Tsirindrina a remporté la course de 65 km en 5 heures et 5 minutes, suivi de Jean Nelson Raotozafy en deuxième position et Hasina Rafalimanana en troisième place avec un temps de 5 heures et 38 minutes. La présence de Madame Le Gouverneur d'Ihorombe, Annie Franckline Rakotondrasoa, a également marqué l'événement. Pour l'édition 2024, le parcours a introduit une nouvelle distance de 65 km, remplaçant celle de 45 km, et a inclus un semi-raid de 25 km et une randonnée de 15 km. Randomada est déjà plein d'enthousiasme pour la 18ème édition de l'année prochaine, ce qui renforcera la réputation internationale de ce rendez-vous emblématique du trail à Madagascar.

 midi-madagasikara.mg

 lexpress.mg





---

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

Tél. +261 20 78 661 15 | Mob. +261 34 02 661 15  
ontm@moov.mg | [www.madagascar-tourisme.com](http://www.madagascar-tourisme.com)  
Nif : 3000019140 | Stat : 84131 11 2005 0 05980