



OFFICE NATIONAL DU TOURISME DE MADAGASCAR



VEILLE INFORMATIONNELLE

MARKET INTELLIGENCE

EDITION AOÛT 2024

SOMMAIRE

Tendances sur le comportement des voyageurs dans nos marchés cibles

- 13 Milliards \$ dépensés par les OTAs en marketing en 2023
- Votre modèle de commission suit-il le rythme ? Pourquoi les agents de voyages doivent-ils repenser leurs partenariats ?
- Vacances : quel est le premier bilan de l'été ?

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

- L'action d'ONU Tourisme pour promouvoir la marque Afrique en vue de la matérialisation des investissements dans la région
- Une dynamique en évolution au premier semestre de 2024

Les tendances sur le transport aérien (International et national)

- Panne informatique mondiale : les aéroports et les compagnies aériennes les plus affectés
- Transport aérien : le modèle des low cost aujourd'hui en évolution
- La demande de passagers a augmenté de 8 % en juillet

Informations locales sur le tourisme

- Carnaval des Baleines à Sainte-Marie
- 3^{ème} édition du Festikite à Diego-Suarez



Tendances sur le comportement des voyageurs dans nos marchés cibles

13 Milliards \$ dépensés par les OTAs en marketing en 2023

En 2023, les OTAs (Booking, Expedia, Airbnb, etc.) ont investi 13 milliards de dollars en marketing, une hausse de 30% par rapport aux années précédentes, avec une grande partie des dépenses dirigée vers Google, qui contrôle 85% des liens sponsorisés des OTAs. Le marketing représente 44% des dépenses de Booking et 52% de celles d'Expedia, entraînant des commissions élevées pour les hôtels, dont une partie est reversée à Google. Pour chaque réservation de 100 €, Booking dépense environ 4,5 € en publicité chez Google. Les OTAs adoptent ce modèle «marchand», dominant depuis 2023 (54% des réservations vs 44% en 2022 et 14% en 2014), leur permettant ainsi de fixer les prix et d'encaisser les paiements avant de transférer les fonds aux hébergeurs, souvent à des tarifs inférieurs à ceux des hébergeurs. La dépendance des hôtels envers les OTAs est croissante, avec des remises commerciales utilisées pour attirer les clients, ce qui peut créer des incohérences tarifaires avec les réservations directes. Pour faire face à ces défis, les entreprises touristiques doivent optimiser les réservations directes via leurs propres sites, ce qui peut leur permettre de récupérer une part importante du marché chaque année.

[En savoir plus](#)



Tendances sur le comportement des voyageurs dans nos marchés cibles

Votre modèle de commission suit-il le rythme ? Pourquoi les agents de voyages doivent-ils repenser leurs partenariats ?

Robin Lawther, vice-président d'Expedia TAAP, recommande aux agents de voyages de réévaluer leurs partenariats pour s'adapter aux nouveaux modèles de commission. Les commissions traditionnelles de 5 % à 15 % sont en baisse, rendant la gestion des revenus plus complexe. Les agents font face à des problèmes tels que des paiements tardifs et des écarts de paiement. Les modèles de commission améliorés, qui garantissent des paiements rapides et couvrent l'ensemble des frais, sont essentiels.

Les agents doivent comprendre les plateformes de réservation, utiliser des outils d'optimisation des commissions, et tirer parti des programmes de fidélité et des partenariats privilégiés pour maximiser leurs revenus. Les propriétaires d'agences doivent aussi vérifier régulièrement les conditions de leurs fournisseurs pour obtenir les meilleurs avantages. S'adapter aux structures de commission modernes est crucial pour maintenir la rentabilité et offrir un service de qualité.

[En savoir plus](#)



Tendances sur le comportement des voyageurs dans nos marchés cibles

Vacances : quel est le premier bilan de l'été ?

L'été 2024 en France a démarré lentement et difficilement, avec une saison en dents de scie influencée par des facteurs comme la météo, la dissolution de l'Assemblée nationale, et les Jeux olympiques. Selon ADN Tourisme, au 18 août, le nombre de nuitées françaises a baissé de 6% par rapport à 2023, bien que la fréquentation internationale soit restée stable. Les Jeux olympiques ont eu un impact mixte : nationalement, la fréquentation a été mitigée, mais les territoires hôtes ont connu une augmentation significative des nuitées (+12% pour les nuitées françaises et +16% pour les nuitées étrangères). Pour les voyages à l'étranger, juillet a enregistré une baisse de 9,7% du volume d'affaires par rapport à 2023, mais août a montré une légère amélioration (+0,7%). Cependant, les réservations restent en baisse par rapport à l'année précédente (-3,6%). Les professionnels espèrent une reprise avec des réservations de dernière minute, influencées par les difficultés de pouvoir d'achat et les conditions météorologiques.

[En savoir plus](#)



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

L'action d'ONU Tourisme pour promouvoir la marque Afrique en vue de la matérialisation des investissements dans la région

Le 1er août 2024, ONU Tourisme a organisé un forum pour promouvoir la « marque Afrique » et encourager les investissements touristiques dans la région. Ce forum, tenu dans le cadre de la Commission régionale pour l'Afrique, a réuni des leaders publics et privés pour explorer des opportunités de croissance et résoudre les défis du secteur. Le Secrétaire général d'ONU Tourisme, Zurab Pololikashvili, et la Directrice exécutive Natalia Bayona ont souligné l'importance d'exploiter les atouts touristiques diversifiés de l'Afrique et de stimuler les investissements pour accroître la visibilité mondiale des destinations africaines. Le forum a vu la participation de nombreux acteurs clés, dont le Directeur général de l'Agence du tourisme de Zambie et des représentants d'Africa Tourism Partners et de Meta. Les discussions ont porté sur la nécessité d'une coopération renforcée entre le secteur public et privé pour améliorer l'image de l'Afrique et accroître sa compétitivité touristique. Un guide récent d'ONU Tourisme sur la Zambie a également été lancé, fournissant aux investisseurs internationaux des informations sur les opportunités de croissance dans le secteur touristique zambien.

[En savoir plus](#)

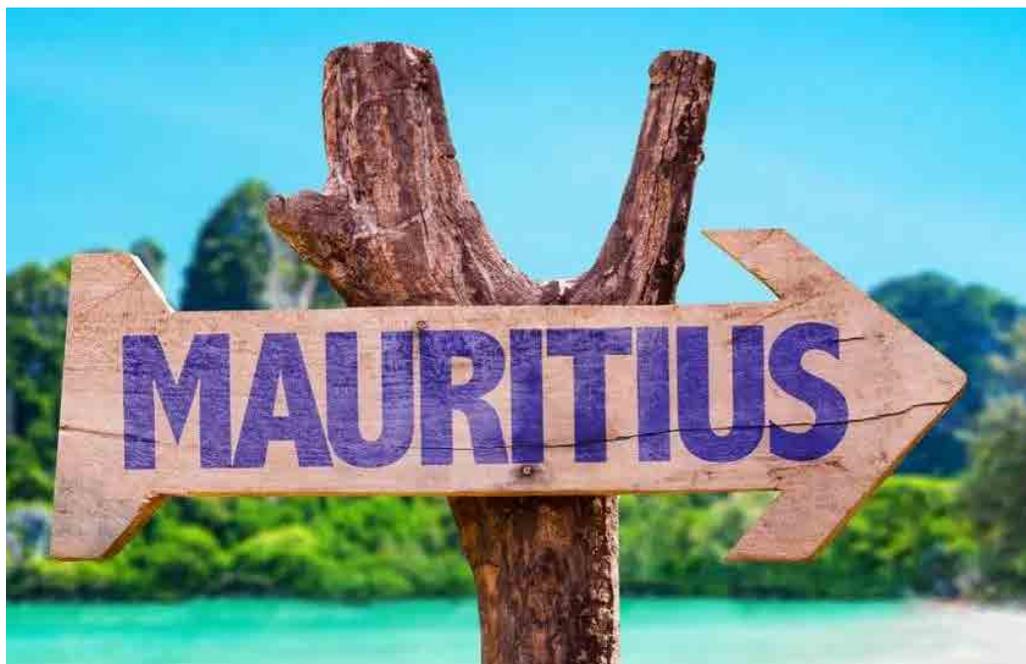


Tendances de voyages et informations utiles dans les pays autres que marchés cibles

Une dynamique en évolution au premier semestre de 2024

Au premier semestre 2024, le secteur touristique mauricien a montré une dynamique positive avec 624 896 touristes, soit une augmentation de 35 591 visiteurs par rapport à la même période en 2023. La France reste le principal marché émetteur, avec 155 937 touristes, suivie par le Royaume-Uni (66 551), La Réunion (64 155), l'Allemagne (51 244), et l'Afrique du Sud (47 916). Les arrivées de touristes en provenance de la Russie, de la Suisse et de l'Allemagne ont majoritairement été effectuées par des vols directs, tandis que ceux venant de la Chine et des Pays-Bas ont principalement transité par les Émirats Arabes Unis. Le nombre de départs aériens a également augmenté, passant de 824 102 à 880 786, avec une hausse notable des départs de résidents mauriciens. Parmi les touristes, 16,9 % étaient âgés de 60 ans et plus.

[En savoir plus](#)



Les tendances sur le transport aérien (International et national)

Panne informatique mondiale : les aéroports et les compagnies aériennes les plus affectés

Une panne informatique mondiale causée par une mise à jour de l'antivirus CrowdStrike sur les systèmes d'exploitation de Microsoft a fortement perturbé le transport aérien le vendredi 19 juillet. À midi, heure de Paris, 1 390 vols avaient été annulés sur les 110 000 prévus, selon Cirium. En Asie-Pacifique, des aéroports comme Sydney, Hong Kong, Delhi, et Singapour-Changi ont connu des perturbations majeures. En Europe, des aéroports comme Berlin-Brandebourg, Zurich, Vienne, Budapest, et Amsterdam-Schiphol ont également été affectés, entraînant des retards significatifs et des opérations manuelles. Les aéroports parisiens ont vu leurs opérations ralenties, bien que les systèmes informatiques d'ADP n'aient pas été directement touchés. Côté compagnies aériennes, Air France a annoncé des perturbations limitées, tandis que sa filiale Transavia a annulé près de 40 vols. KLM a annulé toutes ses opérations à Amsterdam. Aux États-Unis, Delta, United et American Airlines ont temporairement cloué leurs avions au sol en raison d'un problème de communication lié à la panne.

[En savoir plus](#)



Les tendances sur le transport aérien (International et national)

Transport aérien : le modèle des low cost aujourd'hui en évolution

Les compagnies aériennes low cost, qui représentent environ 33 % des sièges mondiaux et 30 % des vols réguliers, connaissent une forte croissance. Depuis la pandémie de 2019, elles ont augmenté leur capacité mondiale de 13 %, alors que les compagnies traditionnelles peinent à retrouver leur niveau d'avant Covid. Ce modèle évolue, brouillant la distinction entre low cost et compagnies traditionnelles, notamment à travers des partenariats et des propriétaires communs. Aujourd'hui, quatre des dix plus grandes compagnies aériennes sont des low cost. Bien que ces compagnies maintiennent des tarifs bas, les coûts additionnels peuvent réduire l'écart avec les compagnies traditionnelles.

[En savoir plus](#)



Les tendances sur le transport aérien (International et national)

La demande de passagers a augmenté de 8 % en juillet

En juillet 2024, la demande mondiale de passagers a augmenté de 8 % par rapport à juillet 2023, selon l'IATA. La capacité totale a progressé de 7,4 %, avec un coefficient de remplissage atteignant 86%. Malgré la panne informatique de CrowdStrike le 19 juillet, la demande n'a pas été significativement affectée. La demande internationale a grimpé de 10,1 %, avec une capacité en hausse de 10,5 %, bien que le coefficient de remplissage ait légèrement baissé à 85,9 %. La demande domestique a augmenté de 4,8 %, avec une capacité en hausse de 2,8 % et un coefficient de remplissage de 86,1 %. Régionalement, les compagnies d'Asie-Pacifique ont vu leur demande croître de 19,1 %, tandis que les transporteurs européens ont enregistré une hausse de 8,3 %. Les compagnies nord-américaines ont affiché le coefficient de remplissage le plus élevé à 89,4 %, malgré une croissance de 5,3 % de la demande. Les compagnies d'Amérique latine ont connu une hausse de 13,4 % de la demande, tandis que les compagnies africaines ont vu une augmentation de 7,4 %. Les marchés domestiques ont également montré une forte croissance, avec la plupart atteignant des niveaux record, à l'exception de l'Inde. Le Brésil a mené la croissance, suivi par un redressement du Japon et de l'Australie après des baisses précédentes.

[En savoir plus](#)



Carnaval des Baleines à Sainte-Marie

Le Carnaval des Baleines 2024 a été un grand succès, célébrant le passage des baleines à bosse à Sainte-Marie avec des activités culturelles et touristiques variées. L'événement a transformé l'île en un spectacle vibrant, avec des défilés de chars artistiques et l'installation d'un village artisanal. Soutenu par le Ministère du Tourisme, le carnaval a renforcé l'attrait touristique de Sainte-Marie. Le festival vise à promouvoir le tourisme et l'artisanat local, attirant ainsi visiteurs et revenus pour la région d'Analanjirofo.

[moov.mg](#)

[2424.mg](#)

[newsmada.com](#)



Informations locales sur le tourisme

3^{ème} édition du Festikite à Diego-Suarez

La troisième édition du Festikite 2024 à Diégo-Suarez, Madagascar, a été un immense succès, attirant 150 festivaliers et 112 kitesurfeurs de 12 pays. Organisé en partenariat avec le Ministère du Tourisme, l'Office National du Tourisme de Madagascar, et Mada Kite Bros, l'événement a renforcé la notoriété internationale de la baie de Sakalava, reconnue comme l'un des meilleurs spots de kitesurf au monde. Grâce au soutien du projet PIC et à des agences locales comme Scofield Travel et Vacances Tsara Sady Mora, les participants ont pu explorer la région. La présence d'influenceurs et de journalistes a également contribué à la promotion touristique et culturelle de Madagascar, tout en stimulant l'économie locale.

 depeche-taratra.mg

moov.mg

madagascar-vacances.fr





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
Nif : 3000019140 | Stat : 84131 11 2005 0 05980