



OFFICE NATIONAL DU TOURISME DE MADAGASCAR



VEILLE INFORMATIONNELLE

MARKET INTELLIGENCE

EDITION OCTOBRE 2024



SOMMAIRE

Tendances sur le comportement des voyageurs dans nos marchés cibles

- Pourquoi les OTAs revoient leurs dépenses marketing
- Statistiques, durabilité et gouvernance : pendant toute une semaine, ONU Tourisme accueille des réunions pour exposer les succès et conduire une réflexion stratégique
- Un sommet historique réunit l'Afrique et les Amériques pour planifier un avenir touristique commun
- Le tourisme autochtone injectera 67 milliards de dollars dans l'économie mondiale, selon un rapport du WTTC
- Les voyages d'affaires devraient dépasser les niveaux d'avant la pandémie pour atteindre un record de 1,5 billion de dollars en 2024
- Tourisme et hôtellerie : quelles sont les marques préférées des Français ?
- Ile Maurice : les Français toujours plus nombreux !

Les tendances sur le transport aérien (International et national)

- Une expérience de voyage entièrement numérique plus proche de la réalité
- Les passagers veulent de la commodité et de la technologie pour améliorer les processus, les préférences régionales divergent
- L'aérien dépensera 3 300 milliards de dollars pour acquérir 45 900 avions au cours des 20 prochaines années
- Wifi gratuit à bord : la fin du mode avion approche

Informations locales sur le tourisme

- 150 2017 touriste accueillis à Madagascar de janvier à aout 2024
- TOURISME DANS LE BOENY - Priorité sur la lutte contre l'informel
- Le Festival des Pirates : Sainte-Marie à l'honneur du 1^{er} au 3 novembre

Tendances sur le comportement des voyageurs dans nos marchés cibles

Pourquoi les OTAs revoient leurs dépenses marketing

Les OTAs (Booking, Airbnb, Expedia) revoient leurs stratégies marketing face à une croissance désormais stabilisée à 8% par an. Alors que leurs dépenses en marketing atteignent des sommets, jusqu'à 50% du CA pour Expedia, l'accent est désormais mis sur les réservations directes et les réseaux sociaux pour réduire leur dépendance à la publicité via Google. Booking investit massivement dans les réseaux sociaux pour mieux toucher les utilisateurs, tandis qu'Expedia développe son programme de fidélisation OneKey pour réduire ses coûts publicitaires. Airbnb, avec une approche plus contrôlée, mise sur sa communauté et l'expérience via son application mobile. Ces stratégies, centrées sur la fidélisation et la réduction des coûts publicitaires, incitent également les hébergeurs à investir dans la réservation directe et à renforcer leur présence sur les réseaux sociaux pour attirer plus de clients sans intermédiaires.

 [En savoir plus](#)



Tendances sur le comportement des voyageurs dans nos marchés cibles

Statistiques, durabilité et gouvernance : pendant toute une semaine, ONU Tourisme accueille des réunions pour exposer les succès et conduire une réflexion stratégique

ONU Tourisme a organisé une semaine de réunions à Madrid pour renforcer son leadership en matière de statistiques et de gouvernance dans le secteur du tourisme. Les discussions ont mis l'accent sur la durabilité, avec des avancées dans la mesure et le suivi de l'impact du tourisme, notamment grâce au Cadre statistique des Nations Unies qui intègre des données économiques, environnementales et sociales. Le Comité des statistiques a célébré son 20ème anniversaire en mettant en avant ses succès et en abordant l'avenir des systèmes statistiques. ONU Tourisme a également lancé une initiative historique sur les questions d'ESG, en collaboration avec l'université d'Oxford et easyJet holidays, visant à développer un cadre harmonisé pour les entreprises touristiques.

 [En savoir plus](#)



Tendances sur le comportement des voyageurs dans nos marchés cibles

Un sommet historique réunit l'Afrique et les Amériques pour planifier un avenir touristique commun

Le sommet conjoint des commissions régionales d'ONU Tourisme pour l'Afrique et les Amériques, tenu à Punta Cana, a abouti à l'adoption de la «Déclaration de Punta Cana». Ce texte engage les deux régions à promouvoir un tourisme durable et inclusif en misant sur les investissements stratégiques, l'innovation, l'éducation et les industries créatives. Les participants ont identifié des défis tels que la connectivité limitée, tout en appelant à renforcer les partenariats interrégionaux. L'accent a également été mis sur la transition écologique et le soutien aux jeunes entrepreneurs et aux MPME pour favoriser un développement touristique durable.

[En savoir plus](#)



Tendances sur le comportement des voyageurs dans nos marchés cibles

Le tourisme autochtone injectera 67 milliards de dollars dans l'économie mondiale, selon un rapport du WTTC

Le rapport du WTTC, présenté au Sommet Mondial à Perth, Australie, prévoit que le tourisme autochtone contribuera à hauteur de 67 milliards USD à l'économie mondiale d'ici 2034. Ce secteur en pleine croissance, avec un taux annuel de 4,1 %, favorise la création d'emplois et la préservation des cultures dans des régions éloignées. Des initiatives en Australie et au Canada montrent son impact positif sur les communautés locales. Malgré des défis financiers, des programmes comme le Fonds canadien de destination touristique autochtone visent à soutenir cette croissance. Le WTTC appelle à un soutien accru pour assurer la durabilité du secteur.

 [En savoir plus](#)



**Supporting Global
Indigenous Tourism**

Tendances sur le comportement des voyageurs dans nos marchés cibles

Les voyages d'affaires devraient dépasser les niveaux d'avant la pandémie pour atteindre un record de 1,5 billion de dollars en 2024

Un nouveau rapport du WTTC prévoit que les voyages d'affaires dépasseront les niveaux d'avant la pandémie en 2024, atteignant un record de 1,5 trillion de dollars. Après avoir été fortement affectés par le télétravail et les réunions virtuelles, les voyages d'affaires connaissent un rebond rapide, avec une croissance de 6,2 % par rapport à 2019. Les États-Unis et la Chine, principaux marchés, devraient connaître des augmentations significatives des dépenses, suivis de l'Allemagne, du Royaume-Uni et de la France. Ce retour est soutenu par la reprise économique mondiale, l'essor des voyages mixtes et la reprise des événements en personne dans le secteur MICE.

 [En savoir plus](#)



Tendances sur le comportement des voyageurs dans nos marchés cibles

Tourisme et hôtellerie : quelles sont les marques préférées des Français ?

Un récent sondage révèle que les marques hôtelières préférées des Français sont Ibis, Novotel et Campanile. Les critères clés de choix incluent la qualité des services, le rapport qualité-prix et la localisation. Les voyageurs privilégient également les établissements offrant des expériences authentiques et des options de restauration sur place. Les résultats soulignent l'importance croissante de l'expérience client dans le secteur hôtelier.

[!\[\]\(666e09182d4cd268646ea700ea60dcdf_img.jpg\) En savoir plus](#)

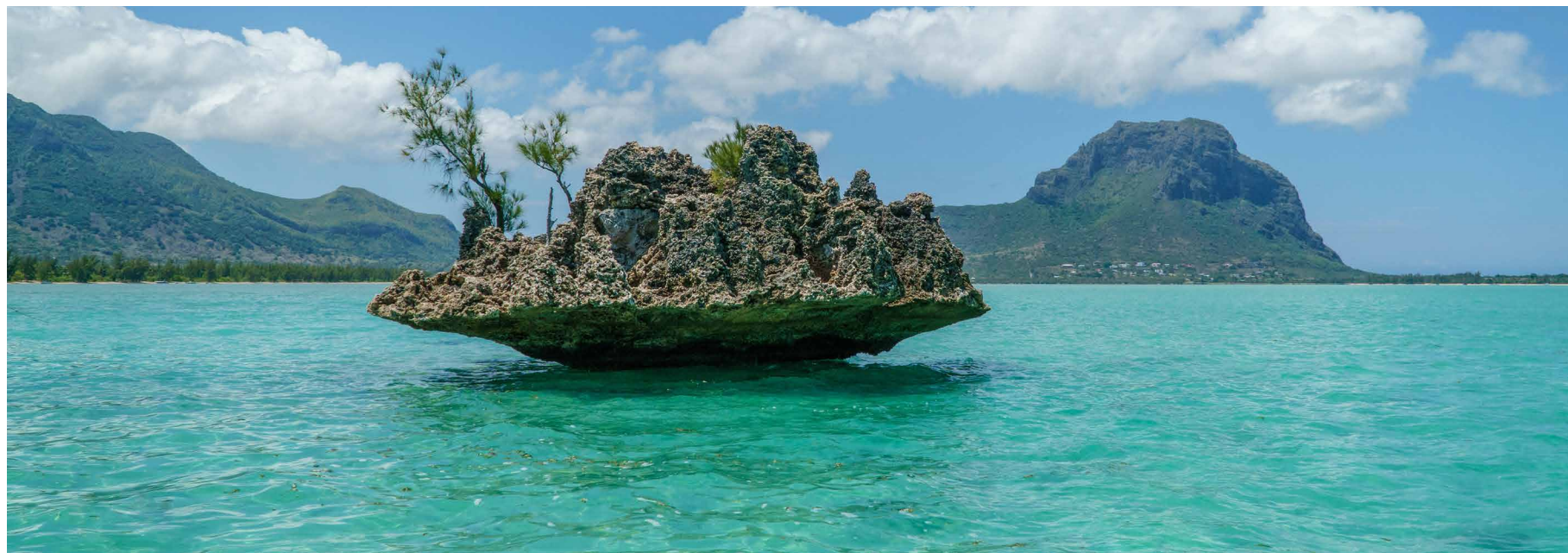


Tendances de voyages dans les pays similaires autres que marchés cibles

Ile Maurice : les Français toujours plus nombreux !

Lors du salon IFTM, l'île Maurice a présenté son bilan touristique, visant 1,4 million de visiteurs en 2024. Avec une hausse de 7,87 % des touristes français, soit 208 263 visiteurs, l'île s'affirme comme la destination long courrier préférée des Français. Elle cherche à diversifier son marché, notamment vers l'Europe de l'Est et le Moyen-Orient, tout en améliorant la connectivité aérienne, notamment avec des vols quotidiens depuis Paris. Cependant, la destination souhaite éviter le surtourisme pour maintenir un équilibre durable.

 [En savoir plus](#)



Les tendances sur le transport aérien (International et national)

Une expérience de voyage entièrement numérique plus proche de la réalité

IATA a démontré la faisabilité d'une expérience de voyage aérien entièrement numérique, en collaboration avec des partenaires comme Cathay Pacific et les aéroports de Hong Kong et de Narita. Lors de ce projet pilote (PoC), deux voyageurs ont pu effectuer un voyage entre Hong Kong et Tokyo en utilisant des portefeuilles numériques intégrant leur identité biométrique et leurs documents de voyage, sans avoir à présenter leurs papiers physiques. Ce PoC valide l'efficacité de la biométrie et de l'identité numérique pour les procédures de vérification et d'embarquement, soutenant l'objectif de l'IATA d'une expérience de voyage fluide, sécurisée et personnalisée. Les voyageurs ont utilisé sept identifiants vérifiables, deux portefeuilles numériques et un registre de confiance pour garantir la validité des documents, démontrant la flexibilité de la technologie dans plusieurs juridictions. Cette avancée marque une étape vers une adoption plus large des normes One ID, tout en assurant la confidentialité des données et en anticipant une intégration à grande échelle prévue pour 2027 en Europe.

[!\[\]\(99f58673407353e96a019fbca558fd72_img.jpg\) En savoir plus](#)



Les tendances sur le transport aérien (International et national)

Les passagers veulent de la commodité et de la technologie pour améliorer les processus, les préférences régionales divergent

L'enquête IATA 2024 révèle que 68 % des passagers privilégient la proximité de l'aéroport, 71 % réservent en ligne (53 % via les sites des compagnies) et 79 % préfèrent payer par carte de crédit. À l'aéroport, 70 % souhaitent atteindre leur porte en 30 minutes avec un bagage cabine, et 46 % utilisent la biométrie (84 % de satisfaction), préférée par 75 % aux documents traditionnels. Par région : l'Afrique privilégie les agences et les solutions numériques, l'Asie-Pacifique reste centrée sur les prix, l'Europe est prudente avec la biométrie, le Moyen-Orient et l'Amérique du Nord préfèrent la biométrie, et l'Amérique latine valorise la flexibilité des paiements.

[En savoir plus](#)



Les tendances sur le transport aérien (International et national)

L'aérien dépensera 3 300 milliards de dollars pour acquérir 45 900 avions au cours des 20 prochaines années

Cirium prévoit que les compagnies aériennes investiront 3.300 milliards USD pour acquérir 45 900 avions d'ici 2043. Airbus et Boeing livreront 84 % de ces avions, tandis que COMAC en assurera 6 %. Les avions de ligne représenteront 98 % des nouvelles livraisons avec une capacité en hausse de 4,4 % par an, et les avions cargo (3 500 unités) progresseront de 2,6 % annuellement, majoritairement par conversion passager-cargo. L'Asie dominera la croissance (45 % des livraisons), en particulier la Chine (20 %) et l'Inde, dont la flotte passera de 720 à 3 800 avions. Les problèmes d'approvisionnement continueront de causer des retards, bien que la demande pour de nouveaux avions reste forte.

[En savoir plus](#)



Les tendances sur le transport aérien (International et national)

Wifi gratuit à bord : la fin du mode avion approche

De grandes compagnies aériennes, comme Air France et Qatar Airways, prévoient d'offrir un Wi-Fi gratuit et haut débit à bord à partir de 2025, grâce à la technologie Starlink de SpaceX. Le premier vol équipé a eu lieu récemment. Les passagers pourront utiliser Internet pour diverses activités, transformant l'expérience de vol. Cependant, certaines compagnies imposeront des restrictions d'accès. Cette évolution marque un tournant dans la connectivité aérienne, avec une réduction des tarifs pour l'accès à Internet en vol.

 [En savoir plus](#)



150 2017 touriste accueillis à Madagascar de janvier à aout 2024

Madagascar a accueilli 150 217 touristes entre janvier et août 2024, bien que cela reste inférieur aux 170 530 visiteurs de 2019 pour la même période. La France (38.81), l'Italie (15.12%) et la Chine (4.09%) représentent les principales nationalités des touristes. Le pays vise un million de visiteurs d'ici 2028, avec des actions prévues pour améliorer les infrastructures, le transport aérien, et la sécurité dans les zones touristiques. Une réunion a été organisée pour renforcer ces efforts et augmenter les fréquences de vols domestiques, essentielles pour attirer plus de touristes.

[En savoir plus](#)



TOURISME DANS LE BOENY - Priorité sur la lutte contre l'informel

Lors de la 2^{ème} édition du Salon des acteurs économiques de Mahajanga, la Ministre du Tourisme, Viviane Dewa, a souligné l'importance de lutter contre l'informel dans le secteur hôtelier pour renforcer l'attractivité de Mahajanga. Les discussions ont aussi porté sur l'amélioration de la connectivité, notamment maritime, pour accueillir des croisiéristes. La ministre a également exhorté la population à combattre les feux de brousse en s'engageant dans des initiatives écologiques.

 [En savoir plus](#)



Le Festival des Pirates : Sainte-Marie à l'honneur du 1^{er} au 3 novembre

Le Festival des Pirates se tiendra à Sainte-Marie du 1^{er} au 3 novembre, promouvant la culture et le patrimoine local, notamment l'héritage de la piraterie du XVI^e siècle. Organisé par l'association Le Circuit des Forbans, il propose des activités immersives, dont une grande chasse aux trésors. Plus de 100 participants, y compris des visiteurs étrangers, sont attendus. En collaboration avec Madagascar Airlines et El Condor, des vols supplémentaires seront mis en place pour faciliter l'accès à l'île pendant l'événement.

[En savoir plus](#)





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