



Plan d'actions Afrique du Sud

2023 restera une année de référence, sur de nombreux niveaux, notamment avec l'effet Coupe du Monde de Rugby France 2023. Le nombre de voyageurs de 2019 vers la France a été dépassé.

L'industrie du tourisme sud-africain a su tirer partie de l'engouement pour la France, après une période covid sans revenus, la France a été la destination de choix, qui a permis aussi de se remettre en état de marche. Les tour-opérateurs proposent des offres de séjours, pour prolonger et compléter l'expérience très positive que leurs clients ont vécue.

La résilience et la loyauté, et c'est bien ce qui peut caractériser l'Afrique du Sud.

Chiffres clés

+120 000

voyageurs accueillis en
France en 2019

1ère

destination des Sud-africains
en Europe

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

- Population : 60 millions d'habitants (dont 6 millions environ en mesure de voyager)
- Un pays très jeune, dont l'âge médian est 27,5 ans
- Taux de croissance en 2022 : +0,2%
- Prévision de croissance 2023 : +1,5%
- PIB : 405,9 milliards de dollars en 2022 (environ 12% du PIB du continent africain qui compte 54 pays)
- Taux de chômage : 29,8% (2023)
- Inflation sur 1 an, à février 2023 : +4,8%
- Taux de change au 19 novembre 2023 : 1 € = 19,5 ZAR

Positionnement de la destination France

La France est la 1ère destination des Sud-africains en Europe, devant l'Italie et l'Espagne.

La France est une destination, mais c'est également un point de ralliement entre amis et familles qui se retrouvent du monde entier.

Une destination privilégiée de par sa position stratégique, **sans décalage horaire**, avec un **art de vivre** dont les Sud-Africains rêvent et une véritable **aspiration à mieux connaître la France**, ses habitudes et ses coutumes, au-delà des sites touristiques.

Avec **2,5 millions de départs à l'international en 2019**, la France est proportionnellement très visitée puisqu'elle accueille plus de **120 000 visiteurs**.

La durée moyenne de séjour va de 7 à 10 jours.

Connectivité aérienne :

Les compagnies aériennes sont revenues en force et le nombre de trajets à l'international a atteint 85% du niveau 2019, et 80% au niveau des passagers (NB les compagnies souhaitent maintenir les routes, quitte à réduire la taille des avions pendant une période).

Air France reste la seule compagnie à avoir des vols directs sur Paris. Emirates va augmenter sa capacité en début 2024, on reviendra alors à la capacité pré-covid.

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Profil des voyageurs :

Parmi les différents segments de clientèles sont à distinguer :

- **Les clientèles à haute contribution**, qui fréquentent les palaces et hôtels 5*, des stations de ski haut de gamme, des croisières luxe. Les facteurs conjugués de l'augmentation du prix des billets d'avion et la chute de la monnaie sud-africaine y contribuent d'autant.
- **Les couples et groupes d'amis**, important secteur car cela est hors vacances scolaires
- **Les familles inter générationnelles**, comme on l'a vu pendant la RWC France
- **Les voyages scolaires, les incentives et corporate**

Activités favorites

Les grands événements sportifs internationaux, tout ce qui touche à l'art de vivre à la française (culture, patrimoine, gastronomie, œnotourisme, le shopping) les parcs d'attraction

Destinations favorites

- Paris,
- Provence & Côte d'Azur,
- Rhône-Alpes pour les vacances d'hiver,
- l'Occitanie,
- le Centre Val de Loire,
- la Normandie.

Mode de Réservation

Avec un taux d'intermédiation de 70%, les Sud-Africains ont l'habitude du service, et même s'ils sont toujours connectés, ils préfèrent avoir affaire à un agent pour l'organisation de leur voyage. La réactivité des professionnels du tourisme sud-africains, leur sens du service les rendent plus que jamais indispensables, les clients apprécient leur engagement, le taux d'intermédiation va donc rester élevé

Saisonnalité :

Avec des saisons inversées, les grandes vacances sont en décembre janvier, ils voyagent également en mars avril et juin juillet.

A noter : la découverte de voyages en septembre et octobre pendant la RWC France 2023, ce qui permettra d'étaler les voyages à des périodes moins chargées.

Sensibilité au tourisme durable

Une prise de conscience tangible par rapport au tourisme durable, où les professionnels du tourisme demandent des offres correspondantes, c'est pourquoi la thématique « France douce » qui rejoint celle de la mise en avant des produits locaux, voyages proches et moins polluants est mise en avant.

Nos recommandations pour aborder ce marché

- Être présent dans un pays qui apprécie le service et surtout une réactivité très rapide, auprès des professionnels du tourisme qui apprécient particulièrement cette présence.
- Parler anglais
- Comprendre qu'on ne peut pas généraliser sur les Sud -Africains au risque de faire des erreurs sur l'approche (Profiter pour revoir les vidéos d'accueil préparées par Atout France)
- Ne pas penser que les Sud-Africains sont novices en matière de voyages, certains peut être (par exemple dans les voyages incentives) mais dans l'ensemble une partie des voyageurs voyage souvent et régulièrement
- Continuer et encourager les voyages de presse et influenceurs qu'il faut savoir sélectionner.

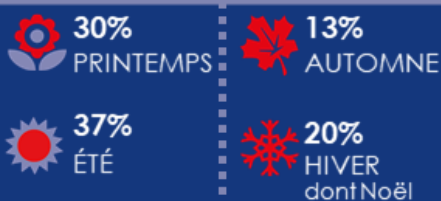
Le marché Afrique du Sud en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

AFRIQUE DU SUD

Quelques données économiques

-  58 MILLIONS d'habitants
-  6 340€ PIB / habitant
-  Économie :-6,4% en 2020
+4,1% en 2021



Période de réservation



Principales destinations visitées en France



ATOUT FRANCE
Agence de développement
touristique de la France

Taux de change



1 € = 17,50 ZAR

Données touristiques en 2019

2,5 Millions de voyages à l'étranger en avion



132 000 arrivées de Sud Africains en France

7 à 10 Jours = Durée moyenne de séjour

Principaux bassins émetteurs



Johannesburg/Pretoria

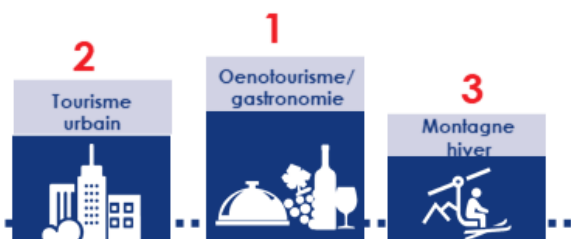
Le Cap - Durban

Profil voyageurs



- La France - 2ème destination des Sud Africains en Europe;
- En majorité pour loisirs, ils viennent pour le tourisme culturel, œnotourisme et la gastronomie, le shopping, l'art de vivre et la montagne. Ils voyagent en couple et familles

TOP 3 des motivations de voyages en France



Contact marché Afrique du Sud |

helene.bezuidenhout@atout-france.fr

www.atout-france.fr | www.france.fr

Les opérations à la carte

- [E-learning France Connaisseur](#) : Formations / Professionnels internationaux

Marchés d'intervention :	Afrique du Sud	Arabie Saoudite	Barheïn	Brésil	Canada	Egypte	Emirats Arabes Unis
Type de rendez-vous :	Formations						
Cibles :	Professionnels internationaux						

Depuis 2023, France Connaisseur, le programme de formation à destination des agents de voyages étrangers est proposé dans différents pays. De façon très interactive, il permet à la distribution internationale de mieux connaître ou de consolider ses connaissances générales sur les destinations françaises.

L'offre des adhérents peut être intégrée aux contenus des modules de formation afin de la faire connaître aux agents de voyages.

OBJECTIFS

- Promouvoir votre offre auprès des agents de voyages internationaux
- Motiver et soutenir les agents de voyages pour mieux vendre la France.
- Créer une base de contacts et un réseau d'agents spécialistes de la France.

FORMAT

Format de l'opération :

Formation à distance.
Accès 24h/24 et 7j/7.

Informations complémentaires et mises à jour sur atout-france.fr

