

Malaisie

La Malaisie est la 3ème puissance en ASEAN après Singapour et Brunei en termes de PIB par habitant (2024). Le pays dispose d'importantes ressources en pétrole et est devenu l'un des principaux producteurs mondiaux d'huile de palme et de disques durs.

La Malaisie recherche l'unité et l'équilibre entre les différents groupes ethniques qui composent sa population de 34,1 millions d'habitants. Cette population multiethnique est composée de : Malais autochtones - (70 %), Chinois d'origine (22 %), Indiens d'origine (6 %) et expatriés (1 %), ce qui explique leur excellente maîtrise de l'anglais. L'anglais est donc privilégié pour les actions marketing BtoB.

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

Principales données économiques du marché

- Population : 34,1 millions d'habitants en 2024
- Taux de croissance en 2024 : + 5,1 %*
- PIB par habitant : USD 11 870 en 2024*
- Nécessité de visas pour venir en France : Non
- Taux d'inflation en 2024 : 1,8%*

*Source : Banque mondiale

Positionnement de la destination France

Positionnement de la destination France

Les intentions de voyage sont en reprise croissante après la pandémie. Le salon MATTA fair, plus grand salon de tourisme en Malaisie, a accueilli 210 000 visiteurs lors de son édition en avril 2025 soit +23% par rapport à 2024.

Grande nouveauté : Malaysia Airlines opère depuis mars 2025 des vols quotidiens entre Kuala Lumpur et CDG.

A l'origine, La France ne possède pas de lien particulier avec la Malaisie, mais les relations entre les deux pays sont très bonnes.

La France est le premier pays fournisseur d'alcool de la Malaisie, la consommation d'alcool étant une part importante de la vie sociale des Malaisiens d'origine chinoise, en particulier pendant les rencontres d'affaires et les célébrations.

Dans la période pré-COVID, entre 2016 et 2018, le marché malaisien représentait en moyenne **167 000 arrivées en France**, soit le meilleur résultat en ASEAN, pour une durée de séjour moyenne assez courte, autour de 5,5 nuitées*.

La France bénéficie toujours d'une image positive, faisant rêver les Malaisiens (le shopping, la gastronomie, le luxe, Paris...).

Contrairement à d'autres pays d'Asie du Sud-Est, les Malaisiens n'ont **pas besoin de visa pour venir en France**, ce qui constitue l'un des principaux avantages.

*Source : Moyenne annuelle 2016-2018 de l'enquête L'INSEE

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Les deux principaux segments de clientèle loisir pour la France sont majoritairement **les familles (voyages sur plusieurs générations)** et **les couples sans enfant**. Le lien familial est très fort en Malaisie

Il est à noter que la Malaisie est un marché sensible aux prix et aux actualités associées au shopping. **Grands amateurs de shopping**, les Malaisiens se tournent de plus en plus vers de nouvelles tendances et des expériences singulières, notamment depuis la fin de la pandémie de Covid-19.

Mode de réservation

Le marché est encore peu mûr, avec beaucoup de voyages multi-destinations en Europe, et des durées de séjour encore assez courtes en France. Le canal principal des actions de promotion est le B2B.

Saisonnalité

Les grandes périodes de départ se situent au moment des vacances scolaires et des fêtes du Ramadan, ainsi que lors du nouvel an chinois (dont les dates changent chaque année).

Recommandations pour aborder ce marché

Recommandations pour aborder ce marché

Actions phare zone ASEAN



Le marché Malaisie en un clin d'oeil

Chiffres Clefs: Malaisie