

NOTE DE VEILLE INTERNATIONALE

Date : 03/24

A RETENIR

Tendance marché #1	Consolidation des grands groupes d'agences de voyage vers les voyages de luxe (ex : Flight Centre et Helloworld).
Tendance marché #2	Baisse progressive des tarifs du transport aérien.
Fun fact / signal faible #1	Le festival du film français de l'Alliance Française en Australie est le premier festival du film français hors France avec 175 000 spectateurs. C'est le parfait relais de la culture française et du tourisme en France ¹ .
Fun fact / signal faible #2	60 % des voyageurs Australiens déclarent vouloir voyager à l'étranger en 2024, malgré la hausse du coût de la vie ²

TONALITE DES MESSAGES LORSQU'IL EST FAIT MENTION DE LA FRANCE

Image positive de la France, avec des messages tourisme favorables et l'image d'un pays progressiste à la suite de l'inscription du droit à l'avortement dans la Constitution.

PROPENSION À VOYAGER

- Faiblesse du dollar Australien par rapport à 2023.
- Meilleure génération-cible pour les voyages : les Boomers, avec des revenus (pas d'emprunt immobilier) et du temps disponible.
- **Crise du logement** : avec un stock au plus bas face à une très forte demande alimentée par une immigration plus importante que prévue à laquelle s'ajoute des taux

¹ Source : Alliance Française Sydney

² Escape.com.au: <https://www.escape.com.au/news/2024-travel-trends-report/news-story/e6b7eb90dee79ffd25fa854a5649f866>

d'intérêt en hausse. Ce contexte provoque une flambée des prix qui devrait perdurer car peu de nouvelles constructions sont prévues, et les politiques en vigueur restent faibles. Cette hausse des prix nourrit l'augmentation du coût de la vie et réduit les revenus disponibles pour voyager.

→ 27 millions d'habitants en Australie, avec une forte immigration en 2023.



INNOVATION TOURISTIQUE

Analyse générale

Tourism Australia utilise toujours leur campagne de 2022 pour leur promotion, donc pas de renouvellement de leur part. Ils utilisent une mascotte et un ambassadeur connu ici : l'actrice Rose Byrne.³ La Nouvelle Zélande utilise aussi le réalisateur et acteur Taika Waititi pour leur promotion.⁴

Innovations par thématiques

Data	L'Etat de Tasmanie a accueilli la conférence CAUTHE (<i>Council for Australasian Tourism and Hospitality Education</i>) avec la participation d'académiciens et de chercheurs dans le domaine du Tourisme, soulignant l'importance de travailler entre chercheurs et professionnels du secteur sur le terrain, pour un meilleur accompagnement. ⁵
Promotion	Le dessin animé australien Bluey, connu dans le monde entier fait découvrir la vie australienne à des millions d'enfants et parents dans le monde et l'Etat du Queensland où Bluey habite, annonce la réalisation d'un parc à thème. ⁶
Mobilité	La région Gold Coast, dans le Queensland, lance une campagne sur le tourisme accessible, en vue d'accueillir les JOP en 2032. ⁷ Qantas confirme l'ouverture de la ligne directe Perth-Paris en juillet 2024 Cette nouvelle très attendue ajoutera 75 000 sièges par an.
Durabilité	- Progrès technologiques de l'Australie pour rendre le tourisme virtuel possible pour les personnes incapables de se déplacer. ⁸

³ <https://www.tourism.australia.com/en/resources/campaign-resources/come-and-say-gday.html>

⁴ https://www.youtube.com/watch?v=LGP_o_syKIU

⁵ Source : <https://cauthe.org/services/conferences/>

⁶ Source : <https://www.brisbanetimes.com.au/national/queensland/bluey-and-bingo-invite-the-world-to-play-at-their-new-brisbane-home-20231203-p5eomu.html>

⁷ <https://www.spicenews.com.au/industry-news/business-tourism-news/gold-coast-launches-accessible-visitor-guide/>

⁸ Source : <https://www.abc.net.au/news/2024-03-15/immersive-reality-helps-aged-care-living-with-disability-travel/103585628>

	- Visit Sunshine Coast, l'office de tourisme d'une région de la côte Est australienne, s'est associé à Reforest pour créer un programme qui invite les entreprises locales et les touristes à encourager les projets de restauration des forêts locales.⁹
Offre touristique et nouvelles expériences de séjour	- Le gouvernement de l'Etat du New South Wales et la ville de Sydney ont ouvert une consultation d'un mois pour recueillir des avis sur la location d'hébergements via les plateformes de type Airbnb et comment faire mieux cohabiter besoins des propriétaires et crise du logement afin de légiférer ensuite.¹⁰
Autre	- Réflexion sur le fait que les agents de voyage pourraient avoir un programme de fidélité.¹¹ - L'<i>Australian Travel Industry Association</i> (ATIA), lance une consultation pour connaître les besoins en ressources humaines afin de pallier le manque de talents dans le secteur.¹²

ATTENTES DES CLIENTELES LOCALES

Analyse générale

- 60 % des voyageurs Australiens déclarent vouloir voyager à l'étranger en 2024, malgré la hausse du coût de la vie, selon [Escape.com.au](https://www.escape.com.au).
- Selon l'étude annuelle *Luxury Escapes* sur le segment luxe, 72 % des répondants veulent dépenser autant qu'en 2023.
- La France est dans le Top 5 des destinations des clients luxe Virtuoso en Australie et Paris la première ville préférée.¹³

Éléments de tendances par segment de clientèle

Famille	Voyage multigénérationnel
Jeune	Tendance <i>gap year</i> (année de césure) pour les jeunes

⁹ Source : <https://reforest.com.au/tourism/>

¹⁰ Source : [td150224.pdf \(traveldaily.com.au\)](https://traveldaily.com.au/tourism/td150224.pdf) page 2

¹¹ Source : <https://karryon.com.au/community/travel-agents-loyalty-programs/>

¹² Source : [td070224.pdf \(traveldaily.com.au\)](https://traveldaily.com.au/tourism/td070224.pdf) page 3

¹³ Source: Virtuoso

Senior	Grande consommation des croisières, notamment fluviales.
Groupes	Développement de petits groupes haut de gamme.
Haute contribution	Gros potentiel en Australie, réservation via les agents de voyage.



TOURISME DURABLE

- 70 % des Australiens interrogés ont déclaré vouloir voyager de manière plus durable au cours de l'année à venir.¹⁴
- L'Australie possède un organisme : "Eco Tourism", qui regroupe l'ensemble des initiatives et des labels dans le domaine des voyage responsables. Un sommet est organisé en juin 2024.¹⁵



DISTRIBUTION (à destination de la France et de ses principaux concurrents)

- Tendance à la consolidation vers le voyage de luxe, par exemple Flight Centre a acquis le salon voyage de luxe *Luxperience* et restructure ses agents indépendants vers la marque *Envoyage* et *Luxury Travel Collection*.
- Intermédiation vers la France estimée à 75/80 % du marché total.



MARKETING / STRATEGIE DE DESTINATION

L'Etat de Victoria a réalisé une campagne pour montrer sa différence : l'effet "hors des sentiers battus".¹⁶



THEMATIQUES D'ACTUALITÉ

Grands événements internationaux	- Campagne de soutien pour les JO paralympiques à Paris.¹⁷ - programmation par les Tour-opérateurs australiens sur la thématique Tourisme de mémoire et le débarquement
---	---

¹⁴ Source: Brisbane Airport bne.com.au

¹⁵ <https://www.ecotourism.org.au/>

¹⁶ <https://corporate.visitvictoria.com/news/every-bit-different>

¹⁷ <https://campaignbrief.com/paralympics-australia-launches-new-imagine-what-we-can-do-campaign-via-publicis-worldwide/>

Nouvelles stratégies des destinations urbaines	- Singapour réalise une belle campagne nature et milieu urbain sur le marché australien qui donne très envie. ¹⁸
Espaces touristiques (littoral...)	- Campagne influenceur pour <i>Tourism Australia</i> afin d'attirer des jeunes. ¹⁹
Télétravail et staycation	- Beaucoup de développement des espaces de <i>co-working</i> dans les grandes villes avec activités et avantages comme accès à une salle de sport etc... - Le groupe Accor développe des espaces de <i>co-working</i> . ²⁰
Outre-mer	- Grâce aux deux contrats de destinations et de belles campagnes de notoriété et tactiques, les deux destinations de Polynésie française et de Nouvelle-Calédonie sont revenues aux mêmes chiffres qu'avant Covid. - La Nouvelle Calédonie est dans le top 10 des recherches Google en 2023 et les touristes australiens sont le 5e marché en arrivées pour Tahiti en 2023.
Culture, patrimoine, œnotourisme	L'Australie cherche à attirer les grands événements et met l'évènementiel au cœur de sa stratégie, comme par exemple le Festival des Lumières "Vivid" à Sydney qui prend de l'ampleur. ²¹

¹⁸ <https://www.facebook.com/roastbrief/videos/singapore-tourism-board-have-launched-a-new-global-campaign-made-in-singapore-to/848231959928087/>

¹⁹ <https://www.news.com.au/travel/travel-updates/travel-stories/social-media-influencers-paid-90k-to-visit-australia-and-post-about-it/news-story/cda6d0be2d670105c99873c73bae4fcd>

²⁰ <https://group.accor.com/en/Actualites/2020/09/coworking-hotel-pop-up-offices>

²¹ <https://www.destinationnsw.com.au/vivid-sydney>