



Plan d'actions Colombie

Des taux de progression à 3 chiffres pour la destination France

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

- Population : 51 millions d'habitants
- Taux de croissance prévu pour 2023: +0,7%
- Taux de croissance 2022 : +7,5%
- PIB par habitant en USD (2019) : 6.432 USD

Positionnement de la destination France

Fort d'une économie dynamique (+4,8% du PIB par an lors de la dernière décennie), **la Colombie est devenue le troisième marché émetteur sud-américain vers la France**, après l'Argentine (2e) et le Brésil (1er).

Avec plus de 520 000 entrées en 2017, le marché colombien affiche l'une des plus fortes progressions de la décennie parmi les marchés émergents, notamment grâce à l'exemption du visa européen. La prévision est que ce chiffre double d'ici à 2030.

La politique colombienne du tourisme, partie intégrante du plan de développement économique du pays, a porté ses fruits et contribué à positionner la Colombie comme destination touristique en vogue ces dernières années mais surtout, **à favoriser l'outgoing, grâce notamment à une connectivité importante** vers et depuis l'Europe (notamment l'Espagne).

Malgré la prédominance des routes vers Madrid, Air France relie quotidiennement Bogotá à Paris - Charles de Gaulle avec une capacité augmentée de 20% depuis 2019 grâce au Dreamliner 787. La forte implantation de la compagnie nationale, dont les bureaux de Bogota rayonnent sur la côte andine et l'Amérique centrale, a toujours été un soutien important pour les actions d'Atout France sur ce marché très fidèle.

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Deux types de profils se distinguent :

- **Les clientèles francophiles issues des CSP+** (élites consommatrices de produits moyen à haut de gamme) : repeaters (63% du marché) et connaisseurs de la destination.
- **Les primo-visiteurs, nouvelle clientèle issue de la classe moyenne**

Profil des voyageurs colombiens en France :

Les 45 et 54 ans représentent 37% des voyageurs provenant de Bogotá (49%), Medellin (23%), Cali (14%).

Segmentation :

- Vacanciers épicuriens (34%),
- hommes d'affaires (28%),
- affinitaires (24%)
- et haut-de-gamme (14%).

Les Colombiens vont à Paris, sur la Côte d'Azur, dans les Alpes et l'Aquitaine.

Particularité depuis des décennies, **les Colombiens ont une passion pour le cyclisme** et une fascination traditionnelle pour les champions exerçant ce sport : Egan Bernal, vainqueur du Tour de France 2019, mais avant lui Quintana, Herrera, Quintana, Urán...

Les produits touristiques sont très packagés : beaucoup de circuits en groupe, multi-destinations européennes avec en porte d'entrée l'Espagne et intermédiation de TO espagnols.

La gastronomie, la culture et le shopping mais également le cyclotourisme (intérêt marqué pour le Tour de France) sont des axes à privilégier.

Recommandations pour aborder ce marché

Les actions vers les acteurs de la distribution sont nécessaires notamment à Bogota, Medellin, Cali et Barranquilla, les quatre grandes métropoles où vivent les CSP+. La formation et l'information sont une priorité et correspondent à un besoin important.

Principal salon de la Colombie, la Vitrina Turistica de Anato reste incontournable.

Concernant les actions envers le grand public, il est important de distinguer d'une part les clientèles issues des CSP+, repeaters, francophiles et d'autre part, les nouvelles clientèles, à la recherche de produits abordables, souvent packagés et en langue espagnole ;