

Afrique du Sud

2024

Première économique d'Afrique sub-saharienne, l'Afrique du Sud dispose d'une économie développée et diversifiée. Seul membre africain des BRICs et du G20, le pays a une forte influence régionale. Il compte le plus grand nombre de **millionnaires** d'Afrique et une **classe moyenne** relativement développée. L'Europe est le continent le plus visité en dehors de l'Afrique. Les liens historiques et économiques sont forts avec le Royaume-Uni (L'Afrique du Sud est membre du Commonwealth) et les Pays-bas, ce qui explique des flux touristiques importants. La France en tant que **4ème** destination européenne est appréciée pour son authenticité et son **art de vivre**.

2 fois la superficie de la France

Saisons inversées

Pas de décalage horaire avec la France, sauf 1h en hiver

Trois bassins émetteurs. Johannesburg est la capitale économique qui concentre une classe aisée.



Bassins émetteurs



61 millions d'habitants

37 400 sud-africains ayant des très hauts revenus (HNWI)

1€ égal à 19,55 Rand sud-africains



12

millions de voyages en avion en 2024

21%

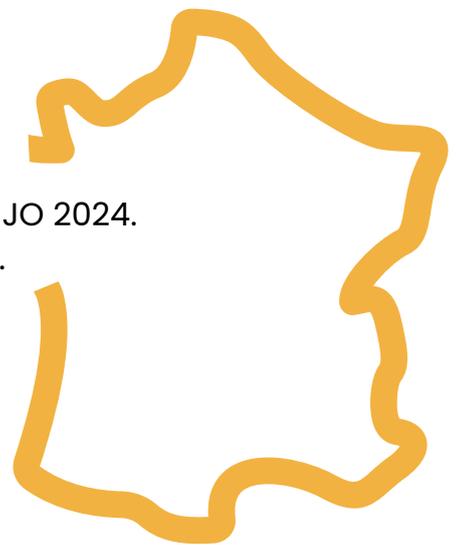
des sud-africains voyagent à l'étranger

156 000

arrivées de Sud-africains en France en 2024

Les touristes sud-africains en France

- Un fort attrait pour les évènements sportifs : RWC en 2023, JO 2024.
- Mais aussi pour les pratiques sportives : ski, golf, vélo, trail...
- Un fort attrait pour l'art de vivre à la française, l'oenotourisme, la gastronomie.
- Voyage avec location de voiture, à la découverte du pays
- Durée moyenne de séjour longue, de 7 à 10 jours
- L'obtention du visa n'est pas perçue comme un frein selon les professionnels du tourisme



Ligne directe avec Air France

(11h de vol de de Johannesburg à Paris CDG)



Afrique du Sud

156 000 passagers
Air France, la seule
compagnie aérienne,
vole vers Paris

Cape-Town

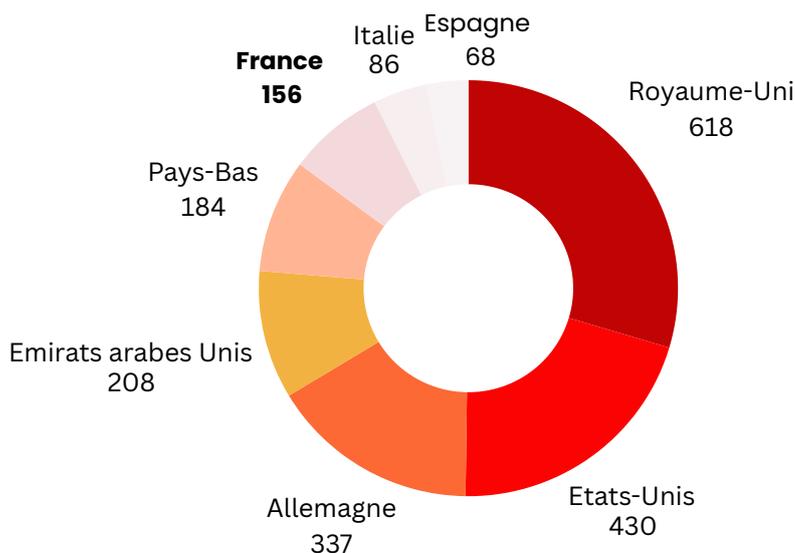
24 000 passagers
3/4 vols/ jour,
d'octobre à mars
(~2500 à 5000/ mois)

Johannesbourg

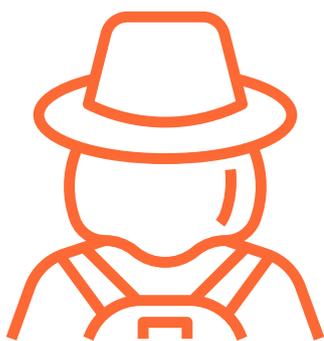
132 000 passagers
1 vol/ jour, toute
l'année
(~11 000/mois)

Place de la France

Nombre de départs hors Afrique, en 2024, en milliers



La France, 4ème place européenne. Des liens historiques avec le Royaume-Uni et les Pays-Bas, avec beaucoup de flux VFR et des lignes aériennes vers plusieurs villes anglaises, néerlandaises mais aussi allemandes. L'Italie et l'Espagne n'ont pas de lignes directes.



Profil des touristes sud-africains en France

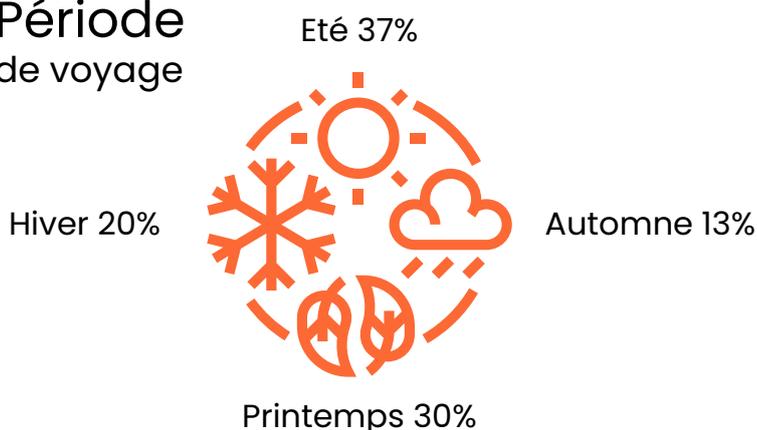
- 80% LOISIRS / 20% AFFAIRES
- La clientèle traditionnelle voyage de génération en génération, avec l'Europe et la France comme une habitude, un passage.
- Familles (le plus populaire) / Jeunes (gap year) / Couples / Groupes d'amis

Période de réservation

Réservation de séjours 3 à 6 mois à l'avance (offres plus intéressantes et temps d'obtention du visa)



Période de voyage



Distribution

- Taux d'intermédiation de 75%
- Quelques consortiums, avec des marques ombrelles, promotion facilitée
- De nombreux agences de voyages indépendantes (surtout depuis la fin du covid)

Plan d'actions 2025

Démarchage top TO et séminaire ITC



Date: 18 et 21 février 2025

Format: démarchage et séminaires de présentation aux agences de voyages indépendantes (ITC). Johannesburg et Cape Town

Coût: 3100 € HT. Option : Evènement presse (+400€ HT)

Nbre de rendez-vous: 4 à 5/ jour en démarchage et 30-50 ITC rencontrés en séminaire

Webinaires thématiques aux agents de voyages



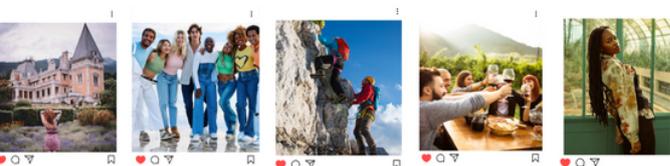
Format: Un webinar tous les 2/3 mois avec des thématiques pertinentes pour ce marché.

Envoi d'un manuel d'information thématique en amont du workshop.

Coût: 1500€ HT

Nbre de participants estimés: 50-70

Campagne panafricaine multi-influenceurs



Format: Campagne innovante: inviter plusieurs influenceurs sub-sahariens en même temps sur votre destination et transformer cet accueil en campagne digitale sur deux ans.

Coût: à partir de 3000€ HT

KPI estimés: 5-8 influenceurs, avec 500 000 abonnés minimum.

Conférence de presse online



Format: Présentation de vos actualités et nouveautés auprès de médias en ligne. Presse touristique B2B et B2C.

Coût: 1500€ HT

Médias invités: 6-20 journalistes.

Plan d'actions 2025

Calendrier des actions 2025

Janvier	Conférence de presse online	Invitation de journalistes B2B et B2C pour présentation de votre dossier de presse
Janvier-Décembre	Campagne panafricaine multi-influenceurs	Date: à convenir avec la destination d'accueil Format: Campagne digitale innovante sur 2 ans
Janvier	Destination Montagnes	Invitation de tours opérateurs sud-africains (5) sur le salon et sur des éducteurs.
Février	Démarchage top TO et séminaire ITC	Invitation de tours opérateurs israéliens sur le salon.
Mars-Mai-Septembre-Novembre	Webinaires thématiques	Plusieurs dates, à convenir avec les partenaires français Format : présentation de votre offre thématique aux agents de voyages
Avril	Rendez-vous en France	Invitation de tours opérateurs sud-africains (5) sur le salon et sur des éducteurs.
Autres opportunités	Invitations de prescripteurs en France	Journalistes, influenceurs, professionnels en éducteur, selon opportunités.