



AU

En savoir plus

Une offre aérienne riche

L'industrie aérienne est très dynamique, fortement poussée par l'embellie économique. Il y a, depuis quelques années, en Australie, une croissance du nombre de sièges offerts par les compagnies aériennes vers l'étranger. Sur le marché australien, la concurrence est âpre entre les compagnies du Moyen-Orient et d'Asie. Elle s'intensifie aussi en raison du développement des compagnies low cost.

Un marché très dense en nombre de TO et d'agences

Les principaux TO du marché : Qantas Holidays (la branche tour-opérateur de la compagnie aérienne nationale), French Travel Connection (FTC), Tempo holidays, Explore holidays, Creative holidays.

FTC, France vacation et Travel Makers sont des spécialistes de la France, même si ce dernier ne vend pas uniquement l'Hexagone. Environ 40 TO programment la France.

Le nombre d'agents de voyages est évalué à 5 000, ce qui est très dense. En comparaison, la France compte 4 000 agences, mais avec 4 fois plus d'habitants.

Le taux d'intermédiation s'élève à 75% pour les réservations de voyage vers la France. Les Australiens réservent au moins 6 mois avant leur départ.

Contacts :

Presse/Marketing : Perrine ARMANDARY
perrine.armandary@tourisme-aquitaine.fr - 05 56 01 73 88

Observatoire : Philippe TARRICQ
philippe.tarricq@tourisme-aquitaine.fr - 05 56 01 73 81

Comité Régional de Tourisme d'Aquitaine

www.tourisme-aquitaine.fr

4 place Jean Jaurès - CS 31759 - 33074 Bordeaux Cedex - France
Tél. 05 56 01 70 00 Fax : 05 56 01 70 07
tourisme@tourisme-aquitaine.fr

Conception graphique : www.papaplanet.com - crédit photo © CRTA - A. Bégierre, J.J. Brechant, OT Bordeaux Dégis



ÉDITION 2014

AU

MARCHÉ AUSTRALIEN

Une économie florissante favorable aux voyages en Aquitaine

Aux antipodes, la clientèle australienne est intéressante car elle dispose d'un pouvoir d'achat élevé, d'une économie florissante et d'un attachement à la culture française. Pour cette clientèle, l'Aquitaine doit jouer de ses atouts touristiques, notamment l'œnotourisme, le patrimoine culturel et historique... Fortement intermédiarisé, ce marché doit être travaillé prioritairement par le biais des tour-opérateurs et des agences.

1/ Source : Bureau des statistiques du Canada - juillet 2014 2/ Source : Atout France 3/ Source : Insee 4/ Source : Tourism Research Australia

5/ Source : DGcis, Banque de France, enquête EVE - 2013 6/ source : Banque de France - Balance des paiements 7/ Source : International Traveller Research Report 2014 8/ Source : DGcis, Banque de France, enquête EVE - 2014 9/ Source : Etude Forwardkeys - Les arrivées via GDS de 2010 à 2013. Tous les arrivants ne passent pas par une réservation via les GDS et les vols low cost et réservations on line auprès des compagnies régulières, échappent aux GDS



L'économie australienne reste robuste malgré la crise

L'Australie, la plus grande île du monde, représente 14 fois la superficie de la France et compte 23 millions d'habitants. Malgré l'éloignement géographique et la proximité de l'Asie, elle reste culturellement proche de l'Europe, d'autant que 75% des Australiens sont originaires du vieux continent [plusieurs vagues successives d'immigration venues de Grande-Bretagne, Italie, Grèce...].

Passée récemment 12^e puissance économique mondiale, classée AAA, l'économie australienne est l'une des plus performantes des pays développés. Bien que le pays traverse une période délicate de transition après plus d'une décennie de boom minier, son produit intérieur brut a progressé de 2,8% en 2013 et l'Australie entame sa 23^e année consécutive de croissance économique avec une prévision +2% pour 2014 ⁽¹⁾. Toute proportion gardée, 2014 devrait être cependant une année plus difficile pour l'économie australienne qui va souffrir de la baisse des cours des matières premières et du ralentissement de la croissance en Chine. Ainsi le chômage a atteint 6% en janvier, pour la première fois depuis plus de 10 ans.

Des vacances plutôt longues pour visiter l'Europe

Les Australiens ont 4 semaines de vacances par an et bénéficient de 3 mois de congés payés lorsqu'ils ont passé 10 ans dans la même entreprise. En général, ils mettent à profit ce bonus pour faire un voyage lointain. L'Europe fait alors partie de leurs destinations favorites.

La durée moyenne de séjour en Europe est plutôt longue ce qui explique les locations de voitures longues durées [« Renault » affiche une durée de location de voiture de 50 jours par séjour], ainsi que le succès croissant des hébergements locatifs plus adaptés à des longs séjours. A noter également que l'Australie représente aussi le 2^e marché mondial de « Raileurope » après les USA, avec un chiffre d'affaires de 50 millions d'euros.

L'Europe, une destination un peu moins « accessible » en 2014

Champion du monde des dépenses par voyage à l'étranger selon l'OMT, les Australiens ont effectué 9 millions de séjours à l'étranger en 2013, soit une augmentation de 5 % par rapport à 2012 ⁽²⁾.

Avec un revenu moyen annuel de 60 000 € et un coût du transport aérien resté stable, voire en diminution, les voyageurs australiens estiment à juste titre que l'Europe est une destination « pas chère ». Si depuis 2009, le cours du dollar australien a augmenté de 30% vis-à-vis de l'euro ⁽³⁾, le taux de change a néanmoins connu, cette année, une baisse de 10% ⁽⁴⁾.

Les icônes françaises attirent les touristes australiens ⁽²⁾

Au-delà d'un pouvoir d'achat qui leur permet de voyager, le « fond de francophilie » des Australiens les attire vers la France : l'art de vivre à la française, Paris, le Tour de France [très suivi en Australie d'autant que les TV australiennes produisent de nombreux reportages sur le pays et les régions en marge de l'épreuve sportive]... Au palmarès des intentions de voyage, la France se situe en 4^e position après les Etats-Unis, la Nouvelle-Zélande et la Grande-Bretagne.

Le concurrent direct de la France reste l'Italie, même si des destinations nouvelles se développent rapidement [Chine, Argentine notamment]. Plus généralement, les vacances actives [croisières fluviales, circuits gastronomiques, cyclo-tourisme] connaissent un succès croissant auprès des Australiens.

La compétitivité de la destination France risque toutefois d'être mise à mal par l'arrivée sur le marché de la génération X [personnes nées entre 1965 et 1980], une clientèle moins francophile que les baby-boomers.

La saisonnalité des Australiens en France est assez marquée : elle est linéaire d'avril à octobre.

L'Australie : 2^e marché long courrier de la France

On compte environ 1 077 000 touristes australiens en France en 2012 pour un peu plus de 9,1 millions de nuitées ⁽⁵⁾. Ils représentent 21% de la clientèle d'Asie/Océanie et 1,3% de l'ensemble des arrivées étrangères en France. Dotés d'un fort pouvoir d'achat, les Australiens sont le 2^e marché long courrier en termes de devises entrantes avec 850 millions de recettes en 2012, après les Américains ⁽⁶⁾.

Selon Atout France, les ventes des tour-opérateurs vers la France devraient augmenter de 10% en 2014.

Un peu plus d'une semaine pour visiter Paris et la France

Paris est la 1^{ère} destination rêvée des Australiens, avant les Maldives et New York ⁽⁷⁾. La durée moyenne de séjours des touristes australiens en France est de 8,4 nuits ⁽⁸⁾, même si beaucoup d'entre eux optent plutôt pour des séjours de 14 jours ⁽²⁾. 80% des clients australiens en France sont originaires de la Côte Est australienne [Etats de New South Wales et de Victoria].

Avec 79% de leurs nuitées réalisées en hébergement marchand, ils sont, de toutes les clientèles étrangères accueillies en France, celles qui font le plus appel à ce type d'hébergement, après les Japonais.

Un marché à développer en Aquitaine

Compte tenu de leur volume relativement faible comparativement aux clientèles européennes, il est difficile de disposer de chiffres sur la clientèle australienne en Aquitaine puisque l'étude de l'INSEE les regroupe sous une catégorie Asie/Océanie/Australie.

Selon les données fournies par l'étude Forwardkeys ⁽⁹⁾, 87% des Australiens ayant réservé leur transport par GDS séjournent à Paris, Bordeaux ne représentant que 1% des parts de marché.

Dans les aéroports de Bordeaux et Biarritz, le nombre d'Australiens ayant réservé leur transport par GDS ⁽⁹⁾ est relativement stable alors que les arrivées en France ont progressé de 21% entre 2010 et 2013. Toulouse aussi progresse davantage que Bordeaux sur les deux dernières années.

Arrivées via GDS en provenance d'Australie ⁽⁹⁾

	2010	2011	2012	2013
France	94 064	102 224	114 473	119 201
Toulouse	1 300	1 203	1 460	1 483
Nice	6 212	5 918	6 797	7 904
Bordeaux	736	666	688	686
Biarritz	164	174	198	201
Sous total Aquitaine	900	840	886	887

