



LE TOURISTE SUD- AFRICAIN

➡	QUI EST LE TOURISTE SUD-AFRICAIN?	2
➡	SEGMENTATION DE LA CLIENTELE	4
➡	COMPORTEMENT DE LA CLIENTELE	5
➡	RECOMMANDATIONS	8

➡ QUI EST LE TOURISTE SUD-AFRICAIN ?

- ➡ Marché d'individuels et de groupes, actifs ou retraités. Moyenne de 35 à 45 ans.
Ils viennent principalement des villes: Le Cap, Pretoria, Johannesburg et Durban
- ➡ Voyageur de **classe moyenne** et de **classe moyenne supérieure**.
- ➡ La durée moyenne des séjours est de **8 jours à l'étranger**.
- ➡ Il aspire à voyager **en couple** et **en famille** ou **petits groupes**.
Un segment en importance est celui des personnes voyageant seules.
- ➡ **Périodes de voyage** : il voyage principalement de **juin à septembre** et dans une moindre mesure en décembre.
- ➡ Les sud-africains ont une préférence pour les **packages**, les **séjours organisés** du fait du taux de change. Ils privilégient les forfaits tout compris (« *All inclusive* » Packages).

*C'est une clientèle branchée et connectée et même si les agences de voyage restent le premier réseau pour acheter les voyages, **internet** prend une place importante pour l'information, la consultation de blogs, des échanges, mais également pour les achats soit en direct soit à travers des OTA. L'internet mobile est également en plein boom.*

Attentes de la clientèle

- **Qualité des services et de l'accueil** : le niveau de l'accueil et la qualité du service hôtelier en Afrique du Sud sont excellents et ils s'attendent à être bien reçu.
- **Bon rapport qualité/prix** : ils sont très sensibles à la qualité du service et au bon rapport qualité/prix. Ils profitent également de plus en plus des offres promotionnelles de dernières minutes.
- **Langue** : les sud-africains ne parlent généralement pas français et apprécient être accueillis en anglais.
- **Sécurité**: un aspect important dans le choix de la destination.
- **Self-drive**: forte demande pour les séjours avec la location de voiture et importance des informations concernant les assurances, les retours véhicules... Ils souhaitent des GPS avec des informations/conseils de visites par région.

➔ QUI EST LE TOURISTE SUD-AFRICAIN ?

Motivations de voyage

Les touristes sud-africains souhaitent vivre de nouvelles expériences. Amoureux de la nature, ils ont une préférence pour les **vacances actives** et l'**aventure**.

A destination de ces cibles sont valorisés le tourisme de loisirs, sportif et d'aventure, le tourisme balnéaire, la culture et le patrimoine, l'art de vivre et la gastronomie, le tourisme en ville et le shopping, les croisières fluviales ou en mer, ainsi que le tourisme d'affaires et les voyages de noces. *La visite de la famille et des amis (VFR) est également un facteur de motivation important.*

Vacances actives, Nature et aventure

Les **activités d'aventure** et la **nature** sont les principales motivations pour les touristes sud-africains.

- Une **nature authentique**, la beauté des paysages et les grands espaces; exploration de la nature sauvage, faune et flore, parcs nationaux...
- Clientèle sportive, ce sont de gros consommateurs d'**activités « outdoor »**, de pleine nature. Certains thèmes de niche suscitent un grand intérêt : VTT, randonnée et trail, plongée, pêche au gros, golf, ski.... Les voyages autour d'évènements sportifs.
- Ils ont également une forte attirance pour les **plages**, la mer et les **activités balnéaires et nautiques**.

Activités de pleine nature, Sport

Balnéaire

Culture et Patrimoine

- Découverte du patrimoine et de la culture locale
- Visites de **sites culturels, historiques...**

Gastronomie, œnotourisme

- **Gastronomie et art de vivre** : restauration, cuisine et produits du terroir
- **Œnotourisme**: attrait particulier pour les vignobles.

Tourisme urbain

- Attirés par le tourisme en ville, les activités urbaines, le **shopping**, la vie nocturne, les restaurants...

Les croisières

- Les croisières fluviales ou en mer sont de plus en plus prisées par les sud-africains. Bateaux de croisières ou péniches et bateaux aménagés en hôtel (houseboat).

○ Autres thématiques porteuses :

Voyages d'affaires

Voyages de noces

Le Bien-être

➔ SEGMENTATION DE LA CLIENTELE

A l'Étranger



* Visite famille et amis

Moyen à haut de gamme - LOISIRS

➔ Voyage individuel et de groupes

Les cibles présentant un fort potentiel:

Qui? LES JEUNES COUPLES, LES FAMILLES

Ils apprécient les destinations inhabituelles; les informations et la technologie sont importantes. Ils privilégient l'hôtellerie 3, 4 et 5 étoiles, mais s'intéressent également aux *Bed and Breakfast* et locations saisonnières (« *Self-catering* »). Adeptes du self-drive, sensibles au bon prix, au service excellent et aux offres promotionnelles. Les familles seront attirées par les activités familiales de plein air, les plages, l'aventure douce et les parcs de loisirs à thèmes ou parcs animaliers. Ils sont à la recherche de forfaits tout compris.

Qui? LES SENIORS

Ils voyagent plus longtemps, incluant la visite de famille et d'amis. Ils privilégient l'hôtellerie 3, 4 et 5 étoiles. Adeptes du *self-drive* (location de voiture) ou des excursions / circuits touristiques en car (*Coach tours*) ou en train (*Rail tours*). Ils sont surtout attirés par la nature et la gastronomie, tout en ayant un minimum de confort durant leurs vacances.

Qui? LES SPORTIFS

Ils voyagent en groupes et attendent des sports ainsi que du tourisme urbain...Des circuits créatifs incorporant des expériences sportives, des activités et jeux. Ils privilégient l'hôtellerie et les circuits de groupe. Niches importantes: surf, vélo/VTT, golf, plongée et sports extrêmes...

Moyen à haut de gamme - AFFAIRES

➔ Voyage d'affaires, Incentive

Qui? Hommes d'affaires, entreprises (groupes)

Ils voyagent entre 4 à 6 nuits et privilégient l'hôtellerie 4 et 5 étoiles. Voyages alliant travail et plaisir.

➔ COMPORTEMENT DE LA CLIENTELE

Le choix de la destination de voyage

Destination de voyage

Facteurs de choix

- La beauté des paysages
- L'environnement naturel
- Soleil et climat
- Les activités d'aventure
- La culture et l'art de vivre
- Le shopping
- Les relations affinitaires (famille, amis)
- Les opportunités de sports
- L'hospitalité de la population
- Les destinations familiales
- La sécurité
- La qualité des offres d'hébergement
- Le rapport qualité-prix
- La langue
- Le temps de vol
- La non nécessité de visa

L'importance des activités varie selon le type de clientèle et selon la destination.

Les activités les plus pratiquées

- Activités d'aventure douce et extrême
- Activités sportives de plein air
- Visites de sites naturels, espaces protégés
- Observation de la faune et de la flore
- Plages, baignade
- Relaxation, repos, détente
- Activités nautiques
- Points de vue, panoramas, photographie
- Découverte des curiosités touristiques
- Visites de sites culturels et historiques
- Découverte de la cuisine locale
- Découverte des vignobles et du vin
- Activités urbaines
- Shopping
- Vie nocturne

Les choix de séjours

Les sud-africains qui voyagent régulièrement et qui ont des intérêts particuliers en termes de loisirs ou d'activités ont le désir de parcourir le monde afin de poursuivre ces intérêts. Ainsi, les **packages spécifiques** autour d'une **thématique de niche** sont de plus en plus porteurs.

Les types de vacances les plus recherchés par les touristes sud-africains sont :

- Séjours plongée / golf / VTT, cyclisme / ski
- Tourisme d'aventure
- Circuits d'intérêts spéciaux: gastronomique, culturel
- Séjours en famille
- Eco-tourisme ou tourisme responsable
- Shopping
- Visite de la famille et des amis
- Les croisières
- Le self-drive

COMPOURTEMENT DE LA CLIENTELE

Le choix des hébergements

Les sud-africains privilégient l'hôtellerie principalement **3, 4 et 5 étoiles**.

Ils séjournent majoritairement:

- **Hôtels principalement 3, 4 et 5***
- Famille, amis
- Locations saisonnières (*Self-catering*)
- Les *Bed & Breakfast* et *Guest-Houses* (chambres d'hôtes)

Adeptes de nature et de plein air, ils seront également attirés par des lodges et des chalets, des tentes aménagées (tentes de luxe) et des hébergements en pleine nature.

Les Resorts 5, villas de luxe et bateaux aménagés en hôtel (Houseboat) séduisent de plus en plus la clientèle haut de gamme.*

Beaucoup de sud-africains vont choisir leur hébergement en fonction de la localisation des activités sollicitées (telles que la plongée, le golf...). Pour les familles, les enfants vont également avoir une influence sur le choix (présence de clubs pour enfants, piscine, activités familiales..)

Comment bien les accueillir?

Quelques mots

Bonjour : Good morning (matin), Good afternoon (après-midi), Good evening (soir)

Bienvenue : Welcome

Merci : Thank you

Au revoir : Good bye

Bon séjour : Enjoy your stay

Bonne journée : Have a nice day

A bientôt : See you soon

Langues officielles: 11 langues officielles dans la constitution. Langues parlées: toutes, mais c'est surtout l'anglais qui est utilisé pour le tourisme et les affaires.

Politesse

- Les sud-africains sont assez bons vivants et affables. Avoir le sens de l'hospitalité et un accueil chaleureux est très important.
- La poignée de main est courante.

Dans les relations d'affaires, les sud-africains sont ponctuels et accordent beaucoup d'importance au relationnel. Il est préférable d'utiliser les titres et les noms de famille pour s'adresser aux personnes.

Comment bien les accueillir?

Hébergements

Les sud-africains ont des attentes très élevées en termes d'accueil: ils souhaitent notamment du personnel anglophone à la réception (*avec si possible une connaissance de la clientèle et de ses besoins/attentes*).

Ils apprécient les grands hôtels et sont exigeants en termes de services:

- *WIFI dans l'hôtel*
- *Places de parking*
- *Équipements en chambre: présence d'une bouilloire et mini frigo...*
- *Carte Sim locale à disposition*
- *Hôtels avec accès à la plage (intérêt pour les « Beach Resorts »)*
- *Prestations à forte valeur ajoutée: activités de loisirs et de bien-être, piscine...*

Ils recherchent des chambres spacieuses et éclairées avec une bonne literie/ linge de maison. **La propreté, l'hygiène, la sécurité** sont indispensables.

Alimentation et restauration

HABITUDES ALIMENTAIRES

Petit-déjeuner : 7h à 9h, buffet de préférence, copieux et avec viennoiseries.

Déjeuner : 12h à 14h, sandwich ou salade ou plat du jour.

Dîner : dès 19h, plat chaud et dessert.

Boissons : boissons fraîches et gazeuses, café, thé, bière et vin au dîner.

Les sud-africains aiment manger dehors. Le barbecue (dit Braai en afrikaans), en famille ou entre amis, est une pratique nationale. La viande est très appréciée et ils sont de grands amateurs de vin et de bière.

COMPORTEMENTS EN VOYAGE

En voyage, ils aiment découvrir des **spécialités culinaires locales**.

Il est important pour cette clientèle que la destination conserve sa culture, son authenticité même à travers l'aspect alimentaire, cela fait partie intégrante de l'expérience.

SERVICES

La **cuisine** et les **spécialités locales** mais aussi la **cuisine raffinée** doivent être mises en avant.

⇒ Pour faciliter l'accueil des sud-africains, il faut proposer des **cartes et des menus traduits en anglais**.

➔ RECOMMANDATIONS POUR LA DESTINATION

Les sud-africains sont à la recherche d'expériences uniques et d'aventure. Ils ne recherchent pas nécessairement les voyages bon marché mais ils veulent en avoir pour leur argent et surtout ils désirent des vacances « authentiques ».

La consommation des forfaits familiaux et des packages ciblés sur des intérêts spécifiques sont en croissance. Il s'agit de mettre en évidence et de promouvoir les thématiques de niche (les activités « outdoor » telles que la plongée, la randonnée, le vélo; les circuits gastronomiques et culturels...) en proposant des packages complets au bon rapport qualité-prix avec location de voiture incluse.

Les sud-africains sont très sportifs, attirés par l'aventure et La Réunion a les atouts pour proposer des séjours actifs en combinant la mer et la montagne : activités de pleine nature, culture et cuisine créole, paysages et points de vue...

En effet les atouts de l'île sont la beauté de son environnement naturel et de ses paysages (paysages littoral, montagne, cirques, volcan...), un facteur de motivation important pour les sud-africains, ainsi que la mixité de la population. La Réunion offre également la sécurité d'une destination française et européenne, une proximité géographique avec un temps de vol relativement court et la non nécessité de visa.

Points d'attention et d'amélioration :

Produits thématiques

Les offres ciblées sur les thématiques et les circuits d'intérêts spéciaux ont un fort potentiel de croissance et doivent être valorisés. Mais certaines niches très attractives sont peu concurrentielles à La Réunion et doivent être développées : *golf, VTT, circuits gastronomiques, voyages de noces, photographie, croisières, shopping, éco-tourisme...*

Packages « All inclusive »

Importance des séjours ou options tout compris. Attention portée aux offres ou remises spéciales (*nuit offerte à l'hôtel, packages voyage de noces...*)

Niveau de l'accueil et la qualité du service hôtelier

Wifi, équipements en chambre, prestations à valeur ajoutée et activités proposées...

Langue et informations personnalisées

Personnel parlant anglais, accueil et prestations en anglais. Ils attendent des conseils et informations personnalisés avec de préférence des contacts anglophones.

Sécurité

Importance de la France dans la perception de la destination (*accentuation : utilisation du drapeau France*)

Notoriété et image de la destination

Renforcer la visibilité de la destination: déficit d'image par rapport à la concurrence sur le balnéaire et peu de visibilité du produit.

Bon rapport qualité-prix

Prix en accord avec le niveau de qualité proposé. La Réunion est perçue comme une destination chère (euro/taux de change).

Type de circuits et activités

Sport et Aventure

Activités de pleine nature

Activités d'aventure douce et sports extrêmes:

- Air: Parapente
- Terre: randonnée/trail, randonnée équestre, VTT...
- Eaux vives, canyoning, sites de baignade...
- Mer: baignade, snorkeling, paddle, kayak, plongée, jet ski, pêche au gros...
- *Le plus : hébergements Nature, hébergements insolites.*

La diversité des **activités d'aventure** et de **pleine nature** est un atout pour la destination et permettent de satisfaire un large segment de clientèle. Les activités accessibles aux enfants sont un attrait important pour les familles (eaux-vives, nautisme, parcs de loisirs, accrobranches...)

Nature et Paysages

Itinéraires panoramiques

Faune et flore

- **Paysages** et produits incontournables: cirques et cascades, volcan et paysages volcaniques, plaine des sables, sud sauvage...
- **Plages**, paysages du littoral, bord de mer
- Sites inscrits au patrimoine mondial de l'UNESCO / Parc national
- **Itinéraires et routes panoramiques**, points de vue
- Survol en hélico, photographie, tour en 4x4, balade en bateau,...
- **Observation de la faune et de la flore**, sentiers botaniques, réserves naturelles, *Whale watching* (observation des cétacés)

Culture et Héritage

Gastronomie

Art de vivre

- Visites des **sites culturels et historiques**, musées
- Visites de villes historiques, découverte des villages créoles
- Découverte des **traditions locales**, folklore: danses et musiques
- **Cuisine** et spécialités locales, démonstration et cours de cuisine
- Art de vivre: pique-nique...
- Productions locales, marchés locaux, artisanat
- **Vie nocturne**: restauration, animations, manifestations locales...
- *Le plus: Hébergements de charme, chambres d'hôtes...*

Voyage de noces

Romantisme

- **Plages**, lagon et baignade
- **Activités à deux**: randonnée équestre, paddle, kayak transparent, catamaran au coucher du soleil, tour en Hélico, visite de jardins...
- Découverte de la culture: folklore/ art de vivre /gastronomie
- Escapade en nature: cirques, cascades, volcan, sud sauvage
- **Activités de bien-être**, massages, soins de beauté...
- *Hébergements 4, 5* avec accès à la plage, piscine, SPA...*
- *Forfaits tout compris avec accent mis sur le romantisme et les offres spéciales pour jeunes mariés (produits à valeur ajoutée)*