

Les tendances tourisme en 2024



En 2024, les voyageurs français s'apprêtent à embarquer pour une aventure sans précédent, guidés par des tendances qui marient innovation technologique et quête d'expériences authentiques.

Travel-Insight, agence de communication spécialisée dans le tourisme du voyage d'affaires et du loisir, fait le point sur les tendances qui animeront cette nouvelle année et qui promettent de réinventer le tourisme d'aujourd'hui. Les nouvelles envies des voyageurs n'auront plus de secret pour vous !

L'IA générative : pour des aventures sur-mesure

Dans un monde en perpétuelle évolution, où la technologie redéfinit chaque aspect de nos vies, il est inévitable que le tourisme suive le rythme de cette transformation. Parmi ces évolutions, l'intelligence artificielle se profile en tant que guide virtuel, orchestrant des voyages sur mesure.

Selon une étude de Skyscanner fin 2023, 40% des Français âgés de 18 à 34 ans envisagent d'organiser leurs prochaines vacances en 2024 avec l'aide d'outils d'IA. Leurs objectifs ? Gagner du temps, dénicher le séjour idéal, planifier des activités ou encore comparer des vols.

Par exemple, le site kayak.fr vient de lancer son calculateur de vacances permettant de connaître les destinations accessibles, en fonction de la nature et de la durée des économies. Une super idée qui permet de gérer son budget sans stress !



Dupe destinations : l'art d'éviter la foule

En 2024, fini les endroits bondés et place à la tranquillité ! Lors de son étude, Expedia annonce que 48 % des voyageurs français chercheront à éviter les foules pour les prochaines vacances. À la recherche d'authenticité, 40 % des sondés désirent s'aventurer hors des sentiers battus, privilégiant des destinations moins fréquentées, mais qui ressemblent fortement à d'autres plus populaires.

Plutôt que de partir à Santorin et faire une heure de queue pour photographier le célèbre coucher de soleil, pourquoi ne pas partir à Paros, sa voisine des Cyclades tout aussi charmante ? En 2023, l'étude d'Expedia, Hotels.com et Abritel a enregistré une hausse de +193% des recherches vers cette destination.

Le prix et l'attrait pour le tourisme local contribuent aussi à cette tendance, les voyageurs souhaitent désormais vivre de riches expériences près de chez eux.

Set-jetting : quand les écrans deviennent des billets d'avion

Les séries télévisées et les films dictent désormais les itinéraires de voyage. Selon l'étude d'Expedia, Hotels.com et Abritel, l'impact de la série « The White Lotus » a provoqué une envolée spectaculaire de plus de 300 % des demandes de voyages vers Hawaï et la Sicile. La série « Mercredi » a quant à elle généré une hausse de 150 % des recherches de voyages pour la Roumanie, tandis que « Emily in Paris » a propulsé Paris à la tête des destinations les plus recherchées, avec une augmentation de 200 %.

Les voyageurs veulent expérimenter la vie de rêve des personnages de leurs séries et films préférés ! Les destinations l'ont bien compris et n'hésitent pas à créer des itinéraires basés sur les lieux de tournage des films et séries TV, comme l'Office du Tourisme de Scotland, qui invite les voyageurs sur les traces d'Outlander.

Visit Scotland | Alba

Destinations | Activités et attractions | Hébergements | Inspiration | Infos et conseils pratiques

RECHERCHER

Jamie et Claire se marient dans la vieille église de Glencorse, Fife, Écosse.

© 2014 Sony Pictures Television
Tous droits réservés.

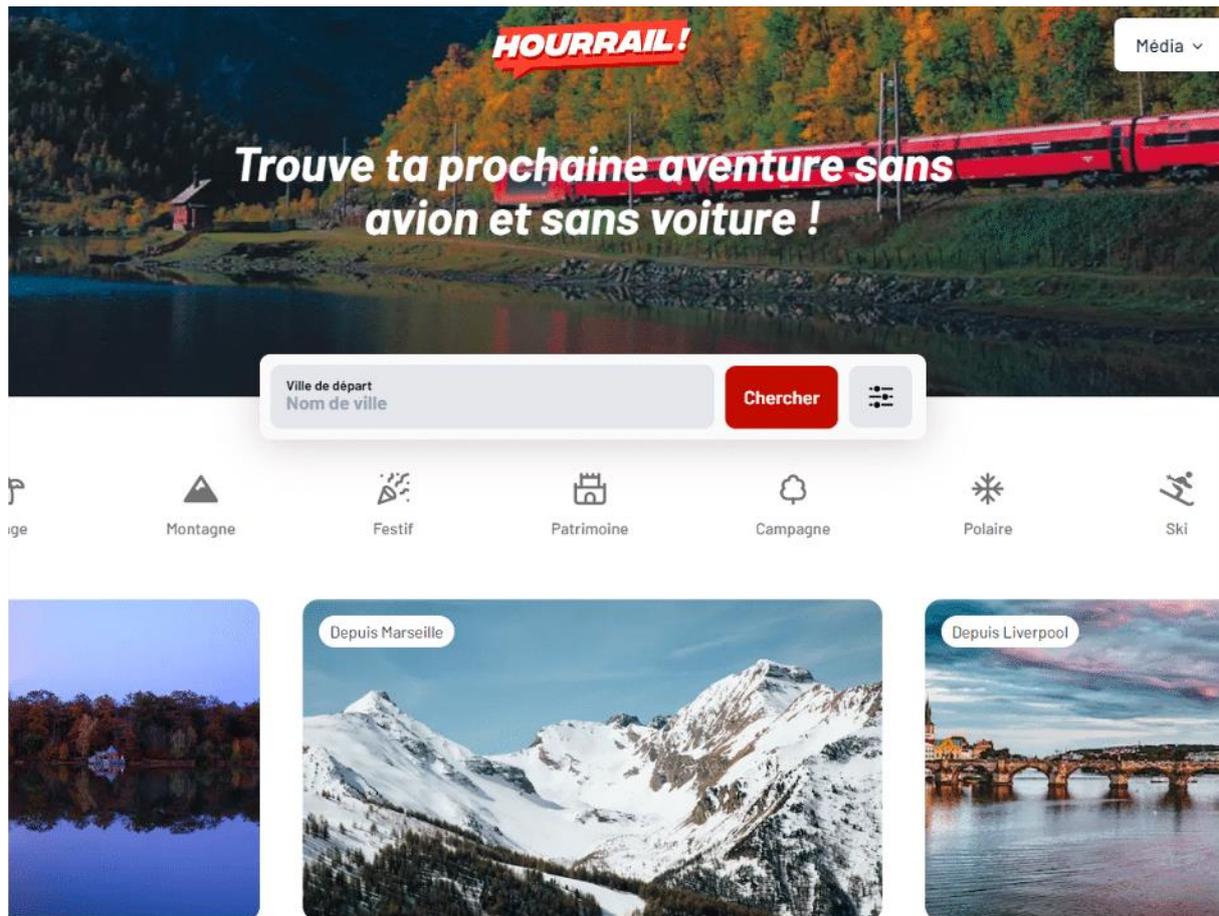
Paragast

Accueil | Activités et attractions | Attractions touristiques | Lieux de tournage | Outlander : histoire et lieux de tournage
| L'itinéraire Outlander en Écosse

SUR LES TRACES D'OUTLANDER EN ÉCOSSE

Tourisme durable : voyager en harmonie avec la planète

Cette année plus que jamais, la conscience environnementale guide les choix des voyageurs français. Selon l'étude de Skyscanner, 63 % d'entre eux estiment qu'il est essentiel de voyager de manière responsable. Cela se traduit par des choix de consommation différents, tels que favoriser les petits restaurants familiaux et les chambres d'hôtes par exemple. Aussi, les destinations sont sélectionnées en fonction de leur impact environnemental, privilégiant des activités et des hébergements respectueux de l'environnement. Chaque petit geste compte ! On assiste donc à la montée en puissance de nouvelles offres durables, comme le site 100% voyage bas carbone Hourrail ! ou encore la campagne de communication d'Evaneos, une agence de voyages sur mesure avec un fort positionnement sur le tourisme durable et responsable.



Page d'accueil du site internet hourrail.voyages

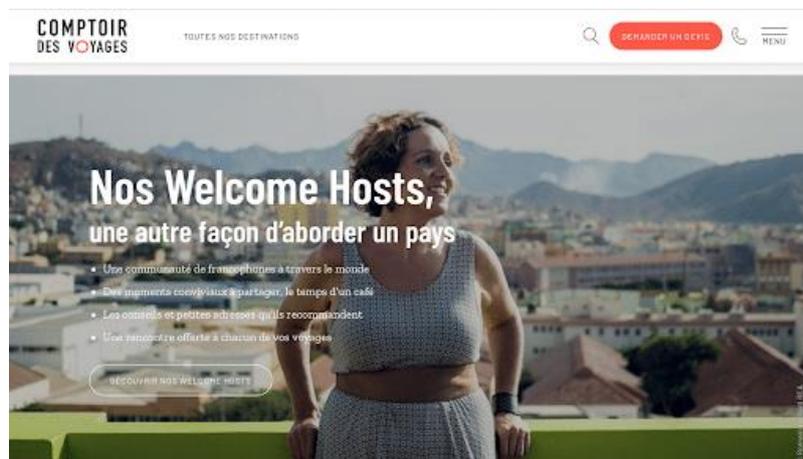
Séjour détox : une pause bien-être

La santé est à la mode, même en voyage ! 40 % des voyageurs français envisagent des voyages détox en 2024. On éteint le téléphone et on dit au revoir à TikTok, on privilégie l'eau et les mocktails aux cocktails alcoolisés pour laisser place à la détente. Retraites de yoga, jeûnes, remise en forme, sport... On pense notamment aux escapades axées sur le bien-être de l'agence de voyages Namaste qui font rêver et sont devenues une véritable tendance, avec des voyageurs cherchant à revitaliser leur esprit et leur corps.

L'humain au cœur du service : des expériences personnalisées

Aujourd'hui, les voyages ne sont plus simplement des déplacements, mais des opportunités de vivre des moments mémorables. C'est pour cela que la personnalisation devient un critère à prendre absolument en compte.

Les voyageurs cherchent à être chouchoutés et à vivre des expériences uniques, loin des forfaits standardisés ! C'est le constat qu'a fait Comptoir des Voyages, qui propose à ses voyageurs de rencontrer des « Welcome Host » : des correspondants francophones qui accueillent les voyageurs autour d'un café dans chaque destination. Cette belle initiative permet de créer des liens avec des locaux mais aussi de rassurer les clients.



Go-ccasions : voyager pour toutes les raisons

Qui a dit qu'il fallait attendre les vacances d'été ou d'hiver pour voyager ? En 2024, toutes les occasions sont bonnes pour s'évader ! En particulier les occasions spéciales, qui deviennent des incitations au voyage. Selon Skyscanner, 50 % des voyageurs français choisissent de célébrer un anniversaire à l'étranger. Alors à vous de créer vos propres occasions pour inciter les Français à partir en voyage : anniversaire de mariage, promotion, fête de la musique, etc. C'est pour répondre à cette nouvelle demande que le Club Med a créé une section spéciale « week-end anniversaire de mariage » sur son site internet. D'autres enseignes proposent à la star du jour un produit ou un service gratuit, comme Les Vedettes de Paris, avec une croisière offerte le jour de votre anniversaire.

Les destinations phares pour ces célébrations en 2024 placent l'Italie, l'Espagne et les États-Unis en tête de liste.



Votre anniversaire chez Vedettes de Paris !

📍 Vedettes de Paris 📍 A partir de 4 ans

C'est votre anniversaire ? Ce n'est pas un jour comme un autre ! Pour fêter ensemble cet événement, Vedettes de Paris vous offre une croisière guidée en journée (jusqu'à 18h30).

Comment en bénéficier ?

Pour en profiter, rendez-vous en Billetterie Vedettes de Paris, le jour de votre anniversaire, muni d'une pièce d'identité ou passeport.

Conditions de l'offre

Offre valable uniquement le jour de l'anniversaire, pour la personne concernée, sur présentation d'un justificatif de son identité. Un formulaire devra être rempli en caisse. Uniquement disponible sur les départs de la Croisière Guidée : Un Nouveau Regard sur Paris.

Cette offre n'inclut pas d'options (champagne et pause gourmande). Pas de réservation possible, pas de report, offre valable uniquement les jours d'ouverture de la compagnie et dans la limite des places disponibles (maximum de 3 places disponibles par croisière). Les personnes nées un 29 février peuvent bénéficier de l'offre le 1er mars pour les années non bissextiles.

Exploration culturelle : à la découverte des saveurs et des mélodies du monde

Les musées, c'est bien, la restauration et les événements, c'est encore mieux !

Selon plusieurs études, les origines culinaires deviennent une composante essentielle du voyage pour 61 % des voyageurs français. Ces derniers veulent déguster des spécialités locales et faire découvrir à leurs papilles l'authenticité de la destination.

La musique joue également un rôle clé, avec 59% des voyageurs indiquant qu'ils sont plus enclins à assister à un concert en dehors de leur ville et 40 % affirmant que se déplacer pour un concert est aussi un prétexte pour découvrir un nouvel endroit. C'est ce qu'on appelle le voyage de tournée ! Cette tendance s'est vérifiée à travers le succès des tournées de Taylor Swift et Beyoncé qui ont eu un très fort impact dans les villes où se tenaient les concerts.

Comme témoin de cette tendance à l'exploration culturelle, nous pouvons parler de l'agence de voyages NéoGusto qui propose des séjours axés sur la découverte culinaire ; ou bien celle de Voyageurs du Monde proposant des voyages dédiés aux concerts à travers le monde.

Skip-Gen : voyager ensemble, toutes générations confondues

Le voyage multigénérationnel à la côte cette année. Avec plus de temps libre, les grands-parents souhaitent profiter et vivre des moments uniques avec leurs petits-enfants. Il ne faut pas également oublier que des familles cherchent à renouer après la période de distanciation sociale imposée par la Covid-19, ce qui peut aussi expliquer cette montée en popularité. De quoi créer des souvenirs inoubliables avec les gens qu'on aime !

On constate ainsi que de plus en plus de grands-parents partent en vacances ou en voyage avec leurs petits-enfants.

Plusieurs acteurs du tourisme l'ont bien compris et n'hésitent pas à mettre en avant de nouvelles fonctionnalités permettant aux voyageurs de trouver directement ce qu'ils cherchent. C'est le cas du Club Med et de la SNCF, qui proposent des sections « vacances en famille ». Le premier incite à partir en escapade pour de grands souvenirs avec les petits-enfants, tandis que le deuxième permet de trouver des destinations idéales pour ravir petits et grands. Il ne reste plus qu'à faire un choix !



Le rapport qualité-prix : l'indicateur clé pour voyager

Cette année encore, le rapport qualité-prix reste un facteur clé pour les voyageurs français. Selon l'étude Skyscanner, ces derniers étudient avec soin le coût du vol (39%) et de l'hébergement (22%), qui jouent un rôle crucial dans leur décision de partir à l'aventure. La moitié des voyageurs a dans l'idée de privilégier des destinations où le coût de la vie est plus abordable que dans leur lieu de résidence habituel. Une expérience de qualité, en parfaite harmonie avec le prix déboursé, est considérée comme le moteur principal de leur satisfaction post-voyage. C'est pour cela que la compagnie Transavia a décidé de jouer avec les bas prix lors de sa dernière campagne.

On remarque également qu'une tendance pour le tourisme de proximité s'affirme, les voyageurs optant pour le « moins loin, mais mieux » en recherchant des destinations proches offrant des prestations haut de gamme tout en minimisant les dépenses liées au carburant. Il en ressort que les voyageurs ne souhaitent pas forcément dépenser moins, mais ils veulent davantage en avoir pour leur argent. Quitte à partir moins loin mais s'offrir des prestations plus chères que ce qu'ils paieraient en partant plus loin.

Pourtant, pour l'année 2024, l'enthousiasme est au rendez-vous, avec 31 % des Français prévoyant d'augmenter leurs dépenses en voyages. D'autre part, 43 % maintiendront leur budget actuel, et 15 % feront preuve de prudence en le réduisant. Une année qui s'annonce riche en découvertes et en aventures !

Bonus : les JO of course !

L'organisation des Jeux Olympiques en Île-de-France et dans plusieurs villes françaises s'annonce comme un moment clé de l'année 2024, allant au-delà de l'univers sportif. Les secteurs du tourisme et de la culture sont particulièrement susceptibles d'être influencés par cet événement.

Plus de 15 millions de visiteurs sont annoncés sur le territoire francilien ! De quoi mettre en place de belles opérations.

Et si vous preniez la vague des JO à contre-courant ? Avec cet événement qui se profile, de nombreux Français vont quitter l'Île-de-France, voire l'Hexagone, pour se diriger naturellement vers le littoral ou la campagne afin d'être au calme.

De ce fait, en plus d'être davantage anticipés, les séjours de l'été 2024 devraient aussi être plus longs.

À noter que beaucoup d'entreprises vont pousser leurs employés à faire du télétravail pendant cette période. On peut donc se demander si cet événement est une bonne occasion de valoriser les lieux calmes, ruraux, pour profiter du calme tout en télétravaillant ?

Vous l'aurez compris, le voyage en 2024 se dessine comme une expérience à part entière, où chaque détail est soigneusement pensé pour offrir aux voyageurs bien plus qu'une simple escapade. Si l'intelligence artificielle trace les itinéraires, la quête d'expériences uniques et responsables guide les pas des voyageurs.

En 2024, le voyage n'est plus simplement un déplacement, mais une immersion profonde dans la richesse infinie que notre planète a à offrir.

Source Travel-Insight : <https://www.travel-insight.fr>

Publié le 5 février 2024 par [Lucie Rouault](#)

Classé dans [L'agence](#), [Vie de l'agence](#)