

**It's how travel works better.**

**aMADEUS**

# **Tendances Travel 2024**

**Rencontres Wallonnes du e-Tourisme**

**Namur, 30 Janvier 2024**

**Kurt Van der biesen  
Commercial Director Benelux**

## Notre mission :

<< Nous améliorons l'expérience du voyage pour tous, partout dans le monde, en inspirant l'innovation, les partenariats et la responsabilité envers les personnes, les lieux et la planète >>

**amadeus**

It's how travel works better.

# Amadeus. It's how travel works.

Au service des clients dans

**+ de 190  
pays**

Réservations par an

**+ de 396  
millions**

Équipe internationale de

**+ de 18 000  
collaborateurs  
dans le monde**

Passagers embarqués par an

**+ de 1.5  
billion**

5eme plus grand investisseur en R&D  
dans l'industrie du logiciel en Europe.  
Nous avons investi en 2022

**1 017 Million  
d'euros**

Paiements effectués

**+ de 120  
billions \$**

4e année consécutive dans la liste du  
Financial Times des

**“Diversity  
Leaders”**

Revenus

**€4.4  
billions**

# Nos clients et partenaires



Agences de voyages,  
agences en ligne, tours  
opérateurs et  
entreprises à travers le  
monde



Compagnies  
aériennes



Aéroports



Prestataires  
de services  
au sol



Etablissements  
hôteliers



Compagnies  
ferroviaires



Fournisseurs de  
mobilité



Compagnies  
d'assurances

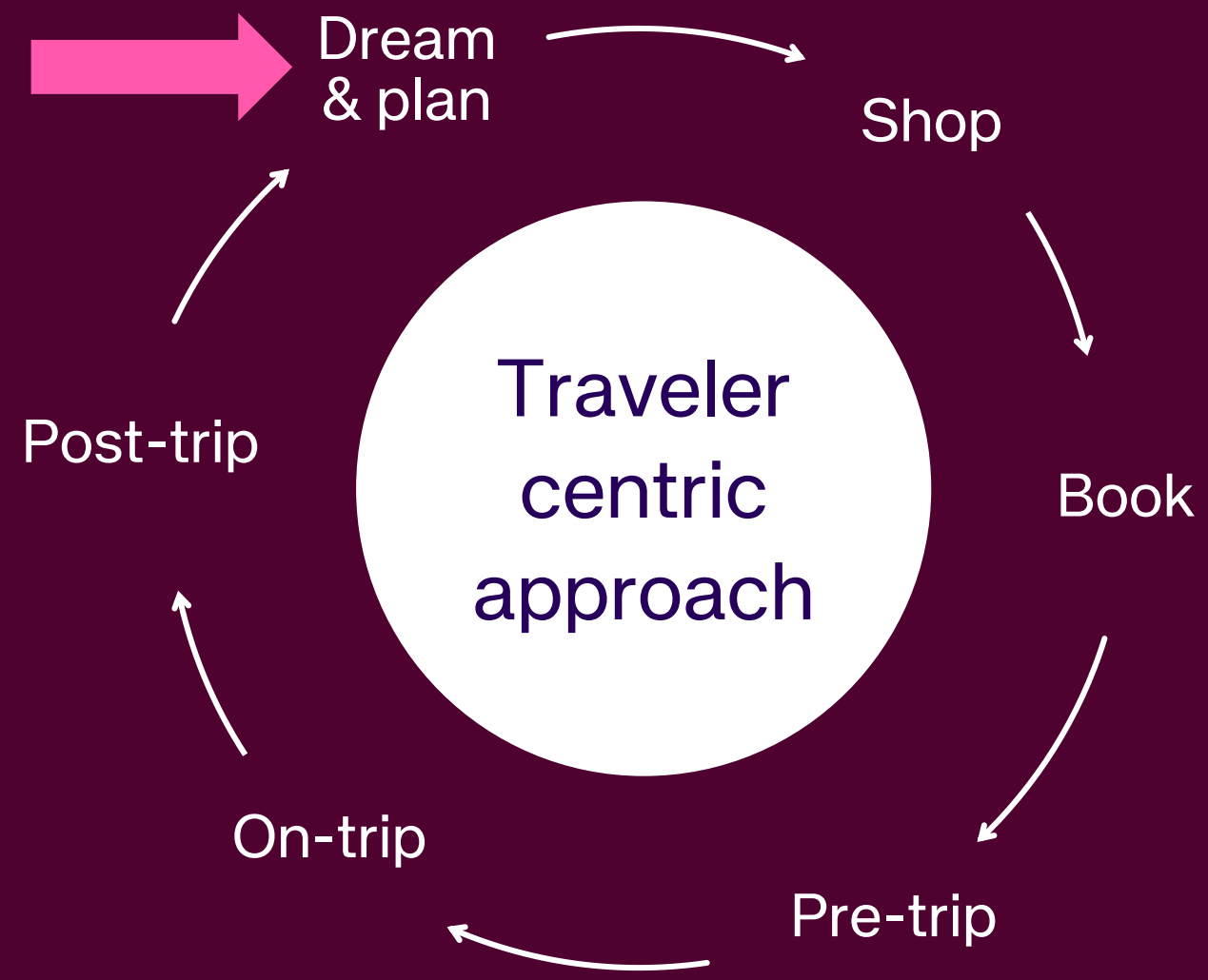


Croisiéristes et  
compagnies de  
ferry

Alliances stratégiques

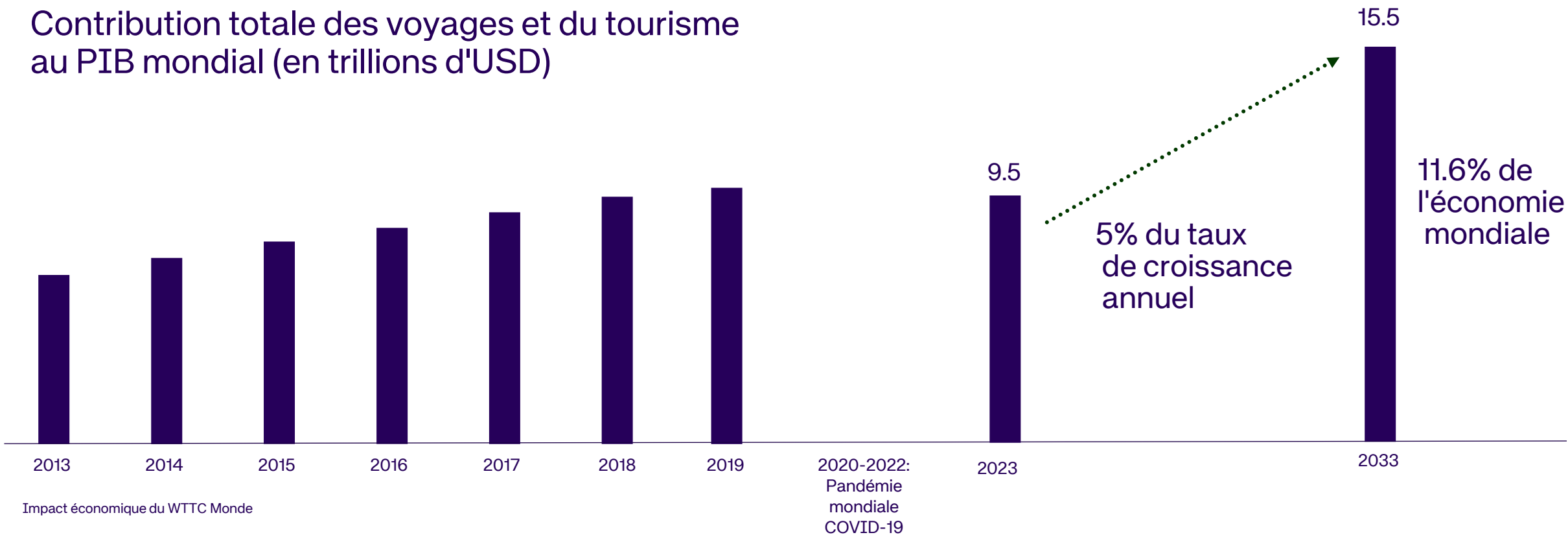


# Nous réimaginons chaque étape du voyage



# Les voyages vont se développer à l'avenir

Contribution totale des voyages et du tourisme au PIB mondial (en trillions d'USD)



amaDEUS

1

Un regard du voyageur  
qui a évolué

"Les consommateurs dépensent plus pour les voyages que pour toute autre expérience.

Nous sommes en train de connaître une forte croissance et de revenir aux niveaux de 2019, voire de les dépasser."



# Les voyageurs ont appris à vivre avec la “**perman-anxiété**”

— Inflation et  
récession mondiale

— Pénurie de personnel et  
réduction des services

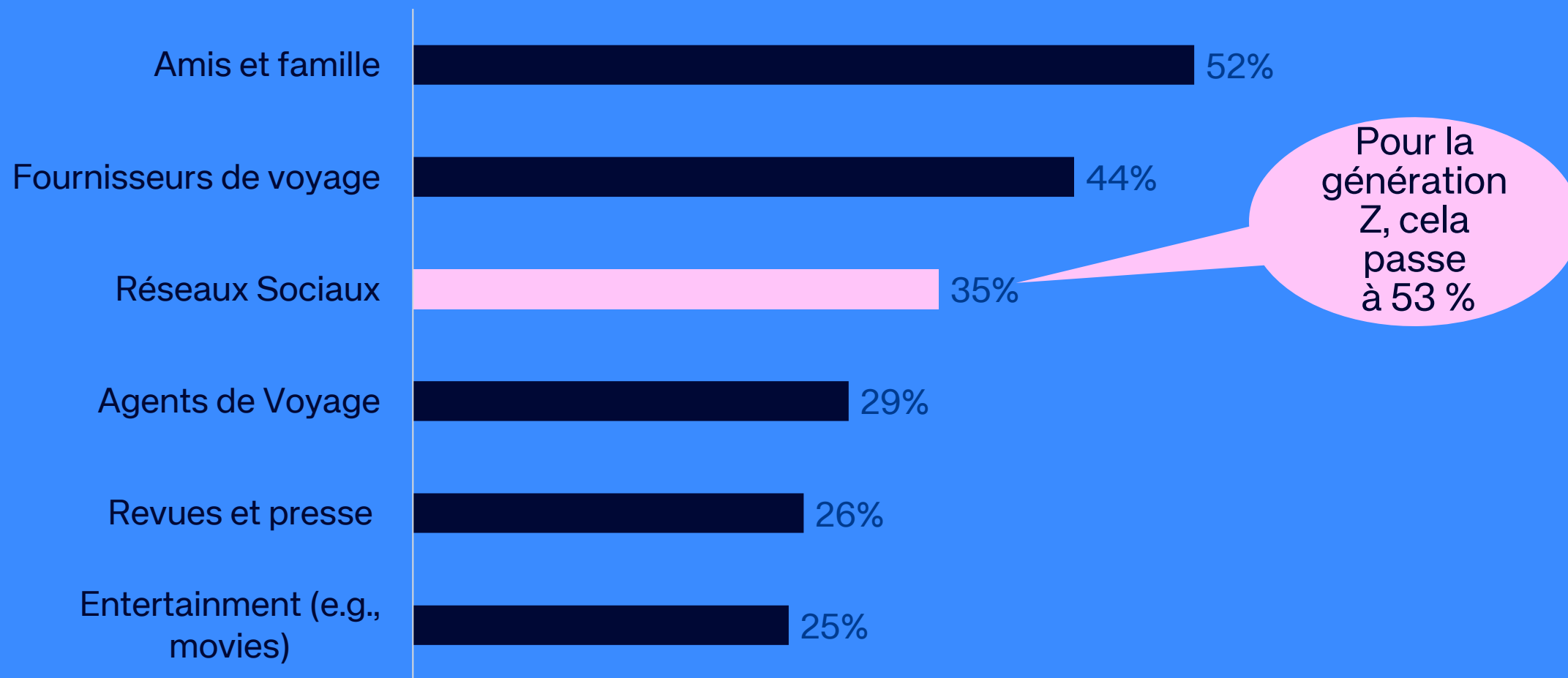
— Guerre et  
crise climatique



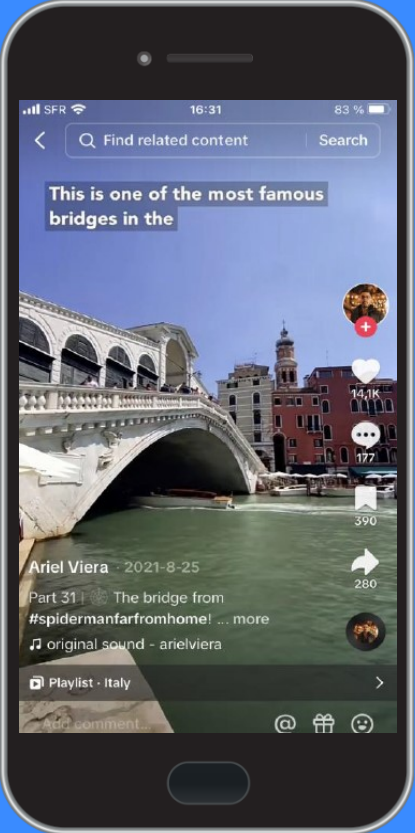
2

Le voyageur d'aujourd'hui et  
**le confort numérique**

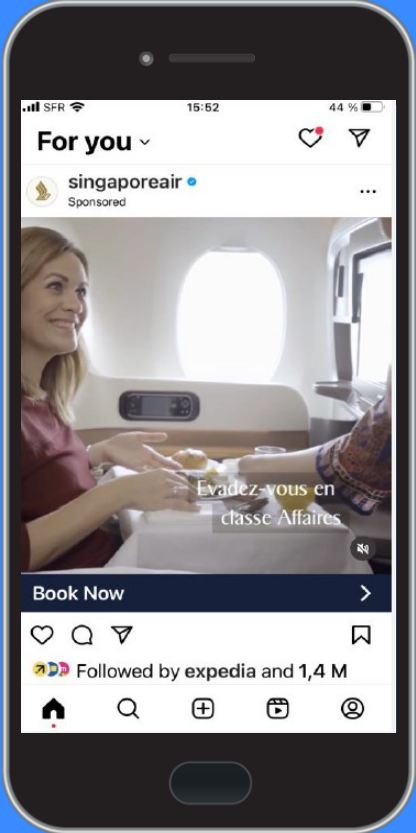
# Chaînes utilisées pour inspirer les voyages



# Nous sommes exposés à de plus en plus de contenus sur les voyages



TikTok



facebook

# L'influence croissante des médias sociaux....

Les sources  
d'idées de  
voyage les plus  
populaires sur  
les médias  
sociaux



**40%**



**33%**



**25%**



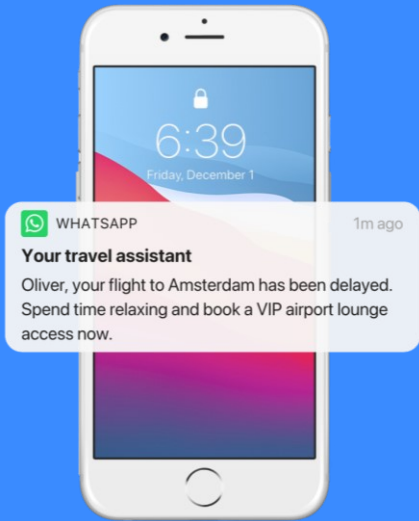
Tout sans effort



# Créer de meilleures expériences pour les voyageurs

## Amadeus Hey!

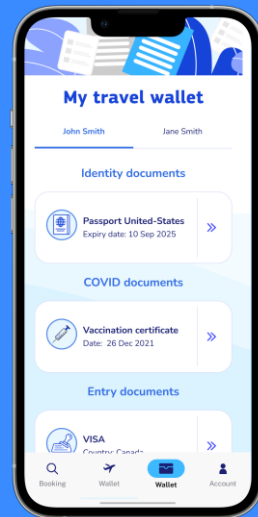
Assistant numérique de voyage



Clients en direct

## Traveler ID

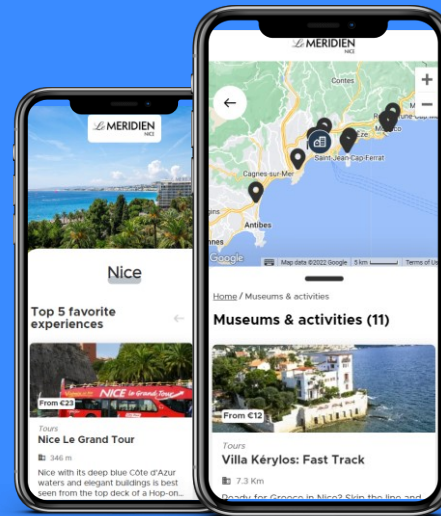
Plateforme de vérification des documents de voyage



Clients en direct

## Amadeus Discover

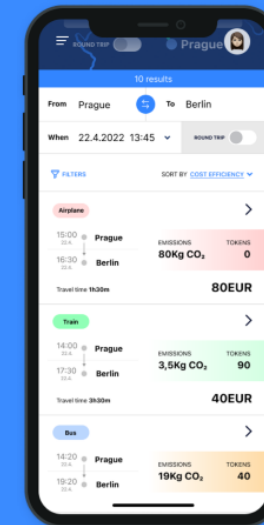
Plateforme d'expériences de destination



Clients en direct

## Loyauté pour la planète

Système d'incitation à la mobilité durable



Définir le MVP



**3**

**Le voyageur et le  
development durable**





Pourquoi une **action durable**  
maintenant ?

## 5 Aperçu des principaux aspects de la durabilité environnementale et des voyages

**1**

8 % des émissions mondiales de CO2 sont dues aux déplacements \*

**2**

Les voyages seront affectés par les changements environnementaux

**3**

Les décisions gouvernementales en faveur des voyages durables se multiplient

**4**

Les organismes de l'industrie du voyage (par exemple, IATA, WTTC) ont pris des engagements en matière de développement durable

**5**

La durabilité exige un effort conjoint de tous les acteurs du secteur

\*Source: Our World in Data

# 5 idées clés sur l'évolution des sentiments des voyageurs

## 1

76 % des voyageurs souhaitent voyager de manière plus durable au cours des 12 prochains mois\*.

## 2

92% des entreprises considèrent le développement durable comme une priorité pour leur organisation\*\*.

## 3

74 % des voyageurs souhaitent avoir accès à des options de voyage plus durables\*.

## 4

43 % seraient prêts à payer plus cher pour des options de transport durable\*.

## 5

Seulement 14 % des entreprises donnent suite à leurs intentions en matière de développement durable\*\*\* ("say-do-gap")

\*Source: Booking.com, Sustainable Travel Report 2023

\*\*Source: GBTA 2023

\*\*\*Source: McKinsey 2022

# Les voyageurs attendent un soutien de la part des vendeurs de voyages

# 70%

se sentent dépassés par les efforts qu'ils déploient pour devenir des voyageurs plus durables\*.

# 78%

recherchent des informations sur les voyages durables auprès des vendeurs de voyages\*.

Source: Expedia, Sustainable Travel Study 2022

4

**IA** : une abréviation  
qui est loin d'être  
brève

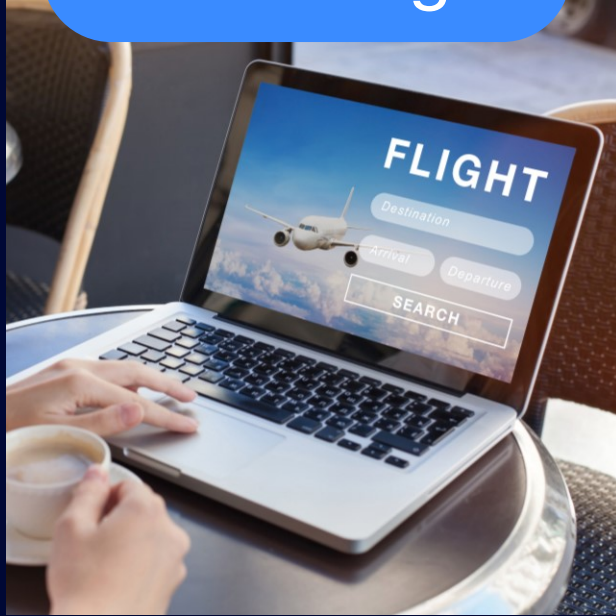


"C'est la science et  
l'ingénierie de la  
fabrication de  
machines  
intelligentes."

John McCarthy  
Développeur et scientifique

# Exploiter le potentiel des BGA dans le domaine des voyages

## Planning



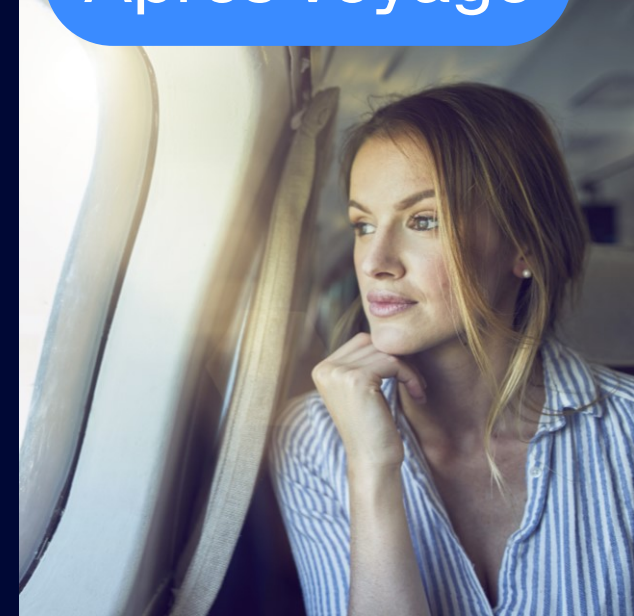
Créer des expériences de recherche et d'achat inspirantes et centrées sur le voyageur

## En voyage



Des moyens plus intuitifs et personnalisés pour répondre aux besoins des voyageurs

## Après voyage



Entretenir les relations avec les voyageurs en évaluant le sentiment des clients.



# Amadeus 2024

# Travel Tendances



TREND

01

# Music Tourism

up and its affiliates and subsidiaries

Lorsque **Beyoncé** a donné deux concerts à Stockholm à l'été 2023 →

80,000 fans

**Coldplay** concert in Romania and Greece for 2024 →

Recherche de vols

Athènes ↑62%

Roumanie ↑91%

Réservations juillet 2024

Athènes ↑80%

Réservations 2024

Roumanie ↑436%

Lorsque **Taylor Swift** a terminé ses 146 spectacles dans des stades, elle a généré < 1,4 milliards de dollars de ventes de billets →

Réservations de vols

Australie ↑446%

Recherche de vols

Singapour ↑25% Japon ↑15%

TREND

02

# Agents d'influence

up and its affiliates and subsidiaries

## TREND 02 Agents d'influence

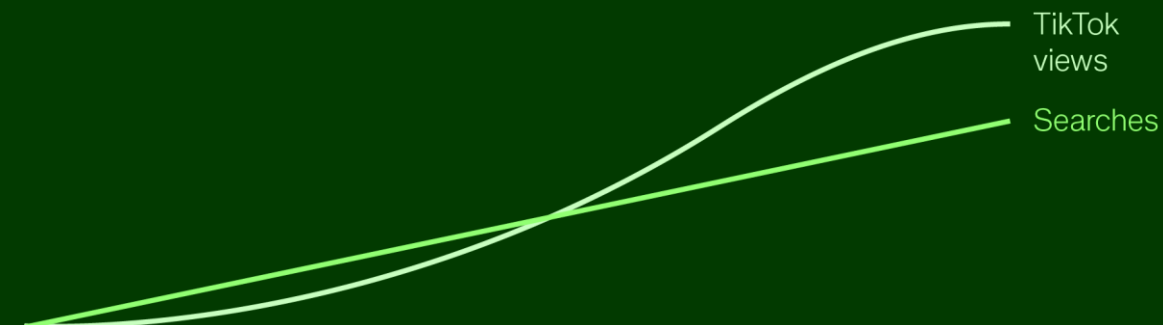
Les médias sociaux, qui jouent un rôle déterminant dans les décisions de voyage, sont en train de se transformer. Au lieu d'inspirer des vacances, les influenceurs et les créateurs de contenu deviennent des fournisseurs de voyages et des facilitateurs de et facilitent les réservations directes.

Les plateformes de commerce électronique telles que Thatch, Luxury Travel Hackers et TrovaTrip favorisent cette tendance en permettant aux influenceurs de partager des liens de réservation directement sur leurs réseaux sociaux. de partager des liens de réservation directement sur leurs profils de médias sociaux.

Pour la génération Z en particulier, TikTok a supplanté les moteurs de recherche traditionnels pour la recherche de voyages et l'achat de billets d'avion. moteurs de recherche traditionnels pour la recherche et l'inspiration l'inspiration. Les données de l'application de réservation mobile Hopper révèlent que

#amsterdam a obtenu 6,9 milliards de vues sur TikTok en novembre 2022, les recherches de vols et d'hôtels ont augmenté de 85%.

La montée en puissance de ces "agents d'influence" est plus qu'une mode ; il s'agit d'un changement fondamental dans la manière dont les voyages sont commercialisés, réservés et vécus. Les principaux agents d'influence mentionnés ci-dessous sont à l'avant-garde.



TREND

03



# Voles aériennes électriques

up and its affiliates and subsidiaries

## TREND 03 Voies aériennes électriques

Les villes étant de plus en plus encombrées et la pollution de l'air de plus en plus répandue une solution potentielle aux transports alimentés par les combustibles fossiles sera l'émergence de l'émergence des "Electric Skyways" qui permettent aux taxis volants, aux "Skyways", qui permet aux taxis volants, aux avions à décollage et atterrissage verticaux électriques (eVTOL) et à d'autres types d'avions électriques d'offrir des options de transport aérien à plus faibles émissions.

Alors que les hélicoptères sont souvent utilisés pour des itinéraires non fixes.

L'installation de vertiports eVTOL dans les villes permettra de des passerelles faciles d'accès vers les Electric Skyways qui permettront aux voyageurs d'effectuer des trajets rapides, à faible émission de carbone, du premier au dernier kilomètre.

Le passage à l'aviation électrique pourrait devenir une solution puissante pour réduire l'impact environnemental de l'aviation dans les années à venir, parallèlement à d'autres innovations telles que le SAF (carburant aviation durable).

Les entreprises du monde entier progressent dans ces domaines :

Volocopter  
Allemagne  
planifie pour  
l'année 2024

Compagnie  
aérienne  
électrique,  
Ecocity,  
Royaume-Uni  
alimentée par  
de l'hydrogène  
vert

Toff Mobility  
Corée du Sud  
l'avion  
électrique en  
2024

Surcar Airlines,  
Zeroavia  
fournissent  
moteurs  
électriques à  
hydrogène  
électriques

Joby Aviation  
Les États-Unis  
visent vols  
commerciaux  
eVTOL d'ici  
2025

Virgin Atlantic  
Réseau  
britannique de  
ville à ville  
Réseau  
électrique  
Skyways 2025



TREND

04

# Concierge intelligent

up and its affiliates and subsidiaries



## TREND 04 Concierge intelligent

ChatGPT n'a été lancé qu'en novembre 2022, mais cette plateforme d'avant-garde d'"IA générative" (GAI).

accumulé

# 1.6 billion

atteint

# 100 million

visites de sites au cours du seul mois de juin 2023.

utilisateurs actifs en janvier 2023, deux mois seulement après le lancement.

Il s'agit de l'application grand public qui connaît la croissance la plus rapide de l'histoire.

ChatGPT-4 a été dévoilé en mars 2023 et Microsoft utilise la technologie back-end de ChatGPT pour activer le mode de navigation sur le web. Les cas d'utilisation et les capacités de GAI et d'autres "grands modèles linguistiques" tels que Bard de Google commencent à peine à se concrétiser, mais les voyageurs qui ont été les premiers à les adopter ont rapidement perçu le potentiel de la planification **Amadeus** opérationnelle des voyages.



TREND

05

# Business Luxe-lite

up and its affiliates and subsidiaries

Des compagnies comme Emirates et Qatar Airways ont ouvert la voie en proposant des options réduites en classe affaires, tandis que d'autres, comme Air France et Virgin Atlantic, introduisent des sièges « Luxe » plus luxueux. Cette tendance devrait se poursuivre, des compagnies aériennes comme Air New Zealand et Lufthansa prévoyant de déployer des options de classe affaires encore plus personnalisées en 2024.

Plus abordable  
et accessible  
«unbundled» tarifs en  
classe affaires

Nouveaux produits  
de classe affaires  
«améliorés» pour ceux  
qui sont prêts à payer  
plus

↓ Scaled-down business class options ↓

↓ More luxurious “Luxe” seats ↓

↓ Customized business class options ↓

Emirates

Qatar  
Airways

Air France

Virgin  
Atlantic

Air New  
Zealand

Lufthansa

amadeus

Merci