



Communiqué de presse

En Afrique, le secteur du voyage se montre très demandeur de e-commerce

Une étude commandée par Amadeus et réalisée par Arthur Goldstuck, de World Wide Worx, révèle qu'il existe sur ce continent un énorme potentiel de développement des outils mobiles et en ligne au service du voyage

Le 14 octobre 2013 : Selon un livre blanc indépendant commandité par Amadeus, l'un des leaders technologiques mondiaux pour l'industrie du voyage, les entreprises africaines sont de plus en plus enclines à profiter des avantages du e-commerce et des systèmes en ligne.

C'est la principale conclusion d'une étude intitulée *The Digital Savannah: Africa's e-commerce promise*, qui examine en profondeur les tendances et les perspectives du e-commerce en Afrique, en ce qui concerne notamment les systèmes de réservation et de paiement des voyages d'affaires.

Dirigée par Arthur Goldstuck, qui est considéré comme le grand spécialiste sud-africain des tendances dans le domaine d'Internet et des technologies mobiles, la société World Wide Worx a interrogé plus d'un millier d'entreprises, aux quatre coins du continent, afin d'évaluer leur intérêt pour le e-commerce et les opportunités qu'il offre, ainsi que l'usage qu'elles en font actuellement. « Cette étude a mis en évidence un réel intérêt pour les réservations en ligne. Environ 50 % des entreprises ont déjà adopté cette pratique et la proportion devrait passer à 70 % à court terme », explique Arthur Goldstuck.

Le livre blanc issu de cette enquête relève cinq grandes tendances déterminant les décisions des responsables et le comportement des consommateurs en matière de préférences d'achat en ligne et de réservation de voyages.

- 1. Un certain appétit à satisfaire** – Le commerce électronique se développe en Afrique, mais pas exactement de la même façon que dans les économies parvenues à maturité. Cela est dû en grande partie aux contraintes qui existent en matière d'infrastructures et de capacité. De plus, le concept continue d'évoluer, à la recherche d'une forme adaptée à la manière dont les Africains souhaitent pouvoir acheter des marchandises et des services.
- 2. L'Afrique n'est pas un pays** – Il existe au sein du continent de nombreuses différences au niveau des préférences, des tendances culturelles et des priorités, qui impactent profondément le paysage en matière de e-commerce. En fonction des régions et des pays où ils vivent, les gens ont des goûts qui leur sont propres. Même si l'on distingue des

tendances générales à l'échelle du continent, elles sont plus ou moins prononcées selon les pays. Le téléphone portable constitue cependant une constante sur l'ensemble de la zone géographique.

- 3. Prépondérance du téléphone** – En l'absence de connexions Internet classiques, des millions d'Africains se servent de leur téléphone pour profiter des services de paiement et de gestion bancaire de plus en plus sophistiqués offerts par les appareils mobiles. Il n'est pas étonnant que cette révolution soit emmenée par les réseaux mobiles, très implantés sur le continent, jusque dans les endroits les plus reculés, et qui comptent déjà des millions d'abonnés.
- 4. Des professionnels qui se déplacent à l'étranger** – Les voyages d'affaires sont fréquents et en augmentation en Afrique, où la préférence va à la réservation en ligne. Plus de la moitié des entreprises prises en compte avaient une présence commerciale importante à l'international, qui impliquait de nombreux déplacements en avion. Encore une fois, les données recueillies font apparaître des préférences variables selon les pays. Il en ressort néanmoins qu'environ 52 % des entreprises préfèrent faire leurs réservations en ligne.
- 5. Des politiques d'entreprise fortes** – Les entreprises mettent manifestement l'accent sur la centralisation des réservations et sur des politiques qui déterminent leur comportement en matière d'achat. Plus de 80 % disent appliquer une politique et un contrôle stricts sur les voyages. L'une des conclusions les plus révélatrices de cette étude est que 83 % des entreprises centralisent leurs achats en matière de voyage, mais qu'elles ne sont que 66 % à le faire par le biais d'une agence de voyages.

*« Nous avons la volonté d'encourager les débats sur les grandes tendances du secteur susceptibles de déterminer l'avenir du voyage en Afrique », déclare **Santiago Jimenez**, Directeur Afrique sub-saharienne chez Amadeus. « Cette première étude réalisée pour le compte de notre Centre régional de solutions montre que, en dépit des différences qui perdurent entre les pays en matière de préférences, d'environnements et d'infrastructures existantes, il existe globalement un fort potentiel pour le e-commerce ».*

En conclusion, Arthur Goldstuck insiste sur le fait que « l'Afrique n'est pas un pays », une réalité qu'il faut, selon lui, bien garder à l'esprit, dans la mesure où il apparaît clairement qu'il n'existe pas de solution unique convenant à tous les pays, à tous les consommateurs ou à toutes les entreprises.

Le rapport et l'infographie de cette étude sont disponibles aux adresses suivantes :

<http://www.amadeus.com/blog/03/10/new-report-a-digital-savannah-africas-e-commerce-promise/>

<http://www.amadeus.com/blog/11/10/infographic-africas-e-commerce-promise-in-numbers/>

À propos d'Amadeus

Amadeus est l'un des premiers fournisseurs mondiaux de solutions technologiques de pointe pour l'industrie du voyage et du tourisme. Les clients d'Amadeus sont des **fournisseurs de voyages** (compagnies aériennes, hôtels, compagnies ferroviaires et de ferries, etc.), des **vendeurs de voyages** (agences de voyages et sites internet) et des **acheteurs de voyages** (les entreprises et voyageurs).

Le groupe Amadeus emploie dans le monde environ 10 000 collaborateurs au sein de ses principaux sites à Madrid (Corporate), à Nice (Développement) et à Erding (opérations) ainsi que dans ses 71 organisations commerciales locales.

Le **business model du groupe est basé sur les transactions**. Pour l'exercice clos au 31 décembre 2012, la société a annoncé 2 910,3 millions d'euros de revenus et un EBITDA de 1 107,7 millions d'euros.

Amadeus est coté sur les bourses espagnoles sous le symbole « AMS.MC » et fait partie de l'IBEX 35.

Pour plus d'informations sur Amadeus rendez-vous sur : www.amadeus.com

Contacts presse

Cohn & Wolfe pour Amadeus

Cécile Gerondeau

Tél. : 01 49 70 43 66

Email : cecile.gerondeau@cohnwolfe.com