

# Horizons 2025™

Les tendances  
de voyage





**Le rapport Horizons vous souhaite la bienvenue à son édition 2025 avec des prévisions sur les destinations des voyageurs et leurs projets pour l'année à venir. En associant leurs données internes sur les voyages à des recherches menées à l'échelle mondiale, Expedia, Hotels.com et Vrbo ont dressé la liste des tendances de cette année qui accueille de nouveaux venus, comme les voyages en un clic ou les vacances JOMO, et ressort un classique, avec un type de vacances traditionnel remis au goût du jour par la génération Z.**



*« Depuis toujours, Expedia Group s'efforce de mettre la technologie au service du voyage afin que voyager soit toujours plus simple et agréable. Le rapport Horizons nous offre ainsi l'occasion de réfléchir aux attentes des voyageurs et aux innovations apportées par nos partenaires », a déclaré Ariane Gorin, PDG d'Expedia Group.*

# Tendances de voyage

# Les destinations

# qui valent le détour

En 2025, les voyageurs ne se contenteront pas d'emprunter les sentiers battus, ils prendront également quelques détours à la découverte de nouveaux endroits. Dans cette optique, ils sont de plus en plus nombreux à envisager une halte voire un séjour complet dans les destinations qui valent le détour, des lieux plus discrets et plus en retrait de la foule que les hauts lieux touristiques.

Au cours de l'année écoulée, les destinations qui valent le détour répertoriées par Expedia ont toutes connu une popularité en hausse dans les résultats de recherche. De plus, 63 % des consommateurs se disent susceptibles d'inclure l'une de ces destinations dans leur prochain voyage\*.

Krabi, Thaïlande



Reims, France



# Les destinations qui valent le détour d'Expedia

Liste établie d'après le pourcentage d'augmentation des recherches sur Expedia  
(Sur la période du 1er septembre 2023 au 31 août 2024)

**Reims, France** (au-delà de Paris)

**Brescia, Italie** (au-delà de Milan)

**Cozumel, Mexique** (au-delà de Cancún)

Brescia, Italie





Waikato, Nouvelle-Zélande

## **Santa Barbara, Californie, États-Unis**

(au-delà de Los Angeles)

## **Waikato, Nouvelle-Zélande**

(au-delà d'Auckland)

## **Gérone, Espagne** (au-delà de Barcelone)

## **Fukuoka, Japon** (au-delà de Tokyo)



Fukuoka, Japon

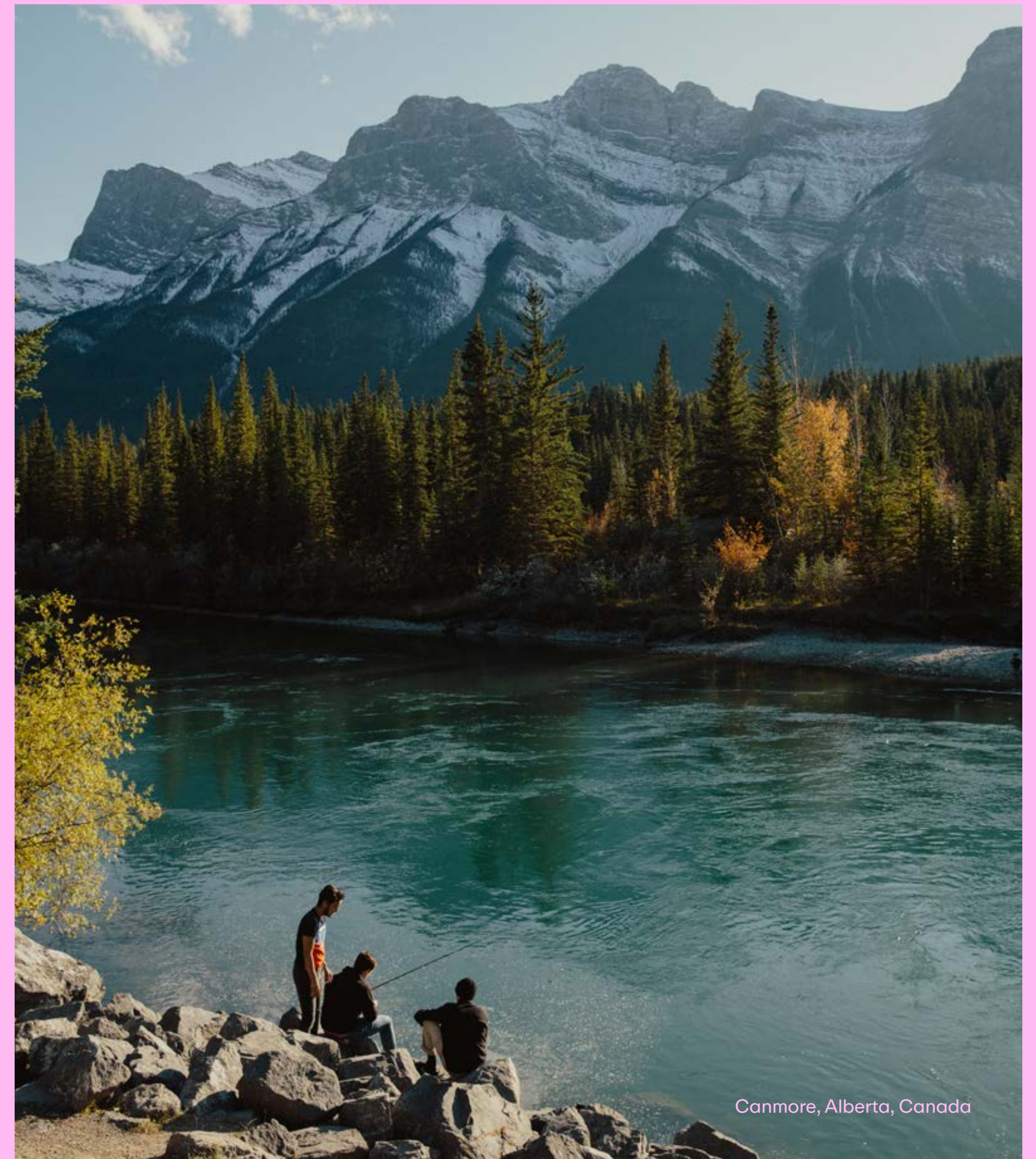
**Abou Dhabi, Émirats arabes unis** (au-delà de Dubai)

**Krabi, Thaïlande** (au-delà de Phuket)

**Canmore, Alberta, Canada** (au-delà de Calgary)



Abou Dhabi, Émirats arabes unis



Canmore, Alberta, Canada

# Les voyages shopping



Finie l'époque des porte-clés, magnets ou boules à neige ! En guise de souvenirs de vacances, les voyageurs préfèrent rapporter les spécialités immanquables de leur destination et difficilement trouvables chez eux. Sur TikTok, certains articles ont même créé le buzz, comme une barre chocolatée de Dubaï, des produits cosmétiques coréens ou encore du beurre français, et la génération Z se les arrache.

Toujours aussi avides de culture, les voyageurs prennent désormais le temps, entre deux visites touristiques, d'écumer les rayons des supermarchés et épiceries en quête de spécialités locales. D'après les données d'une enquête mondiale, 39 % des voyageurs ont l'habitude de se rendre dans une épicerie et 44 % recherchent des produits locaux non disponibles dans leur région\*.

Sur Expedia, les voyages shopping les plus populaires comprennent les circuits autour de la culture du café au Costa Rica, les dégustations de thé en Chine et les initiations aux rituels associés au matcha au Japon. Pour les voyageurs, cette évolution révèle un nouveau goût pour les objets souvenirs\*\*.

*\*\* D'après les données d'Expedia sur les activités à l'échelle mondiale recueillies entre le 1er janvier et le 1er août 2024.*



Secrets Playa Blanca  
Costa Mujeres, Mexique



# La nouvelle ère du all- inclusive

Malgré une réputation parfois mitigée, les complexes touristiques tout compris montrent aujourd'hui un nouveau visage et séduisent la génération Z. Une personne sur trois de cette génération affirme que sa perception de ce type d'hébergement a évolué positivement et 42 % déclarent même qu'il s'agirait de leur type d'hôtel préféré\*. En outre, le hashtag #allinclusive est en vogue sur TikTok\*\* et les recherches effectuées sur Hotels.com à l'aide du filtre « Tout compris » ont grimpé de 60 % année après année\*\*\*. Les grandes chaînes hôtelières, comme Hyatt et Marriott, ont franchi le pas du all-inclusive et les complexes touristiques du monde entier cherchent à améliorer leur offre de formule tout compris.

\*\* Données sur les hashtags en vogue fournies par le Creative Center de TikTok.

\*\*\* D'après les données d'Hotels.com sur les recherches d'hôtels à l'échelle mondiale recueillies entre le 1er janvier et le 1er juillet 2024 par rapport à la période du 2 juillet au 31 décembre 2023.

AVA Resort  
Cancún, Mexique



Alors, pourquoi la nouvelle génération de voyageurs est-elle séduite par les séjours tout compris ? Pour 41 % des voyageurs de la génération Z, la première motivation est la réduction du stress, suivie par la facilité à réserver (39 %) et l'impression de luxe (38 %)\*.

Besoin d'inspiration ? Hotels.com a établi une liste d'hébergements dans le monde passés à la nouvelle ère du all-inclusive.

AVA Resort  
Cancún, Mexique

Alpinresort ValSaa – Sport & Spa  
Saalbach, Autriche

Secrets Playa Blanca  
Costa Mujeres, Mexique

Royalton CHIC Antigua  
Saint John's, Antigua-et-Barbuda

Hotel Riu Palace Mauritius  
Le Morne, Maurice

# La renaissance des restaurants d'hôtel

Pour les voyageurs, le choix d'un hôtel ne dépend pas uniquement des chambres disponibles, mais aussi de la restauration sur place. Ainsi, les hôtels n'hésitent pas à soigner leurs tables, car l'expérience gastronomique représente une part importante de leur chiffre d'affaires\*\*, et ce souci du détail n'échappe pas aux principaux intéressés, car les avis positifs sur les restaurants, chefs et bars d'hôtel ont augmenté de 40 % année après année sur Hotels.com\*\*\*.

\*\* Smith Travel Research, « The Resurgence of the Hotel Restaurant », Forbes

\*\*\* D'après les données d'évaluation des hôtels sur Hotels.com entre le 1er janvier 2024 et le 4 juillet 2024, par rapport à l'année précédente entre le 1er janvier et le 4 juillet 2023.



Les hôtels gagnent donc à miser sur les métiers de la bouche, car près d'un tiers des voyageurs déclarent que le service en chambre d'un restaurant de renom dans un hôtel les inciterait davantage à réserver, tandis que 31 % déclarent que les tables de restaurant réservées exclusivement aux clients de l'hôtel seraient leur principal motif de réservation\*.

Hotels.com vous donne un avant-goût de sa dernière cuvée de restaurants d'hôtel :



Susana Balbo Winemaker's House

## Hotel del Coronado Coronado, Californie, États-Unis

En 2025, l'Hotel del Coronado étoffera son offre gastronomique avec l'ouverture d'un restaurant de la fameuse chaîne Nobu.

## Susana Balbo Winemaker's House Chacras de Coria, Argentine

Les amateurs de grands crus pourront s'initier aux accords mets et vins lors d'une expérience gastronomique exclusive dans cet hôtel-boutique détenu par la célèbre viticultrice argentine Susana Balbo.

## ROMEO Napoli Naples, Italie

Il Ristorante Alain Ducasse représente l'un des derniers projets en date du chef étoilé qui a nommé Alessandro Lucassino à la tête de ce nouvel établissement gastronomique.

Vacances JOMMO

Vacances JOMMO

Vacances JOMMO

Vacances JOMMO

Vacances JOMMO



Villa privée à Tulum, au Mexique  
Identifiant de l'hébergement sur  
Vrbo : 7827116ha

Maison de plage en bord de mer sur Amelia Island, en Floride, aux États-Unis  
Identifiant de l'hébergement sur Vrbo : 2410751



**Vous connaissez peut-être le syndrome FOMO (la peur de rater quelque chose ou « fear of missing out »). Aujourd'hui, les voyageurs en locations de vacances privées adoptent le concept opposé, à savoir la JOMO ou la joie de manquer un événement ou une information en particulier.**

Refuge au bord du lac de Côme à Torno, en Italie  
Identifiant de l'hébergement sur Vrbo : 1653895ha



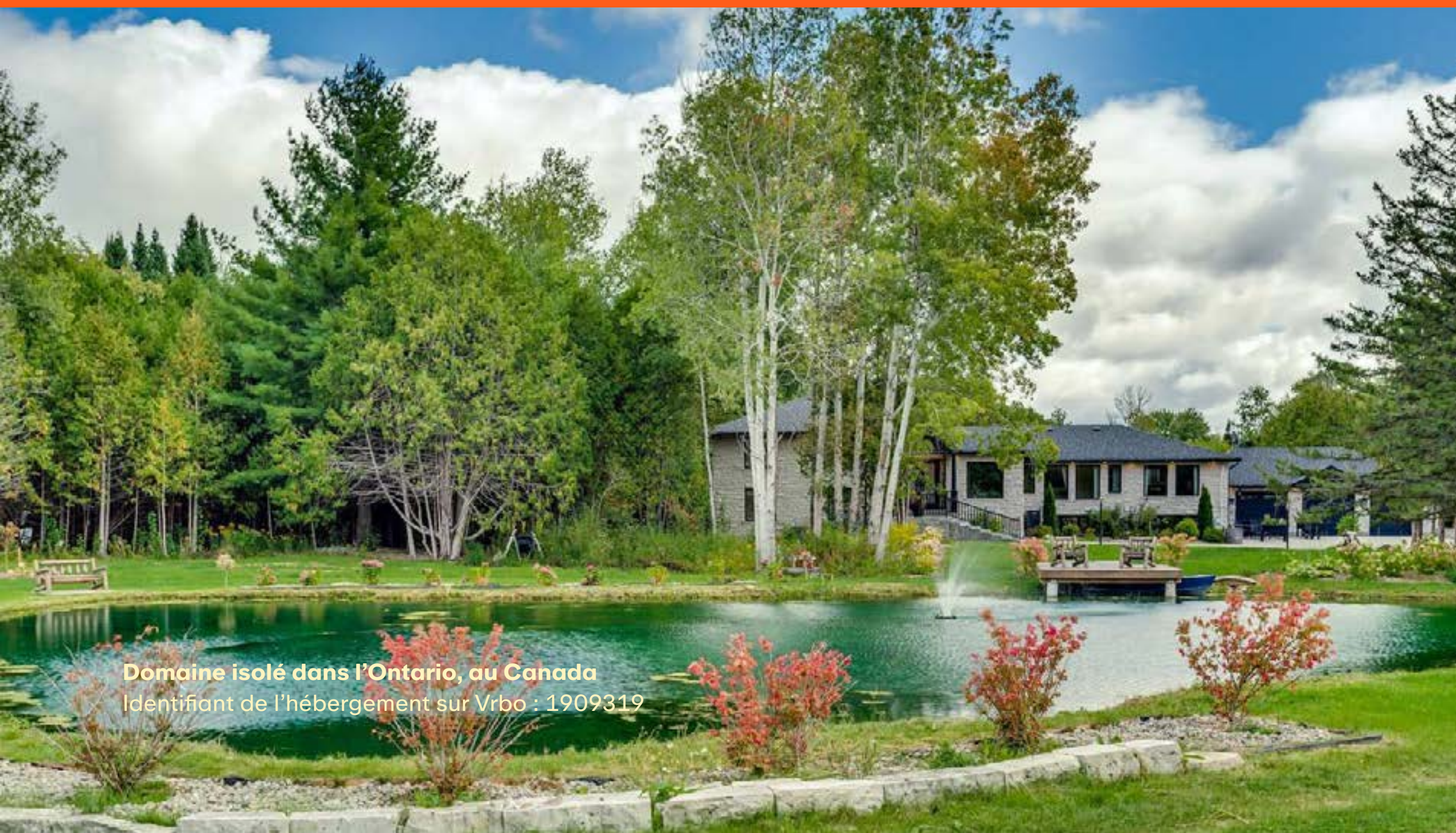
**D'après les données recueillies par Vrbo, les destinations de bord de mer et de montagne suscitent toujours l'intérêt de qui est en quête de loisirs et de détente\*\*, et les voyageurs considèrent que les vacances JOMO peuvent contribuer à améliorer leur santé mentale et leur bien-être général. En effet, pour 62 % d'entre eux, les vacances JOMO diminuent le stress et l'anxiété, et selon près de la moitié des personnes interrogées, elles favorisent le renforcement des liens avec leurs proches.**

*\*\* D'après les données de Vrbo sur les recherches effectuées entre le 1er janvier et le 4 juillet 2024 par rapport à la période du 1er janvier au 4 juillet 2023.*

Oasis privée à Wooyung, en Australie  
Identifiant de l'hébergement sur Vrbo : 9755358ha



**D'après une enquête, les principaux types de locations de vacances associées aux vacances JOMO sont des maisons de charme en bord de mer, des logements isolés près d'un lac et des chalets confortables à la montagne. Les adeptes de ces vacances JOMO recherchent également des locations de vacances dotées d'une piscine, d'un jardin paisible, d'un bain à remous ou d'un spa, ainsi que d'une terrasse avec vue propice à la relaxation et à la déconnexion\*.**





Laponie, Finlande

# Les spots de phénomènes naturels

Lors des récentes éclipses, les locations de vacances situées dans la trajectoire de l'ombre ont affiché complet sur notre site, incitant alors un grand nombre de voyageurs à partir observer les phénomènes naturels. Qu'il s'agisse d'admirer les étoiles ou les aurores boréales, ou bien de se rendre à la plage pour assister à l'éclosion des tortues de mer, les voyageurs veulent voir les merveilles de la nature aux premières loges.

D'après les données d'une enquête, les principaux phénomènes naturels recherchés par les voyageurs sont d'abord les aurores boréales (61 %), suivies des phénomènes géologiques (30 %), comme les volcans, les geysers et les sources chaudes. De plus, 80 % des voyageurs jugent important de trouver un hébergement avec une vue imprenable pour ne rien manquer de ces événements\* et souvent les locations de vacances leur offrent un panorama dégagé sur ces spectacles de mère Nature, grâce à leur emplacement au milieu de grands espaces.

**Parc international de ciel étoilé**  
Parc national des Arches, Utah,  
États-Unis



**Ballet des grues japonaises**  
Hokkaidō, Japon



**Parade des pingouins**  
Phillip Island près de  
Melbourne, Australie



**Plancton bioluminescent**  
Vero Beach, Floride, États-Unis



**Migration des étourneaux  
sous le « soleil noir »**  
Parc national de la mer  
des Wadden, Danemark



**Saison des lucioles synchrones**  
Monts Great Smoky, Gatlinburg,  
Tennessee, États-Unis



**Marées les plus hautes  
au monde et fond marin  
accessible à pied**  
Baie de Fundy, Canada



**Cloud 9 Cabins, Gatlinburg, Tennessee, États-Unis**  
Identifiant de l'hébergement sur Vrbo : 3581042



**Maison traditionnelle en bois en bord de mer, Islande**  
Identifiant de l'hébergement sur Vrbo : 4038086ha



**Volcans, champs de lave  
et plages de sable noir**  
Reykjavik, Islande



**Murmurations  
d'étourneaux**  
Somerset, Royaume-Uni



**Aurores boréales**  
Laponie, Finlande



# Set-jetting : les destinations de 2025



Mexico, Mexique

En 2023, Expedia a identifié une tendance chez les voyageurs à s'inspirer du petit et du grand écran pour préparer leurs vacances et a donné à ce nouveau comportement le nom de « set-jetting ». En fait, les films, séries télévisées et services de streaming ont influencé les choix de destination de deux tiers des voyageurs qui reconnaissent, dans 36 % des cas, que le cinéma et la télévision ont une plus grande incidence sur leurs projets de voyage que l'année dernière\*.

Si le décor romantique d'*Emily in Paris* a su attirer leur attention sur la Ville lumière, leur regard se tournera en 2025 vers *Les Real Housewives de Dubaï*. Les données recueillies par Expedia montrent en effet que l'engouement pour Dubaï a augmenté de 30 % année après année depuis la diffusion de la série\*\*.

Toutefois, notons que les voyageurs s'intéressent non seulement aux destinations à l'affiche dans leurs films et programmes favoris, mais aussi aux lieux de tournage de ces derniers. C'est pourquoi le Royaume-Uni demeure un pôle majeur du set-jetting, avec des centaines de visites guidées sur le thème de *La Chronique des Bridgerton*, d'*Harry Potter*, de *Game of Thrones* et d'*Outlander* disponibles à la réservation sur Expedia\*\*\*.

\*\* D'après les données d'Expedia sur les voyages enregistrés entre le 1er juin et le 1er septembre 2023 par rapport à la période du 1er juin au 1er septembre 2022.

\*\*\* D'après les données d'Expedia sur les activités enregistrées entre le 1er janvier et le 1er août 2024.

Les données mondiales d'Expedia, d'Hotels.com et de Vrbo dévoilent les nouvelles destinations phares du set-jetting à visiter en 2025 :

---

**Dubaï, Émirats arabes unis**

---

*Les Real Housewives de Dubaï*

---

**Montana et Wyoming, États-Unis**

---

*Yellowstone*

---

**New York, États-Unis**

---

*And Just Like That...*

---

**Le Cap, Afrique du Sud**

---

*One Piece*


---

**Écosse**

---

*The Traitors*

---



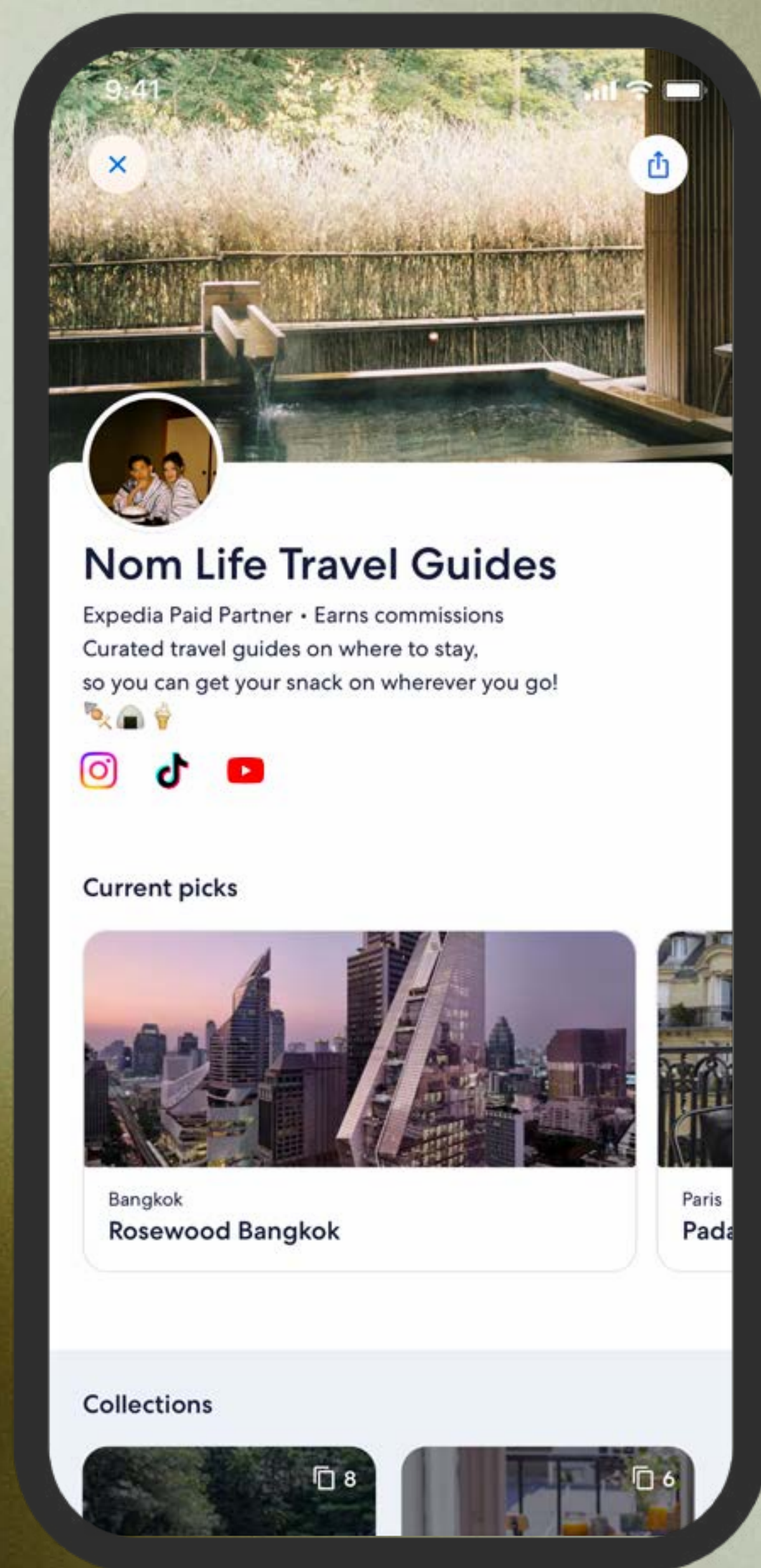
New York, États-Unis

# Les voyages en un clic

Ce n'est un secret pour personne : les voyageurs se tournent vers leurs influenceurs voyage préférés pour trouver l'inspiration, mais quand on considère que la moitié des consommateurs s'appuient au moins une fois par mois sur les publications des influenceurs pour prendre une décision d'achat, cela n'a rien de surprenant\*\*. Le « shopping social » est devenu une pratique courante sur TikTok et Instagram, mais cette tendance émergente dans l'e-commerce commence tout juste à toucher les industries de plus grande envergure, comme celle du voyage. Cependant, quelques obstacles subsistent, car un consommateur sur deux a déjà tenté de réserver un voyage sur les réseaux sociaux, mais a fini par abandonner en raison d'un processus trop long et trop complexe\*.

\*\* Rapport « The 2024 Influencer Marketing Report: In Influencers We Trust », Sprout Social (avril 2024)





Entrez dans les boutiques de voyage d'Expedia. Grâce à ces collections proposées par des créateurs de contenu, les voyageurs peuvent désormais réserver directement les voyages recommandés par les influenceurs.

Déjà disponibles aux États-Unis et au Royaume-Uni, les boutiques de voyage arriveront dans d'autres pays en 2025. Inscrivez-vous sur la [liste d'attente](#) et suivez ces créateurs chevronnés de contenu sur les voyages :

---

**Lindzoutside Aventureuse et fondatrice de @OutdoorsyGals**

---

**Nom\_Life Gastronomes voyageurs Ewa et Jeromy Ko, finalistes du James Beard Media Award**

---

**Polkadotpassport Nicola Easterby, créatrice de contenu sur les voyages et la gastronomie**

---

# À vous de jouer pour répondre aux besoins des voyageurs



## Utilisez des boosters de visibilité

Vous gérez un hôtel tout compris ? Un hébergement dans un lieu connu pour le set-jetting (ciné-tourisme) ou une destination qui vaut le détour ? Vous souhaitez sensibiliser les voyageurs au concept de vacances JOMO ? Alors, les boosters de visibilité vous aideront à vous démarquer.

- Tirez profit de Flight Sponsored Listings afin de stimuler la demande chez les voyageurs à la recherche d'un court séjour, en mettant en avant les nouvelles offres ou les nouveaux itinéraires de vol pour les destinations qui valent le détour, notamment en dehors des grandes plateformes aéroportuaires.
- Utilisez [Accelerator](#) pour contribuer à remplir vos chambres en basse saison, en présentant votre hébergement à des voyageurs en quête de destinations set-jetting ou de complexes touristiques tout compris.
- Exploitez le potentiel de TravelAds afin de personnaliser le texte de vos annonces, en y ajoutant votre liste de prestations comme le restaurant de votre hôtel ou bien les services de vos formules tout compris.

# Mettez votre annonce à jour

Actualisez votre annonce afin d'attirer l'attention des voyageurs sur les tendances du moment et de leur faciliter l'accès aux informations utiles.

- Détaillez les services et équipements à disposition des voyageurs pendant un séjour tout compris, en indiquant notamment le menu du restaurant de l'hôtel, une description du spa et de la salle de sport ainsi qu'un florilège des activités proposées, afin de les convaincre que votre hébergement répondra à tous leurs besoins.
- Pour se raccrocher au concept de vacances JOMO, les propriétaires de locations de vacances peuvent mettre l'accent sur l'ambiance relaxante de leur hébergement, à l'aide de photos éloquentes et de suggestions sur les lieux de détente à proximité ou en mettant en valeur des équipements comme un brasero, une piscine, un bain à remous, des livres et des jeux de société.





# Démarquez-vous grâce aux programmes VIP Access ou Hôte Premium

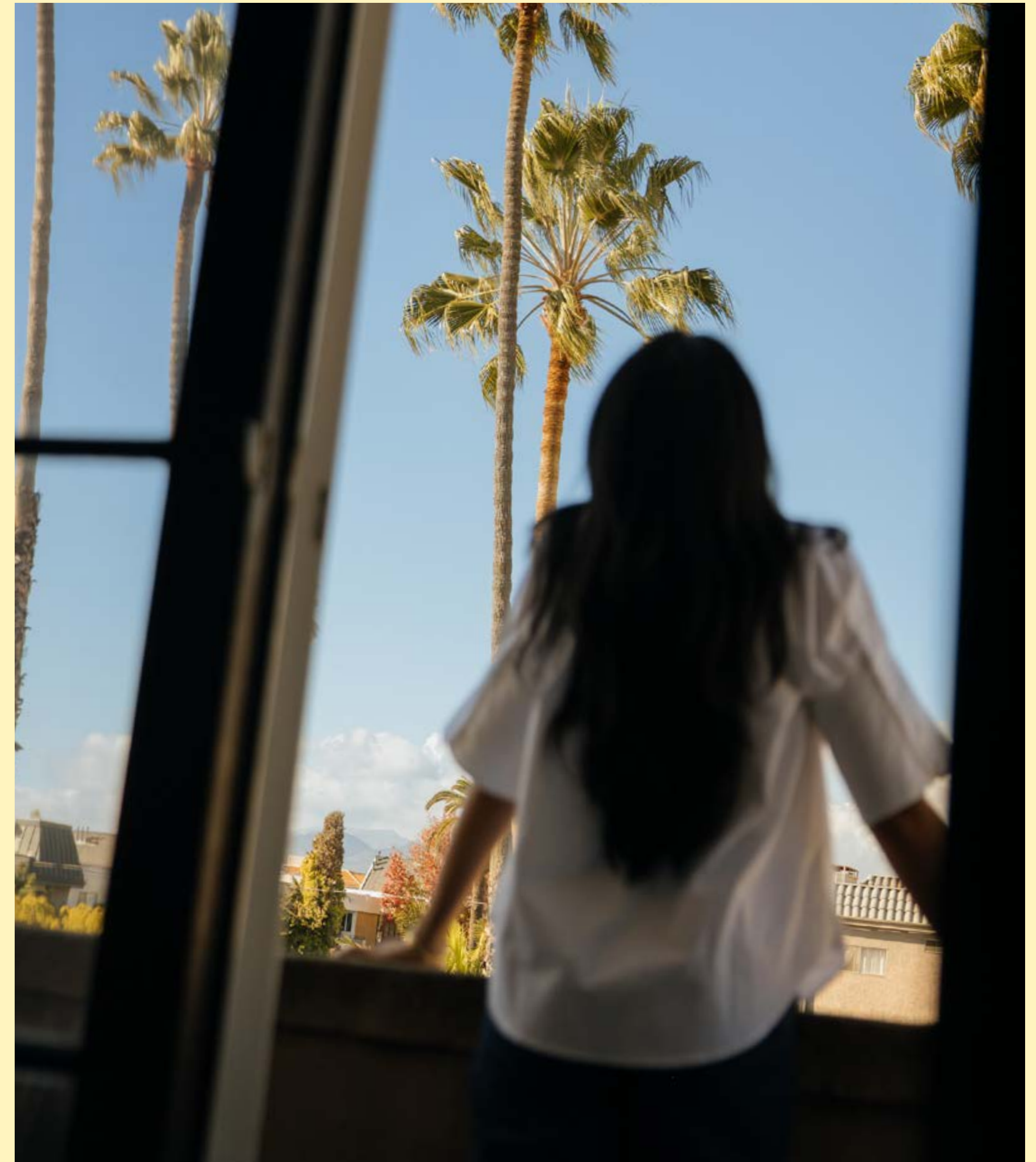
Nos programmes VIP Access et Hôte Premium attirent l'attention des voyageurs et les incitent à réserver chez vous.

- Avec le programme VIP Access, les hôtels tout compris et ceux situés dans des endroits connus pour le set-jetting ou des destinations qui valent le détour peuvent profiter d'une demande accrue.
- Afin de capter l'intérêt grandissant pour les restaurants d'hôtel, les hébergements éligibles ou participant au programme VIP Access peuvent offrir des bons sur les repas aux membres One Key en guise d'avantage à la réservation.
- Pour gagner en visibilité auprès des voyageurs intéressés par les vacances JOMO et les spots de phénomènes naturels, notre programme Hôte Premium aide les propriétaires de locations de vacances à se distinguer de la concurrence.

# Optimisez vos chances de succès avec les outils d'Expedia Group

Garder une longueur d'avance sur la concurrence et répondre aux tendances du moment n'est pas toujours chose facile, mais les outils d'Expedia Group offrent aux partenaires des clés de réussite :

- Partner Central regroupe des informations et des rapports de performance pour vous aider à déterminer l'attractivité de vos tarifs et à vérifier si votre inventaire actuel tient compte d'un certain nombre de tendances, d'événements et de phénomènes.
- Grâce à MarketMaker, les propriétaires de locations de vacances peuvent obtenir une vue d'ensemble en matière de tarifs et d'inventaire, à partir de données issues d'événements et de destinations populaires.
- Les paiements différés permettent aux partenaires TAAP de payer les hébergements à une date plus proche du début du voyage prévu, afin de prévoir et d'ajuster leurs réservations sur les tendances à venir tout en limitant les décalages de trésorerie.
- Lorsqu'ils parcourent notre large inventaire sur Vrbo, les partenaires TAAP peuvent filtrer les résultats de recherche pour trouver des locations de vacances relaxantes dans des lieux reculés et ainsi proposer à leurs clients des hébergements en vogue.





# Testez une campagne publicitaire

Comme vous le savez, la publicité constitue une méthode éprouvée pour se démarquer de la concurrence et, une fois couplée aux tendances d'actualité, elle peut améliorer votre retour sur investissement.

- Si votre localisation, votre hôtel ou votre compagnie aérienne opère dans une destination qui vaut le détour, participez à une campagne coopérative pour optimiser vos dépenses marketing et accroître votre notoriété auprès des voyageurs.
- Incorporez dans vos campagnes publicitaires des éléments du rapport Horizons 2025 en lien avec les tendances (vacances JOMO, spots de phénomènes naturels ou set-jetting) afin de promouvoir votre marque en abordant des thèmes chers au cœur des voyageurs.
- Les partenaires de modèles en marque blanche peuvent faire appel à nos services de marketing touristique pour toucher les voyageurs qui suivent les dernières tendances.

# Encouragez les réservations de formules

Les vacances JOMO et la nouvelle ère du all-inclusive : ces deux tendances montrent que les voyageurs aspirent à des expériences de voyage simples et faciles à réserver. Dès lors, les formules permettent de mieux répondre à ce besoin.

- Les hôtels, compagnies aériennes et agences de location de voitures dans notre réseau de partenaires peuvent proposer des formules vacances à leurs voyageurs. Ces derniers pourront ainsi plus facilement préparer leur séjour, qu'ils se rendent dans une destination set-jetting ou qu'ils envisagent une excursion à la journée dans une destination qui vaut le détour.
- Avec les offres de formules, les partenaires TAAP peuvent proposer des tarifs attractifs aux voyageurs, tout en leur permettant de profiter des tendances actuelles, comme les destinations qui valent le détour.
- Grâce à notre modèle de marque blanche, vous pouvez utiliser des modules pour afficher plus d'éléments de voyage, facilitant ainsi l'organisation de séjours de A à Z.

Expedia Group vous propose plus de données exploitables sur son [site Internet partenaire](#).





\* Étude commanditée par Expedia Group et menée par l'agence d'études de marché OnePoll, conformément au code de conduite de la Market Research Society. Quelques 25 000 personnes résidant dans 19 pays ont ainsi été interrogées. Il s'agissait d'adultes qui ont voyagé ou qui prévoient de voyager pour le loisir dans les trois prochaines années.

