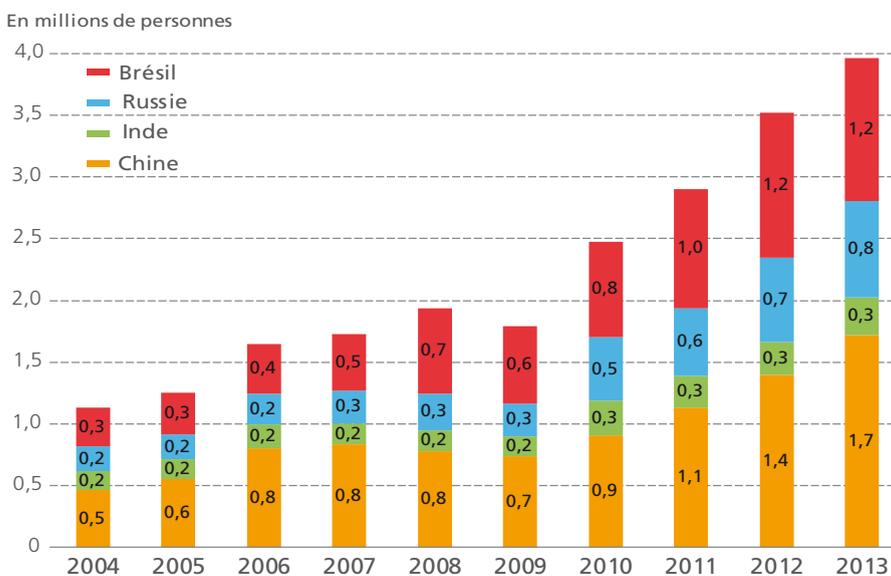


Les classes aisées des économies émergentes – Brésil, Russie, Inde, Chine – stimulent le secteur du tourisme en France

Le secteur touristique français profite de la croissance soutenue des économies des BRIC : Brésil, Russie, Inde et Chine. En effet, le nombre de touristes issus de ces pays a fortement augmenté ces dernières années. Il s'agit d'une clientèle aisée, souvent habituée à voyager à l'étranger et pouvant dépenser des sommes importantes en France. Les achats de produits de luxe sont particulièrement prisés par les touristes russes et chinois. Les touristes des BRIC, notamment de Russie, repartent généralement très satisfaits de leur séjour. Ils sont prêts à revenir, cette intention étant cependant moins marquée pour les Chinois. Les touristes des BRIC mettent en avant la qualité des différents sites visités, des équipements et du patrimoine culturel français. Les horaires d'ouverture des magasins et la faible maîtrise des langues étrangères apparaissent comme les principaux points d'amélioration de la destination « France » pour ces touristes.

Graphique 1 : Touristes étrangers en France en provenance du Brésil, de Russie, d'Inde ou de Chine



Source : enquête EVE, DGE, Banque de France.

Les économies du Brésil, de la Russie, de l'Inde et de la Chine (pays dits BRIC) sont en forte croissance. Selon les données du fonds monétaire international, le poids des BRIC dans l'économie mondiale, en termes de PIB, est désormais supérieur à 20 % alors qu'il était de l'ordre de 10 % en 2000. Cette croissance est accompagnée d'une forte hausse des salaires et se traduit par l'émergence d'une classe moyenne supérieure voire aisée. Compte tenu du poids démographique de ces pays (40 % de la population mondiale), cette nouvelle clientèle volontiers mobile offre au tourisme mondial un fort potentiel de croissance.

Le tourisme français profite de l'essor des BRIC

En France, entre 2004 et 2013, le nombre de touristes issus des BRIC a été multiplié par 2,5 et atteint désormais près de quatre millions (graphique 1). Cette hausse spectaculaire a contribué à la bonne tenue du tourisme en France pendant la décennie. En effet, entre 2004 et 2013, le nombre de touristes étrangers

en France a progressé de dix millions dont presque trois pour les BRIC.

La part des clientèles brésilienne, russe, indienne ou chinoise parmi les touristes étrangers en France est de moins en moins marginale. Elle est proche de 5 % en 2013, soit un touriste étranger sur vingt, contre seulement 1,5 % en 2004, soit moins d'un touriste étranger sur soixante.

Plus de 1,7 million de Chinois ont passé au moins une nuit en France en 2013. Le Brésil, aussi éloigné mais nettement moins peuplé (200 millions d'habitants) est aussi fortement émetteur avec près de 1,2 million de touristes en France en 2013. Les Russes, plus proches et séjournant en France aussi bien en été qu'en hiver, sont également venus nombreux : près de 800 000 en 2013. Enfin, même si leur nombre a doublé en dix ans, les touristes indiens restent relativement moins nombreux (300 000) malgré le poids démographique de leur pays.

Les durées moyennes de séjour sont proches d'une semaine, de six jours pour les Chinois à neuf jours pour les Russes. Les séjours

en France des touristes chinois s'inscrivent plus souvent dans le cadre d'un circuit en Europe¹. Les Chinois et les Indiens en visite en France viennent majoritairement pour la première fois (*tableau 1*). À l'inverse, plus d'un touriste russe ou brésilien sur deux est déjà venu en France, souvent plus d'une fois. Ces taux élevés de visites répétées sont cohérents avec l'appréciation globalement très positive qu'ils portent sur leur séjour en France.

Les Brésiliens, les Russes et les Indiens voyagent principalement seuls, en couple ou en famille. Les touristes chinois viennent davantage en groupe. Entre 10 et 20 % des touristes des BRIC ont moins de 15 ans, environ 20 % ont de 15 à 18 ans.

Des voyages réservés à une clientèle aisée

Le coût moyen par personne d'un séjour en France l'été varie de 2 600 € pour les Indiens à 3 400 € pour les Chinois (*graphique 2*). Il s'agit de sommes très importantes, surtout quand le voyage se déroule en couple ou en famille. Quelle que soit la nationalité, les touristes séjournant en France appartiennent aux classes aisées de leur pays. Les revenus des touristes russes sont en moyenne trois fois supérieurs à ceux des habitants de leur pays. L'écart est plus important encore pour les autres nationalités : des revenus quatre fois supérieurs à la moyenne pour les touristes chinois, six fois pour les Brésiliens et plus de trente fois pour les Indiens, chez lesquels le revenu net moyen par foyer est inférieur à 100 € par mois.

Des dépenses importantes pour le transport et l'hébergement

Quelle que soit la nationalité, le premier poste de dépense des touristes est le transport international. Les Brésiliens sont ceux qui y consacrent le plus d'argent, les allers-retours entre le Brésil et la France étant les vols les plus coûteux (comparativement à la Russie, l'Inde ou la Chine). Les dépenses d'hébergement sont comprises entre 400 € et 500 € par personne et par séjour, soit une dépense moyenne par nuitée comprise entre 50 € et 80 €. Les dépenses en alimentation ou en restauration sont du même ordre de grandeur. Le « shopping de luxe » est le poste de dépense pour lequel les disparités sont les plus fortes, entre nationalités mais aussi entre les différents touristes de même nationalité.

Un forfait « tout compris » entre 2 000 et 2 500 € pour les Brésiliens, les Chinois ou les Russes

Certains touristes achètent un voyage clé en main, le forfait comprenant le vol international, l'hébergement, la restauration, le transport sur place et les visites et excursions programmées. Environ un chinois sur trois a acheté un forfait « tout compris »

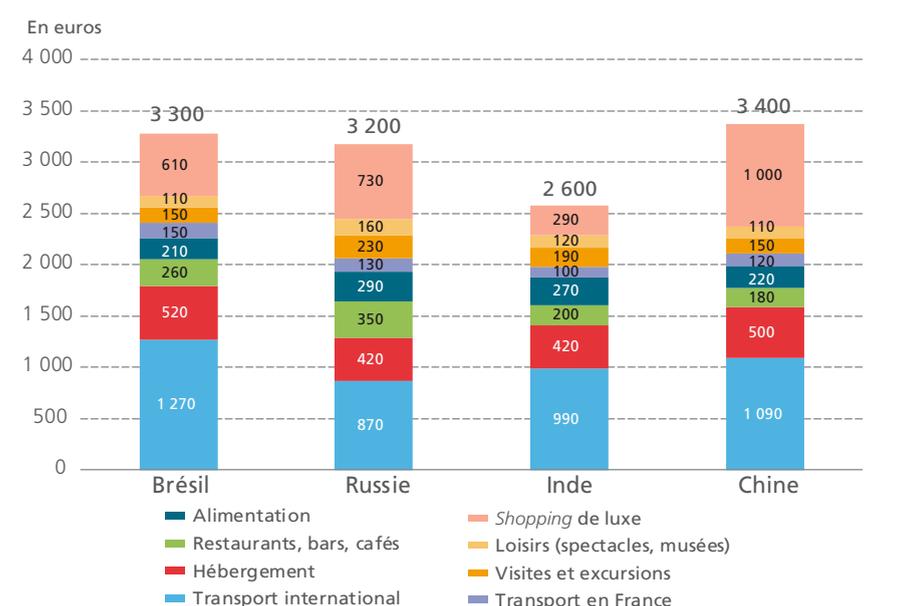
¹ Les résultats détaillés ci-après proviennent d'une enquête spécifique auprès de la clientèle issue des pays dits BRIC (*encadré 2*). Cette enquête a été réalisée à l'été 2013, en pleine saison, ce qui peut engendrer quelques spécificités (montant des dépenses plus élevé par exemple). La clientèle russe a également été interrogée en hiver. Les résultats font l'objet d'un encadré spécifique (*encadré 1*).

Tableau 1 : Les touristes issus des BRIC et la France

	Touristes			
	brésiliens	russes	indiens	chinois
En France pour la première fois	35 %	40 %	55 %	60 %
Étant déjà venus en France	65 %	60 %	45 %	40 %
Parmi les touristes déjà venus en France :				
- nombre moyen de séjours en France	5	5,5	5	4
- dont au cours des cinq dernières années	3,3	3,6	3,3	3
Voyages s'inscrivant dans un circuit en Europe	30 %	10 %	10 %	40 %
Part des touristes voyageant seul	32 %	28 %	47 %	20 %
Part des touristes voyageant en couple	31 %	32 %	9 %	13 %
Part des touristes voyageant en famille	25 %	32 %	18 %	17 %

Source : DGE, enquête auprès des clientèles issues des pays dits BRIC, 2013.

Graphique 2 : Dépense moyenne par personne et par séjour en France



Lecture : les touristes brésiliens dépensent en moyenne 3 300 € pour leur voyage en France dont 1 270 € pour le transport international (billet d'avion), 520 € pour l'hébergement, etc.
Source : DGE, enquête auprès des clientèles issues des pays dits BRIC, 2013.

pour un montant moyen de 2 300 €² (*graphique 3*). La pratique concerne seulement un touriste russe ou brésilien sur cinq. Elle semble être encore plus marginale pour la clientèle indienne qui se distingue, par ailleurs, par un montant de dépense sensiblement inférieur.

Les touristes chinois dépensent beaucoup en produits de luxe

Un touriste chinois dépense³ en moyenne en France 1 000 € dans les produits de luxe (mode, maroquinerie, parfums, bijoux, etc.). Plus de la moitié des Chinois visitant la France dépensent plus de 400 € dans les produits de luxe et la dépense moyenne très élevée est le fait de quelques touristes dépensant des sommes très importantes. Une bonne partie (40 %) des Russes présents à l'été 2013 ont également été de gros consommateurs de ces

² Pour cette enquête, un forfait est considéré « tout compris » dès qu'il comprend les dépenses liées à l'hébergement et au transport international. Il peut, selon les cas, comprendre la pension complète, le transport sur place, les excursions... Les dépenses des forfaits ont été ventilées entre les différents postes de dépense (transport international, hébergement...) pour obtenir une dépense moyenne par personne et par poste de dépense. Dans le cas de touristes effectuant un circuit en Europe, il est probable que les dépenses avant le voyage concernent l'ensemble du séjour, et pas uniquement la partie imputable à la visite de la France.

produits. À l'inverse, la clientèle indienne se distingue par une forte proportion (80 %) de touristes n'effectuant aucune dépense en ce domaine. La clientèle brésilienne, plus nombreuse, est dans une situation intermédiaire : le montant moyen dépensé par touriste est élevé mais la pratique du « shopping de luxe » est moins répandue. Cela s'explique par des inégalités de revenus très fortes, beaucoup plus que pour les Russes et les Chinois. Des achats représentant un montant très important sont ainsi réalisés par une petite minorité de personnes.

Le patrimoine culturel français très prisé

Le patrimoine culturel et historique est un des principaux atouts de la France. Les touristes issus des BRIC qui repartent sans avoir pris part à la visite d'un musée, d'un monument historique ou d'une ville sont très minoritaires (tableau 2).

Durant leur séjour, les Chinois multiplient les visites de sites, cinq à six en moyenne. Quatre sites sont particulièrement attractifs : la Tour Eiffel, l'Arc de Triomphe, le musée du Louvre et Notre-Dame de Paris. Parmi les quatre nationalités étudiées, les touristes chinois sont également ceux qui visitent le plus le château de Versailles. Ce palmarès des hauts lieux touristiques rappelle que Paris draine énormément de touristes internationaux. Les touristes issus des BRIC sont en revanche peu consommateurs d'activités nocturnes, de spectacles ou de concerts. La découverte de la gastronomie est davantage prisée par les touristes brésiliens ou russes. Enfin, la découverte du vignoble français concerne un touriste brésilien ou russe sur dix. Cette forme de tourisme est à relier à l'augmentation sensible des volumes de vins exportés vers ces pays, la France étant le premier exportateur de vins à destination des pays émergents.

Les Russes très satisfaits de leur séjour en France, les Chinois un peu moins

Les touristes repartent généralement très satisfaits de leur séjour. Les Russes et les Brésiliens affichent des taux de satisfaction très élevés, entre 85 et 90 % (graphique 4). Ils se déclarent d'ailleurs prêts à recommander un séjour en France à un proche. Les Indiens et les Chinois, très majoritairement satisfaits de leur séjour, ont des avis un peu plus partagés et recommanderaient un peu moins la destination « France » à leurs proches (entre 60 et 70 % de recommandations toutefois). En dépit d'un coût du voyage assez important, de nombreux touristes des BRIC prévoient de revenir dans les deux ans. Invités à se prononcer sur le choix de la destination « France » par rapport aux autres destinations étrangères connues, les Russes estiment très majoritairement (plus de 80 % d'entre eux) la France aussi bien, sinon mieux, que les autres pays déjà visités. Sept Brésiliens sur dix classent également la France en tête (seule ou *ex-aequo*) de leurs

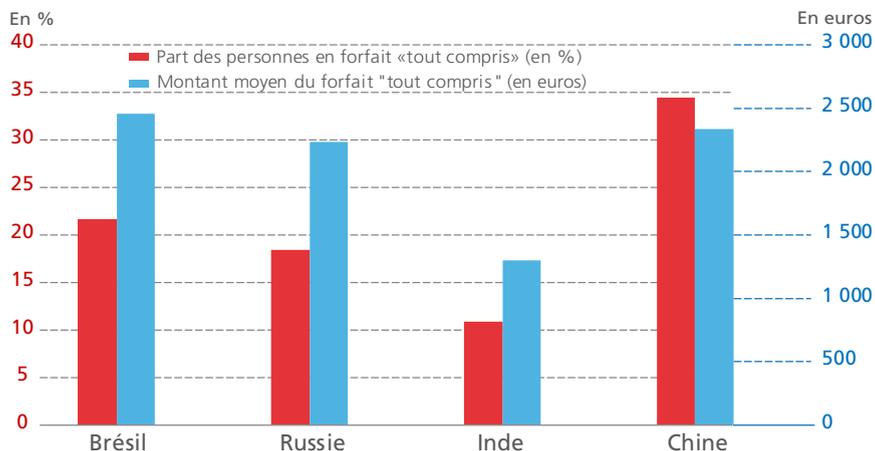
Tableau 2 : Activités pratiquées par les touristes

	Brésiliens	Russes	Indiens	Chinois
Découverte de villes, musées, monuments	90	90	60	80
Shopping	60	60	20	60
Théâtres, spectacles, concerts	20	20	<10	<10
Découverte de la gastronomie française	50	50	20	30
Découverte des vignobles	10	10	<10	<10

Lecture : 90 % des touristes brésiliens ont profité de leur séjour en France pour découvrir une ville, visiter un musée ou un monument historique.

Source : DGE, enquête auprès des clientèles issues des pays dits BRIC, 2013.

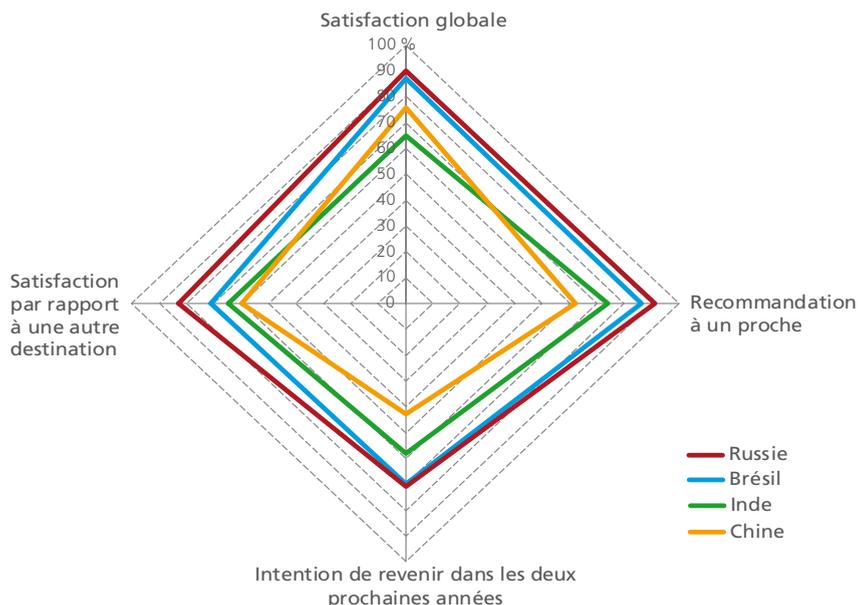
Graphique 3 : Part des touristes ayant acheté un forfait « tout compris » et montant moyen du forfait



Lecture : 23 % des touristes brésiliens ont acheté un forfait « tout compris » (c'est-à-dire combinant au moins hébergement et transport). Le montant moyen du forfait est de 2 500 € par personne.

Source : DGE, enquête auprès des clientèles issues des pays dits BRIC, 2013.

Graphique 4 : Satisfaction des touristes à l'issue de leur séjour



Lecture : les touristes russes (courbe rouge) sont 90 % à se déclarer globalement satisfaits de leur séjour, 90 % sont prêts à recommander la destination France à un proche, 70 % ont l'intention de revenir dans les deux prochaines années 83 % estiment la destination France aussi bien ou mieux que les autres pays déjà visités.

Source : DGE, enquête auprès des clientèles issues des pays dits BRIC, 2013.

³ Comme pour toutes les autres grandeurs issues de cette enquête, ce montant est à interpréter avec prudence en raison de la taille de l'échantillon. La grande hétérogénéité des montants déclarés invite également à considérer avec prudence cette estimation. Cependant, l'ordre de grandeur reste significatif.

destinations préférées. Les Chinois et les Indiens ont des avis un peu moins favorables mais placent quand même souvent la France dans les premières positions.

Les jours et horaires d'ouverture des magasins et la faible maîtrise des langues comme premières sources « d'insatisfaction »

Pour tous les critères passés en revue par l'enquête, les avis témoignant d'une satisfaction sont majoritaires. Il est cependant possible d'établir une hiérarchie entre les domaines plébiscités et ceux pour lesquels les avis sont plus nuancés. Les horaires d'ouverture des magasins et les langues parlées dans les commerces, les hébergements et sur les sites touristiques sont les éléments jugés les moins satisfaisants. Les avis restent favorables dans 60 à 70 % des cas. De manière un peu moins marquée, le

prix des transports urbains semble élevé pour les touristes russes et brésiliens. Ces derniers sont généralement les moins satisfaits du rapport qualité-prix des hébergements, des restaurants ou encore des activités. Près de 30 % des touristes chinois ou indiens ne sont pas satisfaits du rapport qualité-prix des hébergements. Enfin, un touriste chinois sur quatre n'est pas satisfait de la sécurité dans les transports urbains.

D'une manière générale, les autres critères (accueil, informations, offre d'activités nocturnes ou pour les enfants) bénéficient d'appréciations très positives. La qualité des sites (parcs, châteaux, musées, sites naturels...) est le premier atout de la destination « France », plébiscitée par plus de 95 % des touristes quelle que soit leur nationalité. La qualité des équipements (théâtres, stades, etc.) et la fréquence des transports urbains sont également mises en avant.

■ François-Pierre GITTON, DGE

■ Encadré 1 : Les touristes russes dans les stations de sports d'hiver

Les touristes russes fréquentent également les stations de sports d'hiver alpestres. Cette clientèle spécifique est majoritairement moscovite, elle dispose de revenus confortables – quatre fois supérieurs à la moyenne nationale – et voyage en famille ou entre amis dans 80 % des cas. Il s'agit souvent de personnes habituées à ce type de séjour puisqu'un touriste hivernal sur cinq seulement n'était jamais venu en France. Les autres viennent en moyenne pour la cinquième fois, la quatrième au cours des cinq dernières années.

Ces touristes privilégient les hôtels 3 ou 4 étoiles (40 %) et les résidences hôtelières (30 %). Le coût moyen par personne de leur séjour aux sports d'hiver s'élève à 2 200 €. Il se décompose en 500 € pour le transport international, 500 €

pour l'hébergement, 400 € pour la pratique du ski (cours, forfaits, location de matériel) et le reste pour la restauration, le transport sur place, les autres loisirs ou encore l'achat de produits de luxe. En plus du domaine skiable, les touristes russes fréquentent les espaces de détente (piscine, spa), les restaurants, bars et magasins.

Au moment de partir, ils sont très majoritairement satisfaits de leur séjour, pour 80 % prêts à recommander la destination à un proche et à revenir. Dans le détail, les marges d'amélioration concernent les horaires d'ouverture des magasins et la maîtrise des langues étrangères dans les commerces, les hébergements et sur les pistes. La qualité du domaine skiable est plébiscitée.

■ Encadré 2 : Enquête auprès des clientèles issues des pays dits BRIC

Afin de mieux connaître les clientèles touristiques en provenance du Brésil, de la Russie de l'Inde et de la Chine, la direction générale des Entreprises (DGE) a commandé une enquête statistique auprès des touristes de ces différents pays. Atout France a été associé au pilotage de l'étude.

Le questionnement visait à :

- mieux connaître le profil des différentes clientèles, notamment leurs pratiques touristiques en Europe ;
- mesurer la nature et le montant de leurs dépenses en France ;
- percevoir les satisfactions et insatisfactions les plus fréquentes et les attentes de ces touristes de plus en plus nombreux.

L'enquête a été réalisée par TNS Sofres auprès des touristes de nationalité brésilienne, russe, indienne ou chinoise ayant séjourné en France. Pour tenir compte d'une spécificité de la clientèle russe, qui fréquente les stations de sports d'hiver alpestres, une première phase d'enquête a été menée en février 2013 auprès de touristes russes. La seconde phase d'enquête s'est déroulée de mi-juin à mi-septembre auprès des touristes des quatre nationalités ciblées. Les personnes sélectionnées ont été interrogées dans un aéroport français au moment de leur retour vers leur pays de résidence. Compte tenu de l'importance du hub aérien de Francfort pour les vols vers la Chine, la moitié des touristes chinois (ayant séjourné en France) de l'échantillon a été interrogé au départ de cet aéroport.

Les résultats de l'enquête portent sur 1 370 questionnaires.

- 591 remplis par des touristes russes (260 en hiver et 331 en été) ;
- 296 remplis par des touristes brésiliens ;
- 184 remplis par des touristes indiens ;
- 299 remplis par des touristes chinois.

Taille des échantillons et précision des estimations

La taille des différents échantillons (par nationalité) est relativement modeste pour une enquête quantitative et les résultats doivent être interprétés avec prudence en tenant compte de la marge d'imprécision. Malgré cette marge, il est cependant possible, dans une majeure partie des cas, d'affirmer sans ambiguïté si un comportement concerne la moitié des touristes, un quart ou moins d'un dixième.

La marge d'erreur d'une estimation dépend essentiellement de la taille de l'échantillon et de la proportion estimée.

Pour une enquête auprès de 300 individus, la marge d'erreur liée au tirage au sort d'individus (à un niveau de confiance de 95 %) est :

- + ou - 3 % pour une proportion estimée à 10 % (il y a donc une probabilité de 95 % pour qu'une proportion estimée à 10 % soit comprise entre 7 % et 13 %) ;
- + ou - 5 % pour une proportion estimée à 30 % ;
- + ou - 6 % pour une proportion estimée à 50 %.

Pour en savoir plus...

C. Gonzalez, « L'adéquation de l'offre touristique française à la demande étrangère », Le 4 Pages de la Dgcs n°19, mai 2012.

Consultez la rubrique « Études et statistiques » du site www.entreprises.gouv.fr

Directeur de la publication : Pascal Faure
Rédacteur en chef : François Magnien
Secrétariat de rédaction : Martine Automme,
Nicole Merle-Lamoot
Composition : Hélène Allias-Denis, Brigitte Baroin
ISSN : 2269-3092
Dépôt légal : 2015
DGE - 67, rue Barbès, 94200 Ivry-sur-Seine

DGE
DIRECTION GÉNÉRALE
DES ENTREPRISES