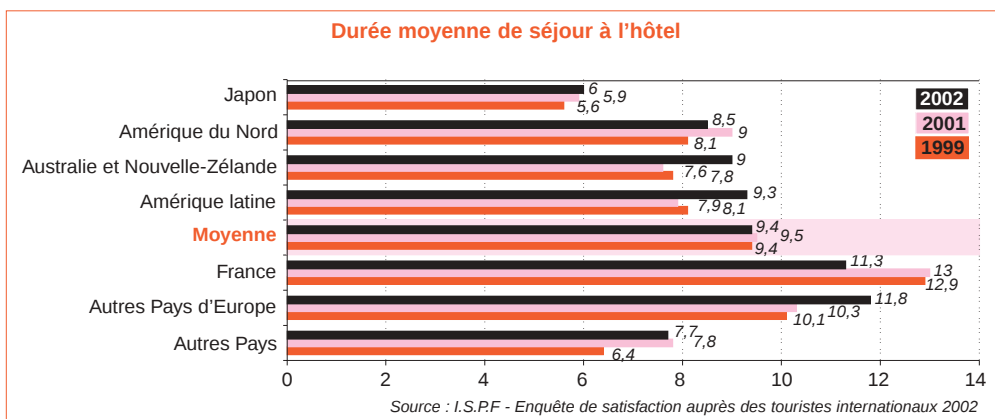


Tourisme en Polynésie, qu'est-ce qui fait venir nos voyageurs ?

Les touristes* internationaux ont été 189 030 à venir visiter la Polynésie française en 2002, soit 17 % de moins qu'en 2001. Le choix de la destination touristique étant avant tout une affaire de proximité géographique, culturelle ou familiale, la Polynésie ne déroge pas à la règle. Une grande partie de ces visiteurs vient de France (24,7 %), mais aussi des grands pays voisins les plus proches : les Nord-Américains représentent le premier marché touristique avec 34,2 %. L'allongement de la durée de séjour a partiellement compensé la baisse des effectifs. Et si le touriste d'aujourd'hui ne semble plus devoir se contenter simplement de la beauté des paysages et du climat tropical, le charme du « fenua » a encore une fois agi puisque 93 % des touristes ayant foulé le sol polynésien en 2002 ont considéré que le séjour était conforme à leurs attentes.

Durée de séjour en hausse



En 2002, la fréquentation touristique en Polynésie s'élève à 189 030 touristes. Sur l'ensemble de l'année 2002, le bilan s'avère négatif avec une baisse de 17 % des effectifs touristiques.

La plus forte baisse concerne le marché nord-américain qui enregistre un recul de 35 % (soit 35 377 personnes). L'arrêt des « Renaissance » pendant les 11 premiers mois de l'année a joué un rôle sur cette variation à la baisse ainsi que sur la diminution de la durée de séjour en hébergement payant où les Nord-Américains sont aussi très présents.

Cette tendance touche, dans une moindre mesure, l'ensemble des effectifs touristiques excepté le Japon. Ce dernier, avec 23 632 touristes, atteint son meilleur score en Polynésie avec une hausse de 24,2 %.

Les Américains du nord représentent encore le premier marché touristique en 2002 avec 34,2 % de part de marché (contre 44 % en 2001). Les autres pays ont globalement progressé depuis 2001 mais de manière différenciée selon les marchés. La hausse des effectifs japonais, combinée à la baisse de la fréquentation totale leur permet, pour la première fois, d'avoir une part de marché supérieure à 10 % juste derrière les Européens (hors métropole).

Les Français ont connu un recul des effectifs moins fort que la baisse globale, ce qui permet de porter leur part de marché à 25 % contre 22,2 % en 2001. Ce recul est lié aux problèmes et à l'arrêt définitif d'activité de la compagnie Air Lib qui a diminué son offre de 6 641 sièges en 2002.

Toute provenance confondue, la durée moyenne de séjour en 2002 est de 13,4 jours (12,4 en 2001). Si l'on exclut les touristes français qui restent en moyenne 21,1 jours, cet indicateur atteint 10,9 jours contre 10 jours en 2001 selon le même calcul. Cette hausse qui concerne

* : Une enquête de satisfaction auprès des touristes internationaux a été réalisée tout au long de l'année 2002 afin de préciser les motivations qui président aux choix de la destination Polynésie et de mieux cerner les motifs de satisfaction ou d'insatisfaction à l'issue de ce séjour. Ce « Points Forts » donne les premiers résultats synthétiques obtenus.

N° 2/2003

Directeur de la publication :
Bertrand ODDO

Rédactrice en chef :
Patricia ANNEVILLE

Auteur de la publication :
Julien VUCHER-VISIN

Maquettage : Yrida DOMINGO
Flashage : SCOOP
Impression : STPmultypress

Vente et abonnements : 47 34 42

Prix du numéro :
En Polynésie française : 600 F.CFP
Hors Polynésie française : 750 F.CFP

Dépôt légal : Août 2003
ISSN 1247 - 7370
©ISPF 2003

B.P. 395 - 98 713 Papeete - Tahiti
Tél. : (689) 47 34 34 / Fax : (689) 42 72 52
E-mail : ispf@ispf.pf / Site web : www.ispf.pf



	Touristes		Nuitées touristiques		Durée de séjour		Nuitées hôtelières	
	2002	Variation 2002/2001	2002	Variation 2002/2001	2002	Variation 2002/2001	2002	Variation 2002/2001
<i>Unité :</i>	<i>Nombre</i>	<i>%</i>	<i>Nombre</i>	<i>%</i>	<i>Nombre</i>	<i>%</i>	<i>Nombre</i>	<i>%</i>
Amérique du Nord	64 681	-35,4	660 593	-31,3	10,2	6,3	515 745	-41,0
Amérique latine	5 483	-20,9	95 796	46,0	11,9	25,9	49 302	-2,7
Allemagne	4 190	-23,1	76 712	18,4	18,3	54,0	44 832	-11,7
France	46 602	-7,7	983 752	-8,2	21,1	-0,6	429 482	-20,4
Autres Europe	25 298	-8,5	342 057	-2,6	13,5	7,3	290 011	6,9
Australie et Nouvelle-Zélande	10 628	-10,4	124 498	14,6	11,7	27,9	88 740	6,4
Japon	23 632	24,2	162 552	35,2	6,9	8,9	140 395	26,5
Autres pays	8 516	36,7	84 591	26,3	9,9	-32,0	70 343	101,4
Ensemble	189 030	-17,0	2 530 551	-10,7	13,4	7,5	1 628 850	-19,2

Source : I.S.P.F - Enquête de satisfaction auprès des touristes internationaux 2002

l'ensemble des marchés (hors France et autres pays) permet de limiter l'impact de la baisse du nombre de touristes en terme de nuitées touristiques. L'analyse de la durée moyenne de séjour en Polynésie montre de très fortes disparités entre les pays (un Français reste 3 fois plus longtemps qu'un Japonais par exemple).

Avec la durée moyenne en hébergement payant (9,4 jours en moyenne tous pays confondus), ces différences ont tendance à s'estomper. Les Européens sont ceux qui séjournent le plus longtemps en hébergement payant (11,8 jours en moyenne) : leur durée moyenne de séjour a progressé de plus de 1,5 jour depuis 2001. Les Français restent 11,3 jours, ceci est leur plus faible moyenne depuis 1995. Les Japonais ferment la marche avec 6,0 jours.

En 2002, 89,9 % des touristes ayant visité la Polynésie ont passé au moins une nuit à l'hôtel (contre 92,8 % en 2001). Ces touristes sont restés moins longtemps (12,5 jours) que ceux qui ne séjournent pas dans une structure payante : 10,1 % des touristes en 2002 avec une durée moyenne de séjour de 21,1 jours.

Les touristes qui séjournent en hébergement payant annoncent, pour 58 % d'entre eux, les vacances comme but principal du voyage. Alors que 57 % de ceux qui ne séjournent pas en structures payantes évoquent la visite de la famille ou d'amis : 46 % de ces touristes sont Français et 21 %, Américains.

Les îles privilégiées

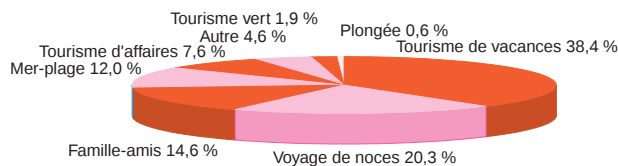
Tahiti est bien sûr l'île la plus visitée en 2002 (92,1 % des touristes ont visité Tahiti) puisque l'implantation de l'aéroport international rend cette destination incontournable. Facilement accessible, Moorea est visitée par les deux tiers des touristes (77 % des Français, 73 % des Nord-Américains et seulement 28 % des Japonais).

Nombre de touristes par île visitée par ordre décroissant

<i>Unité :</i>	<i>Nombre</i>	<i>%</i>
Tahiti	174 118	92,1
Moorea	125 726	66,5
Bora-Bora	92 522	48,9
Huahine	34 015	18,0
Raiatea	29 323	15,5
Tahaa	20 797	11,0
Rangiroa	16 833	8,9
Autre Tuamotu	10 723	5,7
Tetiaroa	5 851	3,1
Marquises	5 262	2,8
Maupiti	4 508	2,4
Australes	1 589	0,8

Source : I.S.P.F - Enquête de satisfaction auprès des touristes internationaux 2002

Répartition des buts de voyages en 2002



Source : I.S.P.F - Enquête de satisfaction auprès des touristes internationaux 2002

Bora-Bora visitée par 48,9 % des touristes est surtout appréciée des Italiens et des Japonais (respectivement 81 % et 65 % des touristes de ces deux pays) alors que plus de 58 % des Français de métropole et 47 % des Américains la négligent. Huahine, visitée par 18 % des touristes, est surtout appréciée des Européens. Parmi eux, les Français sont les plus nombreux (43,4 % des touristes et 32 % des touristes français) suivis des Italiens (7,4 % des effectifs et 30 % d'entre eux) et des autres Européens (19,7 %). Les Nord-Américains sont 15 % à avoir aussi visité cette île, soit 28,2 %, des touristes. Raiatea attire 15,5 % des touristes : essentiellement des Européens (42 % des touristes) et des Américains (22 % des touristes américains et 49 % des touristes). Tahaa, sa voisine, est découverte par 11 % des touristes, essentiellement des Américains et des Européens. Toutes regroupées, les îles Tuamotu-Gambier (y compris Rangiroa) attirent 14,6 % des touristes (42,8 % de Français), les Marquises 2,8 % (44 % de Français et 19 % d'Américains venus principalement en croisière sur l'Aranui) et les Australes 0,8 %.

Voyage, voyage : motivation de nos touristes

Le tourisme d'aujourd'hui est différent de celui qui prévalait à l'ouverture de la Polynésie au reste du monde. Le touriste n'est plus un aventurier, il lui faut maintenant une liaison aérienne quotidienne vers son pays, des chambres avec climatisation et eau chaude, des structures d'accueils performantes, des activités variées.

Les vacances en Polynésie ne se décident pas sur un coup de tête et la préparation du voyage prend du temps (60 % de nos visiteurs s'y prennent au moins un mois à l'avance), car faire son choix entre les 76 îles habitées mérite réflexion.

Moins d'1 semaine	1 à moins de 2 semaines	De 2 semaines à moins d'1 mois	De 1 à moins de 3 mois	3 mois et plus
11,0 %	10,5 %	18,5 %	27,9 %	32,1 %

Source : I.S.P.F - Enquête de satisfaction auprès des touristes internationaux 2002

La beauté des paysages naturels des îles est un facteur de motivation important pour 73,3 % des visiteurs (88 % pour les Italiens) ainsi que le climat (69,8 % des touristes). Le choix de la destination correspond pour plus de la moitié d'entre eux (55,6 %) à la réalisation d'un rêve (71,9 % pour les Japonais). La notoriété de l'accueil polynésien et la gentillesse de la population pèsent dans la décision pour 52,7 % des touristes ainsi que l'authenticité des îles qu'ils s'attendent à trouver (50,8 %).

Classement des items les plus appréciés cités par les touristes		Classement des appréciations par catégorie de services						
Unité :	%	Unité :	Excellent	Bon	Moyen	Médiocre	Nul	Total
Accueil Polynésien	42,6	Excursions, tours	75,0	19,6	4,8	0,3	0,3	100
Beauté de la nature et des paysages	21,1	Croisière	74,8	16,1	8,8	0,3	0,0	100
Les activités sportives et de loisirs	8,4	Trucks	70,7	20,5	6,8	1,1	0,9	100
Beauté des lagons et des poissons	7,6	Accueil polynésien	62,8	33,6	3,1	0,3	0,2	100
Climat	7,1	Artisanat traditionnel	57,6	29,8	10,1	2,0	0,5	100
L'hébergement et la restauration	4,6	Hébergement	56,7	29,3	11,4	1,8	0,8	100
L'excellence du séjour en général	3,3	Plage (propreté, beauté...)	53,9	28,6	12,8	3,3	1,4	100
La culture et l'ambiance polynésienne	3,1	Transports intérieurs aériens	51,2	39,3	7,0	0,8	1,7	100
Le repos, le calme	1,6	Restaurant	49,9	38,8	8,4	1,9	1,0	100
Autres	0,7	Taxi / Location de voiture	39,4	43,7	11,9	2,9	2,1	100

Source : I.S.P.F - Enquête de satisfaction auprès des touristes internationaux 2002

Cette place occupée par la Polynésie dans l'imaginaire collectif est à la fois une contrainte et un atout pour le développement de l'industrie touristique locale. Les différents acteurs doivent en effet adopter des pratiques qui permettent de préserver cette image d'îles intactes du bout du monde, sans pour autant sacrifier le confort et la modernité. Ce pari semble pour l'instant être tenu, car à la question « le séjour a-t-il répondu à votre attente ? », 93,1 % ont répondu « tout à fait » et seulement 0,7 % « pas du tout ».

La qualité des excursions et des tours est plébiscitée par les trois quart des visiteurs qui les ont pratiqués (soit 55 % des effectifs). La qualité des croisières, de l'accueil, de l'artisanat est majoritairement jugée excellente. Les plages, tant du point de vue de la beauté des sites que de la propreté, ont été plébiscitées, tout comme les trucks. Ces deux activités sont rendues très attractives par les tarifs pratiqués.

Des touristes satisfaits

Les problèmes souvent évoqués sur le manque d'activité ou d'animation ainsi que les horaires des magasins ne sont pas considérés comme tels par les touristes. Ils ne sont que 1,2 % parmi ceux qui ont eu une déception au cours de leur séjour à l'avoir indiqué. Les prix des taxis et les locations de voiture ont provoqué le mécontentement de 39,3 % des portes monnaies. Toutefois, 95 % des utilisateurs ont trouvé ce service moyen ou excellent.

La qualité de la restauration et de l'hébergement est qualifiée de bonne ou excellente par plus de 85 % des visiteurs (respectivement 88,7 % et 86 %), en dépit du coût jugé très élevé par 44,3 % des clients des restaurants et 38,9 % des hébergés. Si le shopping est, de loin, l'activité la plus pratiquée par les touristes (81,8 %), les prix sont considérés comme chers ou très chers par 43,6 % des intéressés.

La plongée avec tuba et la promenade (pratiquées respectivement par 65,3 % et 54,6 % des touristes) sont des loisirs plus abordables qui occupent également une bonne partie du séjour. Les activités culturelles telles que visites de musées, de sites, dont les prix sont plutôt qualifiés de raisonnables, ne sont pas en reste et font partie du programme des vacances pour 41,6 % des touristes. Ils sont aussi nombreux à profiter des excursions terrestres (38,8 %) ou nautiques (58,5 %). Le niveau des prix pratiqués par ces deux dernières activités est jugé bon ou excellent pour plus de la moitié d'entre eux.

Classement par niveau des prix des activités et des produits

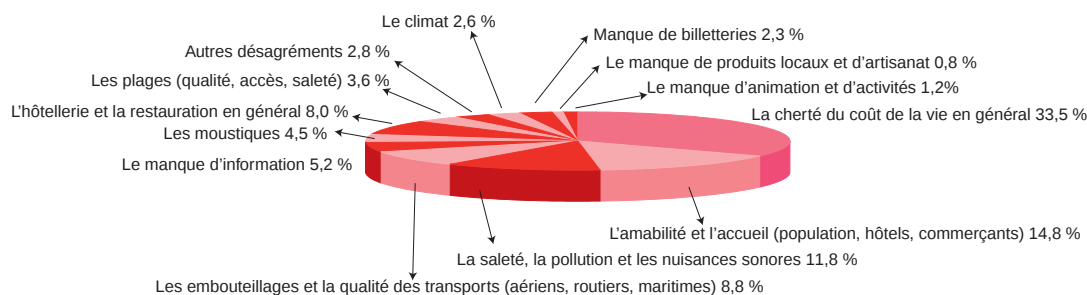
Unité :	Excellent %	Bon %	Moyen %	Cher %	Très cher %	Total %
Shopping	13,0	13,4	30,0	34,2	9,4	100
Restaurant	19,5	15,4	21,8	29,2	14,1	100
Taxi / Location de voiture	8,1	23,4	29,2	23,7	15,6	100
Hébergement	20,1	18,7	22,3	27,5	11,4	100
Croisière	23,2	22,8	28,2	18,6	7,2	100
Artisanat traditionnel	25,8	21,8	28,9	14,9	8,6	100
Excursion en bateau	21,2	25,4	33,8	14,1	5,5	100
Excursions, tours	29,1	23,2	29,8	11,7	6,2	100
Excursion terrestre organisée	28,4	24,3	34,3	9,1	3,9	100
Excursion en pirogue	42,8	26,3	18,1	9,4	3,4	100
Plongée sous-marine autonome	28,9	30,5	29,6	7,2	3,8	100
Act. culturelles (musée, spectacle)	49,5	25,1	16,8	5,1	3,5	100
Randonnée pédestre ou à cheval	69,2	11,6	12,6	5,2	1,4	100
Trucks	68,5	22,2	6,3	2,2	0,8	100
Plongée avec tuba	81,6	10,0	5,5	1,4	1,5	100
Plage (propreté, beauté...)	69,2	13,4	15,0	0,9	1,5	100

Source : I.S.P.F - Enquête de satisfaction auprès des touristes internationaux 2002

La cherté de la vie en général demeure cependant le principal motif d'insatisfaction au cours du séjour pour 33,5 % des touristes qui déclarent au moins un motif (c'est-à-dire 57 % des touristes). Quelques petits motifs de mécontentement aussi pour ce qui concerne l'amabilité et l'accueil, la pollution ainsi que les embouteillages.

Ces désagréments, évoqués au moment du départ ne semblent pas perturber outre mesure nos touristes qui font en grande majorité un bilan très positif de leur séjour : 61,6 % d'entre eux ont assuré qu'ils reviendraient sûrement tandis que 27,3 % ont annoncé qu'ils referaient probablement à nouveau le voyage. Ils ne tiendront évidemment pas

Ce qui a particulièrement déplu aux touristes

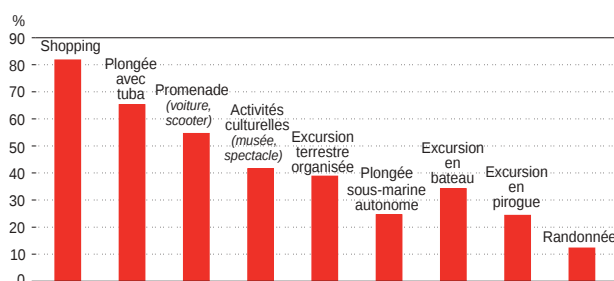


Source : I.S.P.F - Enquête de satisfaction auprès des touristes internationaux 2002

tous cette promesse, puisque en 2002, 74,5 % des touristes en Polynésie française en sont à leur premier voyage dans nos îles. Seuls nos voisins du Pacifique et les Français de métropole sont proportionnellement plus nombreux à être déjà venus en Polynésie. Ces passionnés de la Polynésie sont déjà venus pour 80 % d'entre eux entre 1 et 5 fois. Ils n'en demeurent pas moins qu'ils sont « si satisfaits » que plus de 91 % ont affirmé qu'ils recommanderaient cette destination à leur entourage.

S'il est évident que pour les Français, l'influence de la famille et des amis est très importante dans le choix de la destination (46 % des touristes), c'est aussi le cas pour 22 % des Américains. Le « bouche à oreille » est un facteur de motivation important pour plus de 20 % d'entre eux. Les sources d'informations qui, tous marchés confondus, semblent les plus importantes en terme de promotion de la Polynésie sont les agences de voyages pour 34 % des touristes (72,5 % des Japonais et 23 % des Français), les magazines et journaux pour 33 % (37,5 % des Américains, 40,5 % de Japonais et 24 % des Français) ainsi qu'Internet pour 28 % (35 % des Américains, 33 % des Japonais et 16 % des Français).

Touristes ayant pratiqué une activité au cours du séjour



Source : I.S.P.F - Enquête de satisfaction auprès des touristes internationaux 2002

Classement des sources d'informations dans le choix de la destination

Unité :	Très important %	Important %	Pas important %
Agence de voyage	34	5	61
Magazines / Journaux	33	6	61
Internet	28	8	64
Bouche à oreille	27	4	68
Autre	26	0	73
Amis / Famille sur place	25	3	72
Télévision	23	6	71
Support multimédia	7	6	86
Compagnie aérienne	5	9	86

Source : I.S.P.F - Enquête de satisfaction auprès des touristes internationaux 2002