



## Le sentiment des touristes sur la destination Polynésie française

**D**écouverte des paysages naturels et concrétisation d'un rêve sont les motivations principales des touristes venus visiter la Polynésie française <sup>1</sup>.

Une fois leur séjour terminé, leur jugement sur la qualité des différents produits touristiques offerts est globalement positif, à l'exception de celui donné sur le rapport qualité-prix, principal motif d'insatisfaction. Les jugements émis diffèrent selon le type de clientèle (origine, but de séjour...) et caractérisent les forces et les faiblesses du produit touristique polynésien.

### Un séjour long à préparer

L'éloignement de la Polynésie par rapport à ses principaux marchés touristiques ainsi que ses spécificités géographiques marquées (76 îles et atolls habités sur une surface grande comme l'Europe) compliquent la préparation du séjour. Au cours de l'année 2006, la Polynésie française a accueilli 221 549 touristes dont 18 % de croisiéristes. Ils sont originaires des États-Unis (33 %), de France (19 %), des autres pays européens (18 %), du Japon (10 %), de Nouvelle-Zélande et d'Australie (9 %).

La majorité des touristes (78 %) venus en Polynésie ont préparé leur voyage au moins un mois à l'avance. Ce temps de préparation varie selon les formes de tourisme. Les croisiéristes sont 90 % à préparer leurs voyages plus d'un mois avant le départ, alors qu'ils ne sont que 50 % dans le cadre des voyages d'affaires. Les « repeaters <sup>2</sup> » sont moins nombreux : 59 % contre 81 % pour les premiers séjours. Les touristes qui voyagent hors forfait aussi : 68 % contre 85 % pour les voyages au forfait. Selon le marché émetteur, la distance semble jouer un rôle essentiel dans la durée de préparation. Les touristes du Pacifique et d'Amérique latine sont moins nombreux (65 %) à préparer leur séjour un mois à l'avance que ceux des autres marchés.

#### Répartition des touristes par temps de préparation du séjour

Moins d'1 semaine	1 semaine à moins de 2 semaines	2 semaines à moins d'1 mois	1 mois à moins de 3 mois	3 mois et plus
Unité : %				
4	8	10	24	54

*Source : ISPF (Enquête de Satisfaction Touristique 2006)*

Cette longue préparation du séjour, la mauvaise connaissance de la destination, son éloignement, la faiblesse du réseau de vente directe de la compagnie locale (66 % des touristes transportés) à l'étranger incitent fortement les touristes à acheter leurs billets d'avion dans une agence de voyage (80 %).

#### Répartition des touristes par lieu d'achat du billet d'avion

Agence de voyage	Autre	Compagnie aérienne	Internet	Compagnie de croisière
Unité : %				
80	2	7	10	1

*Source : ISPF (Enquête de Satisfaction Touristique 2006)*

Les compagnies aériennes sont le lieu d'achat de 7 % des touristes (14 % des Français et 13 % des « repeaters ») alors qu'internet est choisi par 10 % de la clientèle (15 % de la clientèle non forfaitaire et 19 % de la clientèle d'Hawaiian Airlines).

Le fait de passer par une agence de voyage et la diversité des produits touristiques de la Polynésie poussent les touristes à consommer une offre de produits « clef en main ».

<sup>1</sup> : Une enquête de satisfaction auprès des touristes internationaux a été réalisée tout au long de l'année 2006. Son objectif est de connaître les motivations qui font venir les touristes en Polynésie française et de mesurer le degré de satisfaction une fois le séjour terminé.

<sup>2</sup> : Touriste qui est venu en Polynésie française au moins une fois dans les 24 mois précédents.

N° 4/2008

Directeur de la publication : Serge CONTOUR

Rédactrice en chef : Patricia ANNEVILLE

Auteur de la publication : Julien VUCHER-VISIN

Maquettage : Yrida DOMINGO  
Flashage : SCOOP  
Impression : STPmultipress

Vente et abonnements : 47 34 42

Prix du numéro :

En Polynésie française : 600 F.CFP  
Hors Polynésie française : 750 F.CFP

Dépôt légal : Mai 2008

ISSN 1247 - 7370  
©ISPF 2008

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

Ils sont 56 % en moyenne à privilégier les voyages au forfait qui intègrent diverses prestations (transport aérien local et international, hébergement, transfert, ...). Exceptés les Métropolitains (26 % de voyage au forfait), plus de 63 % des touristes optent pour ce type de produit (78 % des croisiéristes hors Métropole, et 59 % des touristes terrestres). Les touristes qui connaissent la Polynésie sont 29 %, ceux qui viennent dans le cadre d'un tourisme affinitaire 6 %. Les touristes venus en voyage de noces sont 85 % à privilégier les séjours en forfait.

## Des motivations environnementales

Lorsque l'on demande aux voyageurs quelles sont leurs principales motivations pour venir en Polynésie, ils sont 52 % à citer la beauté des paysages naturels (63 % des Japonais et 41 % des Français), 24 % la réalisation d'un rêve (25 % des Japonais et 15 % des Australiens et Néo-Zélandais) et 14 % le climat (38 % des Japonais et 10 % des Européens). Ces trois thèmes sont considérés comme importants ou très importants dans le choix de la destination par respectivement 78 %, 58 % et 58 % des touristes.

### Principales motivations pour venir en Polynésie

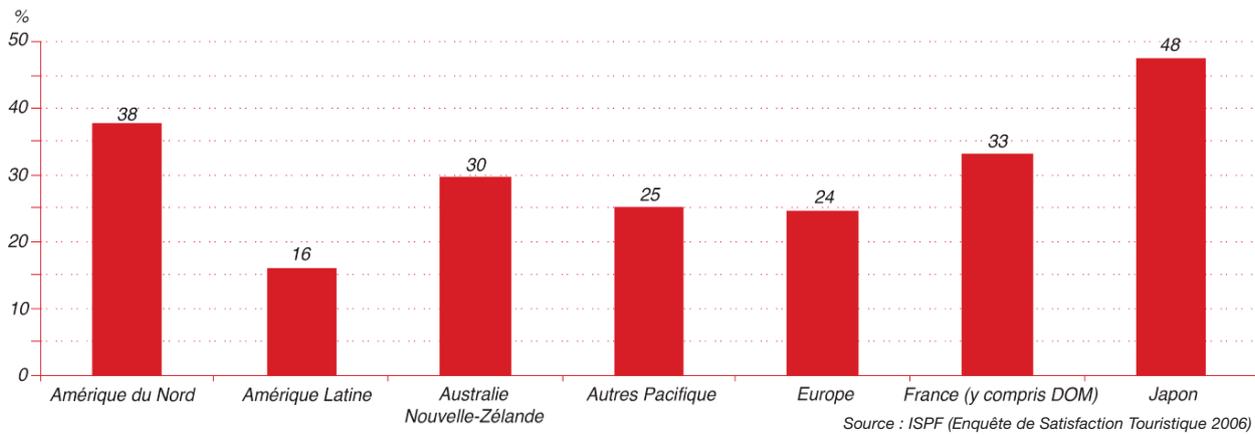
Unité : % de réponses

Paysages naturels	51,8	Culture polynésienne, patrimoine	3,2
Réaliser un rêve	23,8	Authenticité	2,7
Climat	14,3	Sentiment de sécurité	1,1
Destination unique	9,8	Langue française	0,5
Gentillesse des gens	5,4	Tarifs raisonnables	0,4
Plongée, sport nautique	4,8	Facilité des transports aériens	0,3

Source : ISPF (Enquête de Satisfaction Touristique 2006)

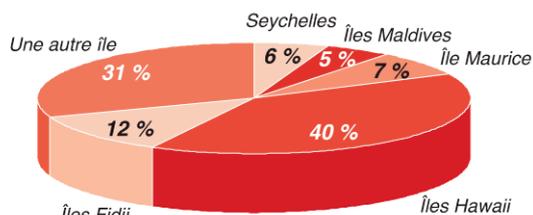
Le sentiment de satisfaction d'un visiteur est étroitement lié à ses facteurs de motivation, mais aussi à ses attentes, ses valeurs et ses expériences passées. Relativement à ce dernier point, les touristes qui viennent en Polynésie ont pour 34 % d'entre eux déjà séjourné dans une destination concurrente (Fidji, Seychelles, Maurice, Maldives, Hawaii, ...).

### Part des touristes ayant déjà visité une destination concurrente



Cette proportion est de 48 % pour les Japonais, 24 % pour les Européens (17 % des Espagnols et 20 % des Italiens) et de 43 % pour les « repeaters ».

### Classement des îles concurrentes visitées par les touristes

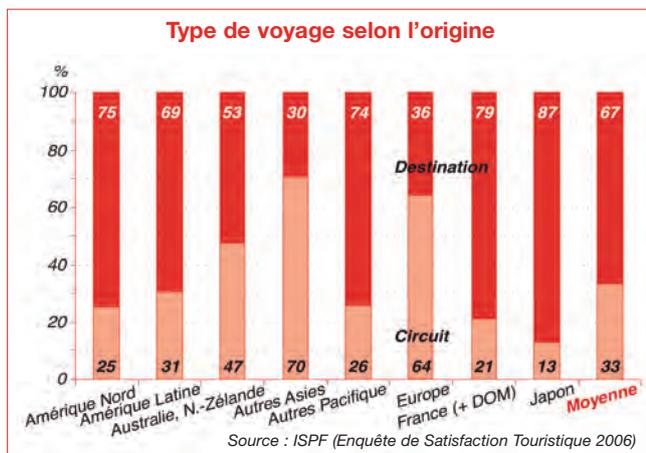


Parmi les destinations concurrentes, Hawaii est l'île la plus visitée (19 %) par les touristes venus en Polynésie. Ce taux s'explique par l'attrait des Américains pour cette destination (80 % des Américains qui ont visité une île concurrente).

Les Européens sont eux aussi amateurs d'Hawaii (30 % des Européens qui ont visité une île concurrente), puis de Fidji (28 %) et des îles Caraïbes (25 %).

Les Français (33 % déclarent avoir déjà visité une île concurrente) ont plutôt visité Maurice, les Seychelles, la Réunion et les Antilles françaises.

## Voyage de circuit ou de destination ?



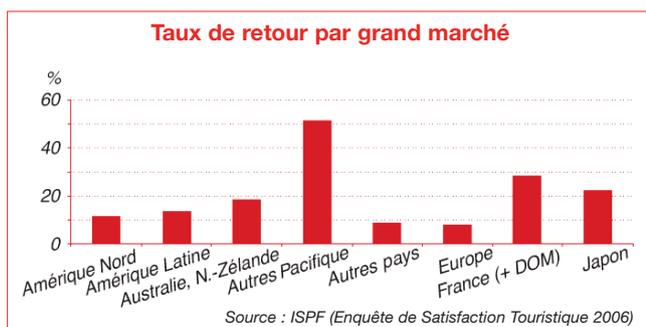
Si la distance et les coûts d'approche sont des éléments qui handicapent le développement touristique de la Polynésie française, la possibilité de visiter d'autres destinations pendant le même voyage est utilisée par 33 % des touristes.

Ce sont 64 % des Européens (hors France) et 47 % des Australiens et Néo-Zélandais qui privilégient ce type de voyage, alors qu'il n'a su séduire que 25 % des Américains, 21 % des Français et 12 % des Japonais.

Les « repeaters » sont proportionnellement plus nombreux à venir dans le cadre d'un voyage de destination (74 %) tout comme les voyageurs en forfait (70 %).

Les principaux pays visités par les touristes au cours de leur circuit sont l'Amérique du Nord, la Nouvelle-Zélande, l'Australie et les îles Cook.

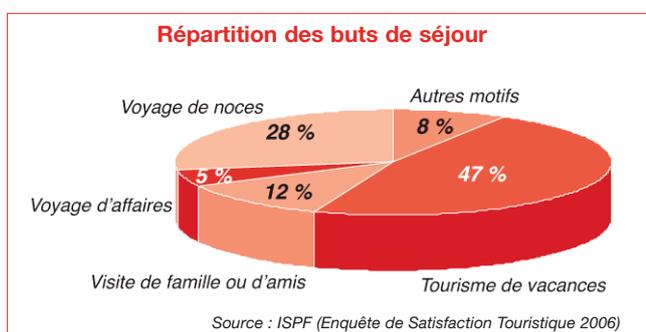
## Un taux de retour de 17 %



À l'issue de leur séjour, les touristes sont, pour 87 % d'entre eux, convaincus qu'ils reviendront un jour en Polynésie française. Cette proportion est plus grande chez ceux qui visitent la famille ou qui viennent pour affaires (95 % et 98 %).

En 2006, le taux de retour est de 17 % en moyenne. Il est plus important chez nos voisins du Pacifique sud (52 %) pour qui les liens culturels et commerciaux sont plus marqués et pour les Français de Métropole (29 %). A contrario, ce taux est très faible pour les touristes des autres pays européens (8 %).

## Objectif vacances...



Un peu moins de la moitié des touristes déclarent les vacances comme but principal de leur séjour. Cela concerne 60 % des Américains, des Australiens et des Néo-Zélandais, alors qu'ils ne sont 29 % des Français et 31 % des Japonais.

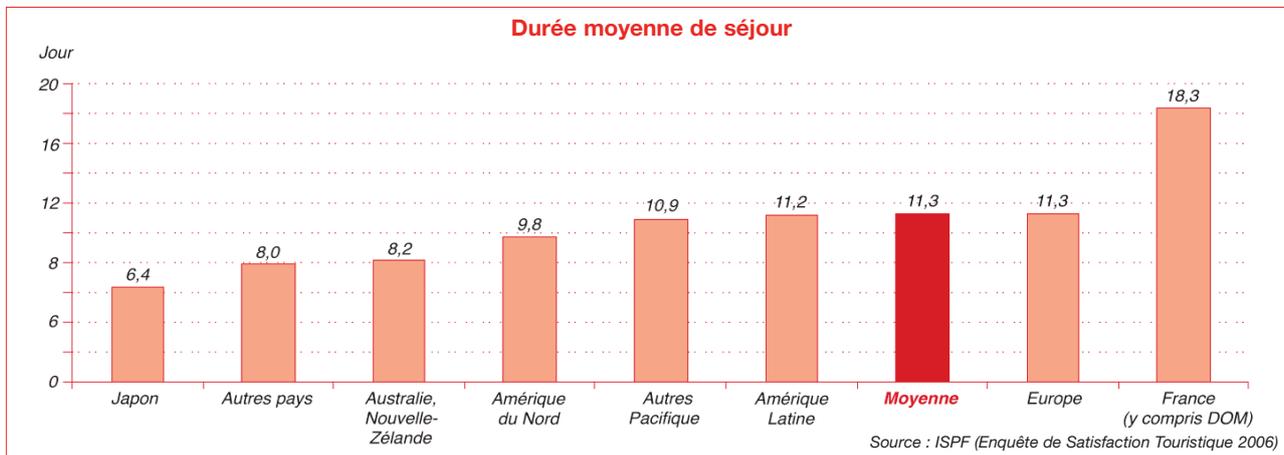
Le motif « vacances » peut cacher d'autres buts secondaires, mais ils sont 56 % à ne pas en déclarer, 15 % à vouloir découvrir un nouveau pays et 7 % à rechercher le calme et le repos. La Polynésie possède donc aux yeux des touristes une image de destination « vacances ».

Le voyage de noces est l'autre grand segment de la clientèle : il regroupe 28 % des touristes. Ce sont principalement des Japonais (63 % d'entre eux) et des Européens (38 %, dont 66 % des Italiens et 52 % des Espagnols). Seuls 13 % des Australiens et Néo-Zélandais viennent dans ce cadre. Ce motif de séjour concerne aussi 31,5 % des touristes qui viennent pour la première fois en Polynésie française.

Le tourisme affinitaire, ou visite de famille, représente 12 % des buts de séjour. Il est pratiqué par 33 % des Français ; il représente le but majoritaire chez nos voisins du Pacifique Sud et 32 % chez les « repeaters ».

## Une durée moyenne de 11 jours

La durée moyenne de séjour en Polynésie française est relativement longue, en raison de l'éloignement des grands marchés et de son étendue géographique. Cette durée de séjour varie fortement entre les marchés touristiques, les buts de séjours, les « repeaters » et non « repeaters », les forfaitaires et non forfaitaires, les croisiéristes et les touristes terrestres. Tous marchés confondus, la durée de séjour est de 11,3 jours. Elle varie de 6,4 jours pour les Japonais à 18,3 jours pour les Français.

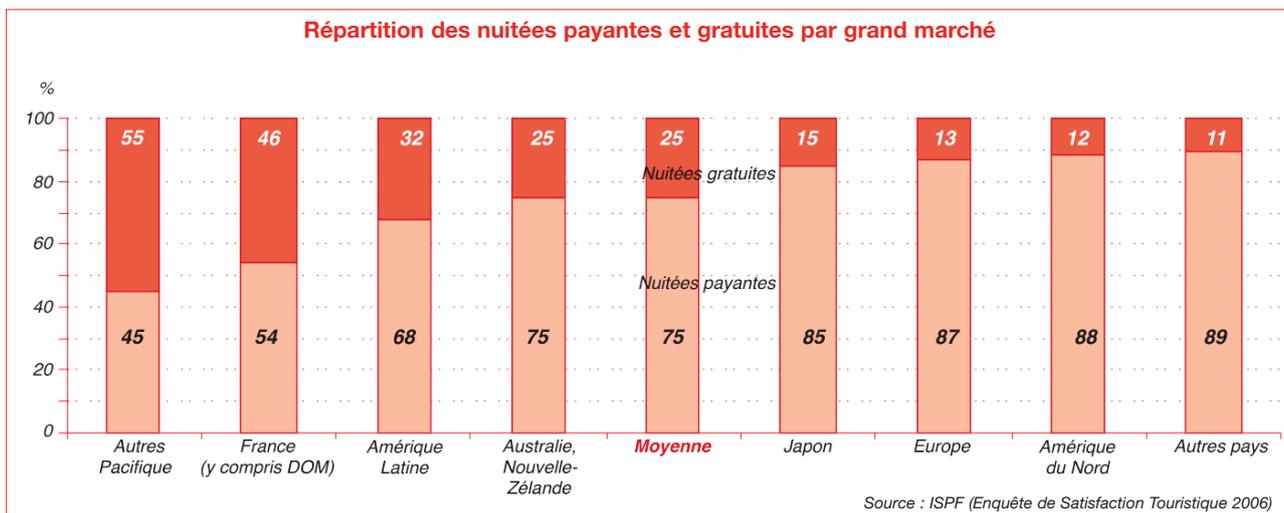


Les touristes qui viennent pour affaires (5 % des touristes) et les touristes affinitaires sont ceux qui ont la durée de séjour la plus longue (19 jours). Les voyages de noces sont ceux qui restent le moins longtemps (9 jours).

Les premiers séjours durent en moyenne 10,5 jours alors que les « repeaters », qui pratiquent davantage la visite des archipels éloignés, allongent leur durée de séjour à 14 jours.

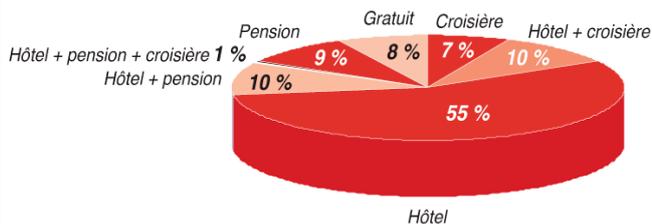
Les touristes de destination avec une durée moyenne de 12,5 jours restent 3 jours de plus que les touristes de circuit, les voyageurs sans forfait (13,5 jours) 4 jours de plus que les forfaitaires.

La durée de croisière est assez longue en Polynésie et permet aux croisiéristes (17,5 % des touristes) d'avoir une durée de séjour de 13,5 jours, soit 3 jours de plus que celle des touristes terrestres.



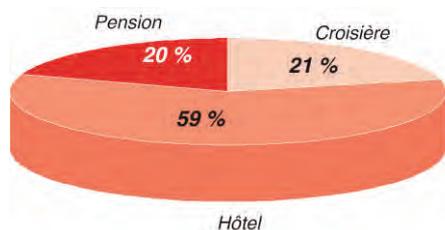
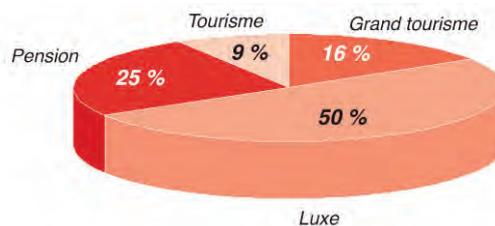
La durée moyenne de séjour peut avoir deux composantes avec des nuitées passées en hébergement payant et des nuitées « gratuites ». Les nuitées en hébergement payant correspondent à 75 % de la durée de séjour et 92 % des touristes. Globalement, un touriste passe donc 3 nuits sur 4 en nuitées payantes (croisière, hôtels, pensions...). Plus de 9 nuitées sur 10 sont payantes pour les touristes qui annoncent les vacances ou le voyage de noces comme buts de séjour, et seulement 1 nuit sur 5 pour les touristes affinitaires.

Parmi les touristes qui ne séjournent pas dans les structures d'hébergement payant, 75 % déclarent venir en Polynésie pour rendre visite à la famille ou des amis. Ce sont principalement des Français (49 % du total), car ils sont 20 % à loger gratuitement pendant leur séjour. Les « repeaters » sont aussi relativement moins nombreux à passer au moins une nuit en hébergement payant (73 %) tout comme les non forfaitaires (83 %).

**Répartition des touristes par lieu d'hébergement**


Source : ISPF (Enquête de Satisfaction Touristique 2006)

Une partie de la clientèle touristique mixe plusieurs types d'hébergement pendant son séjour : 56 % des croisiéristes passent au moins une nuit à l'hôtel, 23 % des clients terrestres mélangent de l'hôtellerie classée et de la pension et 10 % d'entre eux ne consomment que de la pension. Parmi les touristes non forfaitaires terrestres et français, ils sont 20 % à ne consommer que de la pension. Les 204 000 touristes ayant passé au moins une nuitée payante pendant leur séjour représentent 1 843 000 nuitées consommées, soit une durée moyenne de 9 jours.

**Répartition des nuitées payantes par type d'hébergement**

**Répartition des nuitées hôtelières par classe d'hébergement**


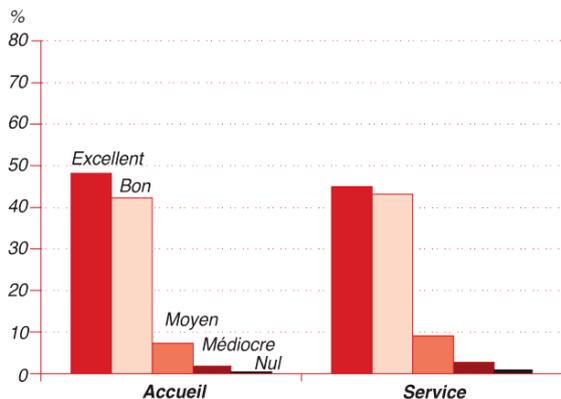
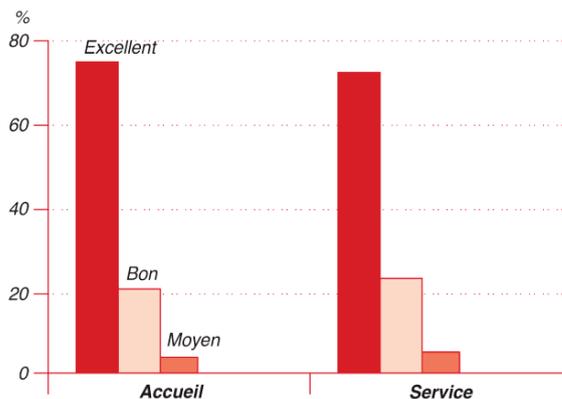
Source : ISPF (Enquête de Satisfaction Touristique 2006)

Les croisiéristes représentent 19 % des touristes payants et 21 % des nuitées payantes. Ils ont consommé 6 % des nuitées vendues par les hôtels au cours de l'année 2006 et 4 % des nuitées comptabilisées dans les pensions.

Les hôtels classés « luxe » représentent 50 % des nuitées terrestres consommées par les touristes et les pensions 25 %. Les Japonais passent 3 nuits sur 4 dans un hôtel classé « luxe », contre 1 nuit sur 4 pour les Français. Ces derniers sont en revanche majoritaires dans les pensions avec 51 % des nuitées ; les Français et autres touristes européens représentent 75 % des nuitées en pension de famille.

**Un hébergement apprécié**

Les touristes sont généralement satisfaits de l'hébergement en Polynésie française mais cette appréciation globale masque des jugements contrastés selon que l'on distingue l'accueil, le service, le coût du produit et la nature de l'hébergement (terrestre ou croisière).

**Sentiment sur le service et l'accueil**
**de l'hébergement terrestre**

**de la croisière**


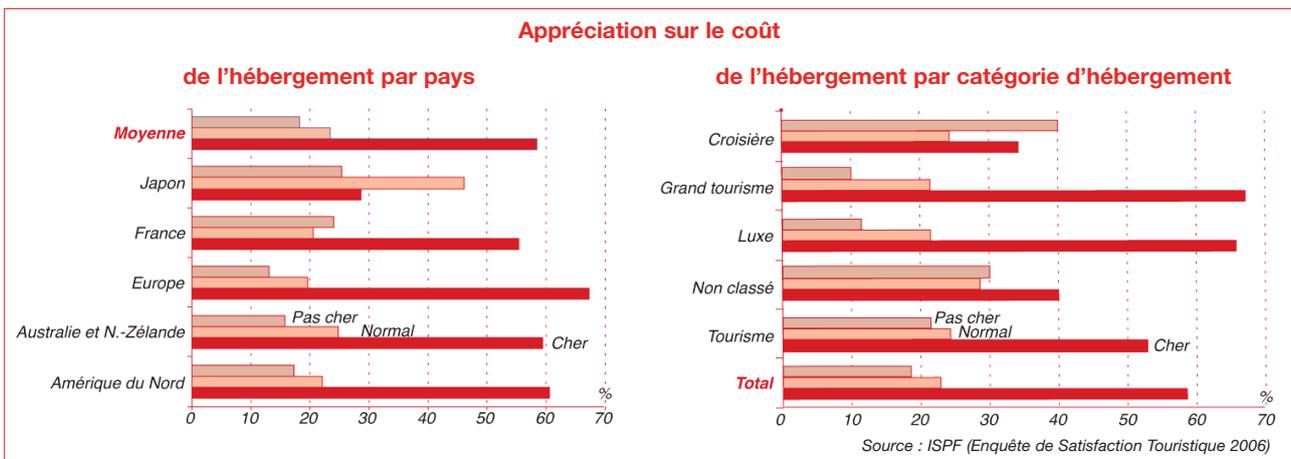
Source : ISPF (Enquête de Satisfaction Touristique 2006)

La satisfaction est certaine pour l'accueil et le service d'hébergement terrestre, qualifiés d'excellents par 48 % et 45 % des touristes, respectivement. Mais elle est encore plus incontestable pour le produit croisière, qualifié d'excellent à plus de 70 %. Le jugement des croisiéristes qui ont consommé de l'hébergement terrestre est très sévère, avec un taux d'excellence de seulement 35 % pour l'accueil et le service.

La catégorie des hôtels de « luxe » a le meilleur taux de satisfaction (50 % de taux d'excellence pour l'accueil et 47 % pour le service), alors que les hôtels de la gamme « tourisme » ont les taux les plus faibles (38 % et 33 %). Les pensions devancent la gamme « tourisme » avec un taux d'excellence de 43 % pour l'accueil et 40 % pour le service.

Par marché, les Allemands, les Suisses et les Espagnols ont le plus faible taux d'excellence pour l'accueil et le service (entre 30 et 35 %) alors que les Canadiens et les Néo-Zélandais sont plus satisfaits que la moyenne.

Ces résultats traduisent un sentiment mitigé sur le coût du produit. La majorité des touristes (58 %) estiment que le prix est trop élevé au regard de la prestation. Ainsi, les « repeaters » sont moins nombreux (43 % contre 60 %) à trouver l'hébergement trop cher alors que le taux est identique pour les touristes ayant déjà visité une autre île concurrente et les autres.



Par marché, les Sud-Américains et les Européens portent le jugement le plus négatif sur les prix, alors qu'une grande partie des Japonais le juge normal (46 %).

Par type d'hébergement, le produit croisière est jugé abordable par 40 % des croisiéristes, alors que pour l'hébergement terrestre la cherté est dominante dans les appréciations, même pour les pensions qui sont jugées chères par 41 % des touristes.

## Tahiti, l'incontournable

Tahiti est l'île la plus visitée en 2006 ; 93 % des touristes l'ont visité. De fait, l'implantation de l'aéroport international rend cette destination incontournable. Facilement accessible, Moorea reçoit la visite de deux tiers des touristes (78 % des Français, 74 % des Nord-Américains et seulement 24 % des Japonais). L'île de Bora-Bora a su séduire 56 % des touristes. Elle est surtout appréciée des Italiens et des Japonais (respectivement 72 % et 70 % des touristes de ces deux pays) alors que 75 % des Néo-Zélandais, 62 % des Anglais, 55 % des Français la négligent.

Unité :	Touristes	Croisiéristes
	nombre	%
Tahiti	206 357	18
Moorea	143 303	25
Bora-Bora	124 215	29
Raiatea	44 235	74
Tahaa	38 569	69
Huahine	37 884	57
Rangiroa	24 676	34
Îles Marquises	12 848	79
Autres Îles Tuamotu-Gambier	12 226	17
Maupiti	4 826	7
Îles Australes	1 153	0

Source : ISPF (Enquête de Satisfaction Touristique 2006)

Raiatea continue de bénéficier de son statut d'escale pour les bateaux de croisière et demeure la quatrième île la plus visitée de Polynésie française (20 % des touristes). Ces touristes sont pour les trois quarts d'entre eux des croisiéristes et donc majoritairement Nord-Américains (55 % des touristes de l'île).

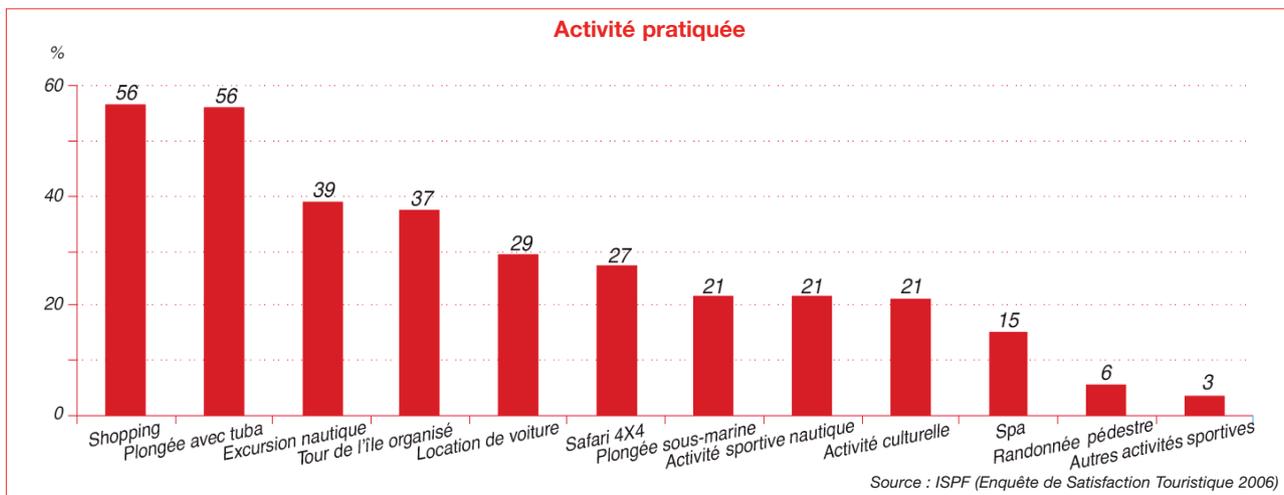
Tahaa et Huahine, que 17 % des touristes déclarent avoir visitées, sont surtout appréciées des croisiéristes (69 et 57 % des touristes).

Toutes regroupées, les îles Tuamotu-Gambier (y compris Rangiroa) attirent 16 % des touristes (33 % de Français, 28 % de Nord-Américains). Près d'un Italien sur deux (46 %) et 28 % des Français déclarent avoir visité ces îles.

L'archipel des Marquises, sous l'impulsion des bateaux de croisière, capte 6 % des touristes dont 55 % sont des Nord-Américains, 16 % des Français et 21 % des autres Européens.

## Vive le shopping !

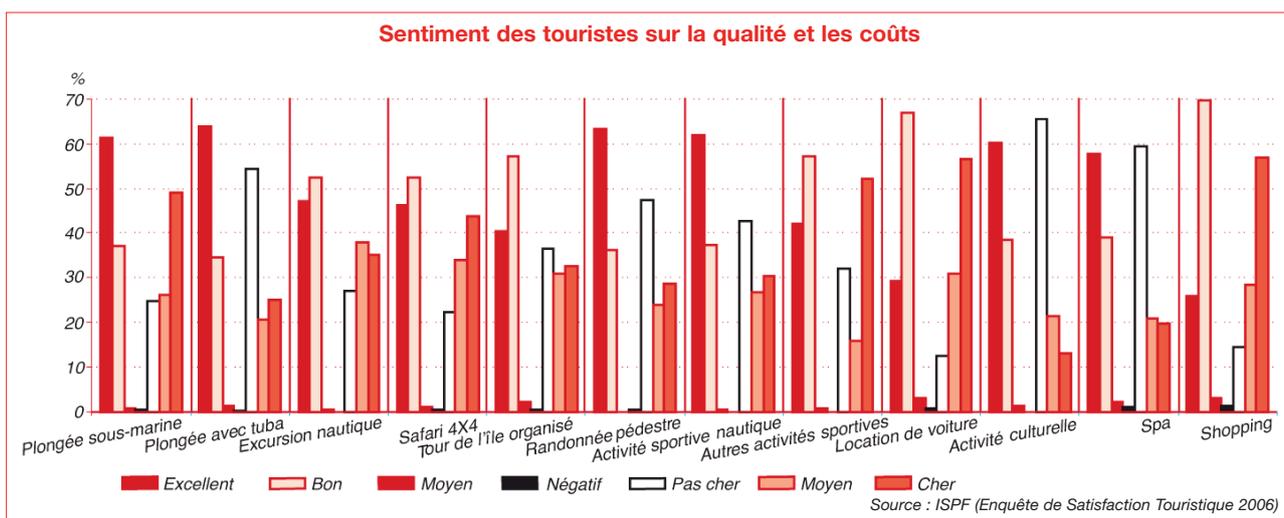
Les activités préférées des touristes sont le shopping et la plongée avec tuba alors que le spa et les randonnées terrestres (15 % et 6 %) sont les moins pratiquées.



Ces deux dernières activités sont cependant relativement pratiquées par les Japonais (22 % pour le spa) et par les Français (14 % pour la randonnée). Les activités culturelles ont su séduire 21 % des touristes (30 % des Américains du Nord et 3 % des Japonais) tout comme la plongée sous-marine (25 % des Européens et 13 % des Australiens et Néo-Zélandais).

## Attention au rapport qualité-prix

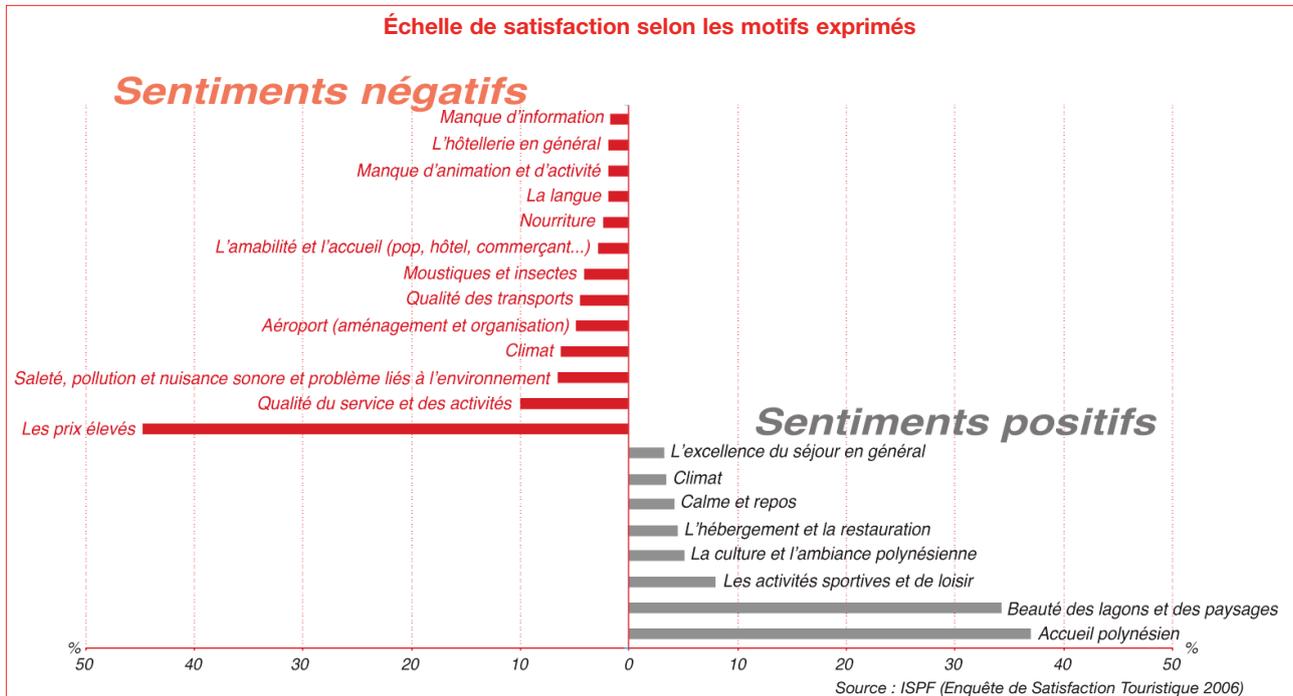
La clientèle est globalement très satisfaite du niveau de qualité des produits et services proposés. Toutes les activités ayant un lien avec la mer recueillent quasiment 100 % d'opinions positives (prestation bonne ou excellente). Les activités culturelles ont le plus fort taux d'excellence (60 %) contrairement à la location de voiture et au shopping (29 % et 26 %). Les Japonais sont seulement 49 % et 38 % à juger positivement le shopping (13 % le jugent médiocre) et le spa mais ils trouvent l'activité randonnée exceptionnelle.



L'appréciation des touristes sur les coûts est plus mitigée suivant l'activité jugée. Le shopping est jugé cher par 57 % de nos visiteurs (61 % des Européens (hors France) et 59 % des Nord-Américains). Les locations de moyen de transport affichent aussi des prix trop élevés pour 57 % de nos visiteurs (65 % des Européens et 46 % des Japonais). Les activités qui ont l'image la moins onéreuse sont les activités culturelles, le spa et la plongée avec tuba.

La différence de jugement des touristes entre les prix et la qualité montre un décalage important entre les prestations et les prix pratiqués. Les activités qui bénéficient du plus fort taux d'excellence sur leur niveau de qualité sont celles qui bénéficient de la meilleure image en termes de prix.

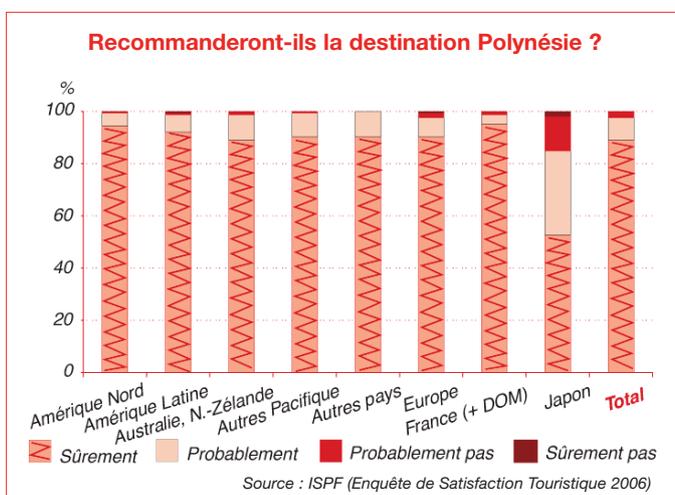
## Des touristes globalement satisfaits



Parmi les personnes interrogées, 88 % citent au moins un élément de satisfaction à l'issue du séjour. L'accueil et la beauté des paysages (terrestres et maritimes) sont nommés spontanément par 37 % et 34 % des touristes. L'accueil recueille 53 % et 48 % des réponses positives des touristes affinitaires et d'affaires, 41 % de celles des « repeaters » et 42 % des non forfaitaires, alors que la beauté des paysages est le point fort de la destination pour 41 % des touristes de vacances, 35 % des « voyage de nocés » et 39 % des forfaitaires. Pour ces deux derniers motifs de séjour, les activités sportives et nautiques ont été plébiscitées par 9 % et 15 % des effectifs.

Du côté des motifs d'insatisfaction (70 % des touristes en déclarent au moins un), les prix élevés (45 % des réponses citées) apparaissent comme le point noir du tourisme polynésien, même si plus que les prix, c'est le rapport qualité-prix qui pose problème. Ce motif est cité par 39 % des « repeaters » qui savaient pourtant déjà à quoi s'attendre et « seulement » 33 % des touristes d'affaires. Deux autres thèmes d'insatisfaction doivent attirer l'attention : la qualité du service et des activités (10 % des réponses) et la pollution et les nuisances faites à l'environnement (7 % des touristes). Ces thèmes affectent relativement plus les « repeaters » (11 % des réponses) qui comparent l'évolution de l'environnement entre leurs différents séjours.

Les différents motifs d'insatisfactions ne semblent pas laisser de trop mauvais souvenirs aux touristes puisque 88 % d'entre eux déclarent que le séjour a totalement répondu à leurs attentes (65 % des Japonais et 95 % des Français).



Ils sont même 60 % à déclarer qu'ils reviendront sûrement en Polynésie française (47 % des Japonais) et 89 % à recommander la destination à leur entourage (53 % des Japonais et 95 % des Français). Cette envie de parler positivement du séjour polynésien favorise le développement du tourisme car le « bouche à oreille » reste un élément important dans la venue des touristes pour 32 % (35 % pour les « voyage de nocés » et les touristes ayant déjà visité une destination concurrente).

Le rôle de l'agence de voyage demeure cependant primordial pour 75 % des visiteurs (82 % des Européens, 59 % des « repeaters » et 61 % des non forfaitaires).

Internet intervient directement dans la venue en Polynésie de 49 % des touristes (58 % des Japonais et 63 % des « voyage de nocés »).