

Destination Polynésie française : impression des touristes internationaux

En 2004, la Polynésie française a reçu la visite de 211 893 touristes* internationaux qui préparent leur voyage avec minutie qu'ils soient déjà venus ou non dans nos îles. Ils arrivent essentiellement d'Amérique du Nord (37,4 %) et de France (21,3 %) mais aussi des autres pays européens en forte progression (+9,4 %). Bien qu'un peu inférieur en nombre par rapport à 2003 (-0,4 %), nos touristes semblent se trouver bien en Polynésie puisque la durée moyenne de leur séjour est stable à 12,8 jours.

La beauté des paysages et le sentiment de concrétiser un rêve sont les motivations principales de nos visiteurs qui, à l'issue de leur séjour, se déclarent à 92 % enchantés de leurs vacances polynésiennes. Qu'il soit question d'hébergement, de restauration ou des activités pratiquées, leur réaction est globalement positive, le principal grief demeurant la cherté de la vie en général. Toutefois, malgré ce haut degré de satisfaction exprimée, le taux de retour de nos touristes est encore peu élevé à 18,5 %.

Des préparatifs de longue haleine

L'isolement de la Polynésie par rapport à ses marchés touristiques ainsi que ses spécificités géographiques marquées (76 îles et atolls habités sur une surface grande comme l'Europe) laissent peu de marge à l'improvisation pour la conception et la préparation du séjour. Les vacances en Polynésie ne se décident pas sur un coup de tête et la préparation du voyage prend du temps : 73 % de nos visiteurs préparent leur séjour au moins un mois à l'avance.

Répartition des touristes par temps de préparation du séjour

Moins d'une 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 : 12,2	5,0	9,8	27,4	% 45,6

Source : ISPF - Enquête de Satisfaction Touristique 2004

Pour 77,5 % de nos visiteurs, l'achat du billet d'avion se fait dans une agence de voyage (92 % des Japonais et 67 % des Français). Les compagnies aériennes sont le lieu d'achat privilégié de 12,5 % des touristes (25 % des Français) ; Internet est utilisé par 7 % du public (56 % sont Américains).

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

Agence de voyage	Compagnie aérienne	Internet	Compagnie de croisière	Autres
Unité : 77,5	12,5	6,7	2,1	% 1,3

Source : ISPF - Enquête de Satisfaction Touristique 2004

Les principales motivations des touristes pour venir en Polynésie française sont toujours la beauté des paysages naturels pour 37 % des réponses (59 % des Japonais et 31 % des Français) et la réalisation d'un rêve pour 21 % (25 % des Japonais et 14 % des Australiens et Néo-Zélandais). Ces deux thèmes sont considérés comme importants ou très importants dans le choix de la destination respectivement pour 63 % et 43 % des touristes.

Principaux facteurs de motivation ayant décidé la venue en Polynésie

Unité :	%	%	
Paysages naturels	37,3	Gentillesse des gens	4,6
Réaliser un rêve	20,9	Culture polynésienne, patrimoine	4,3
Climat	18,9	Sentiment de sécurité	2,0
Amis-famille	10,3	Langue française	0,7
Plongée, sport nautique	5,9	Facilité des transports aériens	0,6
Authenticité	5,1	Tarifs raisonnables	0,6

Source : ISPF - Enquête de Satisfaction Touristique 2004

* : une enquête de satisfaction auprès des touristes internationaux a été réalisée tout au long de l'année 2004 afin de préciser les motivations qui président au 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° 4/2005

Directeur de la publication : Serge CONTOUR
 Rédactrice en chef : Patricia ANNEVILLE
 Auteurs 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 : Octobre 2005
 ISSN 1247 - 7370
 ©ISPF 2005
 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



Durée de séjour stable

La Polynésie, épargnée par le recul mondial du tourisme en 2003 (+12,6 % de fréquentation touristique alors que la zone Océanie enregistrerait une diminution de 1 %), n'a pas confirmé en 2004 et connaît un léger repli de 0,4 %, pour atteindre les 211 893 touristes, soit 873 voyageurs de moins qu'en 2003.

Durée moyenne de séjour par marché

Unité :	Touristes		Nuitées touristiques		Durée de séjour			
	2004	Variation 2003/2004	2004	Variation 2003/2004	Moyenne générale		Hébergement payant	
					2004	Variation 2003/2004	2004	Variation 2003/2004
	nombre	%	nombre	%	jours	%	jours	%
Amérique du Nord	79 329	-2,2	816 054	-0,1	10,3	2,1	9,0	1,5
Amérique latine	6 527	3,7	65 581	-11,8	10,0	-14,9	8,2	3,5
France	45 069	-6,5	1 022 962	0,2	22,7	7,2	11,8	6,1
Autres Europe	34 676	9,4	377 179	-3,4	10,9	-11,8	9,6	-2,9
Australie et Nouvelle-Zélande	15 408	13,2	145 611	8,0	9,5	-4,6	7,5	5,0
Japon	23 630	3,3	153 245	-6,4	6,5	-9,3	5,8	-0,3
Autres pays	7 254	-19,8	132 253	4,3	18,2	29,9	10,2	50,3
Ensemble	211 893	-0,4	2 712 885	-0,5	12,8	-0,1	9,1	2,4

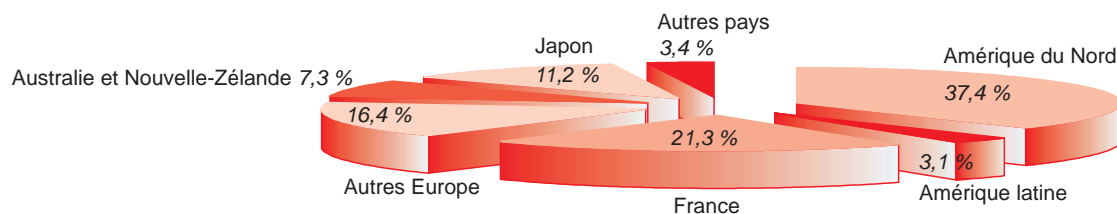
Source : ISPF - Enquête de Satisfaction Touristique 2004

Le marché nord-américain (USA, Canada et Hawaii) et la France qui constituent plus de 55 % de nos touristes sont les deux marchés ayant connu le plus de difficultés en 2004. L'Amérique du Nord recule de 2,2 % (-1 476 touristes), baisse due en grande partie à celle du tourisme de croisière (-4 109 passagers entre 2004 et 2003). Le marché français diminue de 6,5 % (-3 108 voyageurs), son plus mauvais score en Polynésie depuis 10 ans. La Polynésie n'a pas réussi à confirmer la croissance observée sur ce marché en 2003 et retrouve la tendance observée depuis 1999. Les bons résultats du marché européen qui avec 34 676 touristes (+9,4 % soit 2 989 touristes supplémentaires) réalise son meilleur chiffre en Polynésie, permettent à la zone Euro de devenir le premier marché touristique. Le marché italien qui dépasse les 10 270 personnes (+11,7 %) et le marché anglais qui atteint 8 000 visiteurs (+11,5 %) sont à l'origine de cette croissance.

Le marché japonais a retrouvé son niveau record de 2002, 23 630 touristes ont ainsi débarqué en Polynésie française, avec toutefois, deux périodes bien distinctes. Les 8 premiers mois de l'année ont vu un record d'affluence poursuivant la tendance amorcée au quatrième trimestre 2003 et laissant présager une fréquentation globale annuelle dépassant les 25 000 visiteurs. Malheureusement, le dernier trimestre montre une inversion de tendance avec les plus faibles effectifs depuis 2001.

Le retour dans nos îles des Australiens et des Néo-Zélandais se confirme avec plus de 15 400 touristes, en hausse de 13,2 % (+1 796 touristes) et ce, principalement grâce au marché néo-zélandais qui bénéficie de campagnes de promotions importantes sur le transport aérien par Air New Zealand. Le renouveau de l'intérêt porté par ces marchés historiques à la Polynésie française (près de 20 000 touristes en 1997) laisse espérer une croissance forte dans le futur avec le développement des liaisons aériennes sur la région.

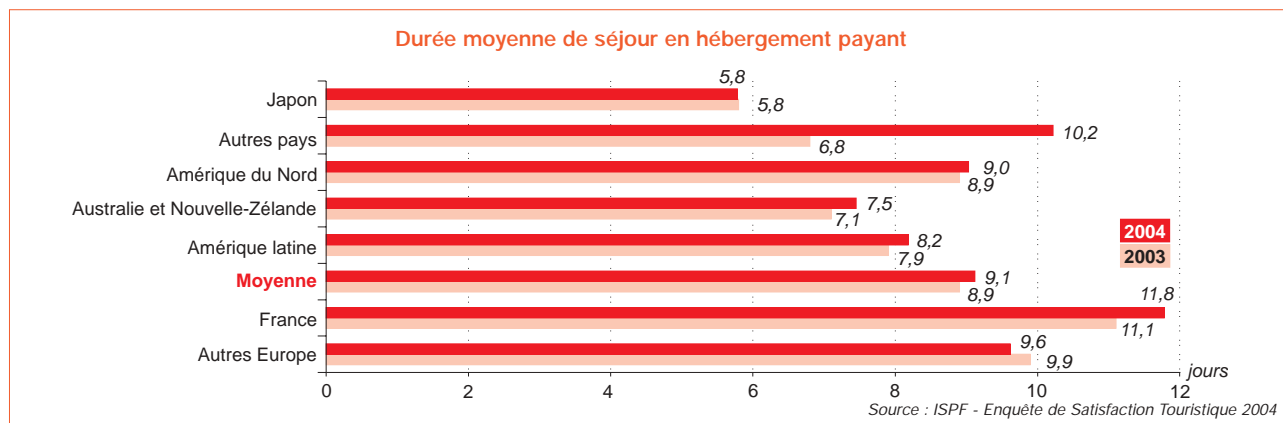
Répartition des touristes par marché en 2004



Source : ISPF - Enquête de Satisfaction Touristique 2004

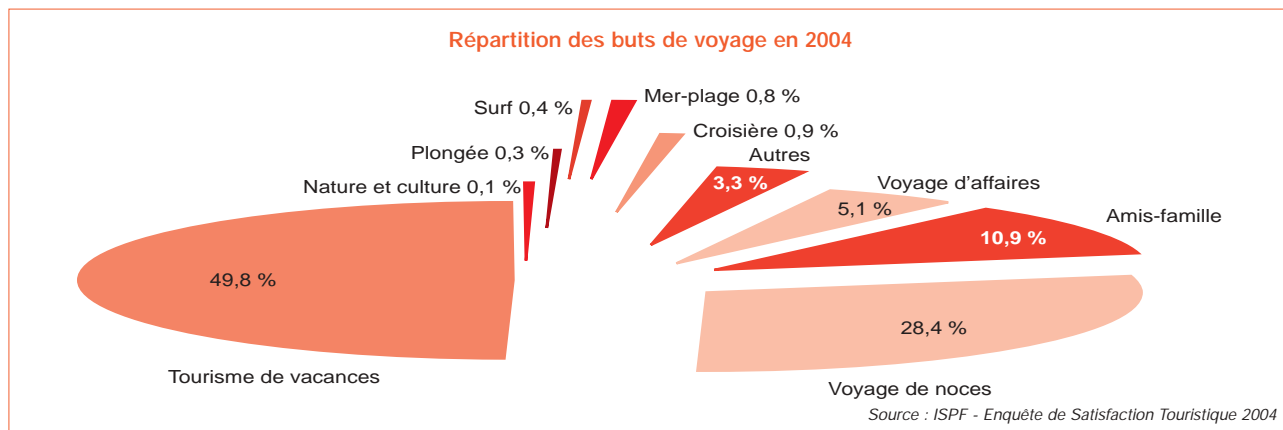
Toute provenance confondue, la durée moyenne de séjour en 2004 est restée inchangée par rapport à 2003 pour s'établir à 12,8 jours. Si l'on exclut les touristes Français qui restent en moyenne 22,7 jours, cet indicateur atteint 10,1 jours contre 10,7 jours en 2003. Cette baisse est liée principalement au fort recul (-1,4 jour en moyenne) enregistré sur les pays européens non compensé par les légères hausses constatées sur les autres marchés.

L'analyse de la durée moyenne montre de très fortes disparités entre les différents pays (un Français reste 3 fois plus longtemps qu'un Japonais par exemple). Cette différence tend à s'estomper en hébergement payant (9,1 jours en moyenne tous pays confondus).



Les Français sont encore ceux qui séjournent le plus longtemps (11,8 jours en moyenne contre 11,1 jours en 2003) suivis des autres pays (10,2 jours) et des autres européens (9,6 jours).

En 2004, 91,6 % des touristes ayant visité la Polynésie ont passé au moins une nuit en hébergement payant (contre 89,2 % en 2003). Ces touristes sont restés moins longtemps (11,1 jours) que ceux qui ne séjournent pas dans une structure payante (9,4 % des touristes avec une durée moyenne de 23,2 jours).



Tahiti l'incontournable

Tahiti est l'île la plus visitée en 2004 (91,4 % des touristes) car l'implantation de l'aéroport international rend cette destination incontournable. Facilement accessible, Moorea reçoit la visite de deux tiers des touristes (70 % des Français, 76 % des Nord-Américains et seulement 26 % des Japonais).

L'île de Bora-Bora capte 58 % des touristes. Elle est surtout appréciée des Italiens, des Suisses et des Japonais (respectivement 81 %, 84 % et 67 % des touristes de ces pays) alors que plus de 67,5 % des Anglais, 54 % des Français et 34 % des Américains la négligent. Raiatea, l'île sacrée, bénéficie toujours de son statut d'escale pour les bateaux de croisière, devenant ainsi la quatrième île la plus visitée de Polynésie française (26 % des touristes). Ces touristes sont pour les trois quarts d'entre eux des croisiéristes et sont donc majoritairement Nord-Américains (60 % des touristes de l'île).

Huahine, visitée par 24 % des touristes, est surtout appréciée des croisiéristes (57 % des touristes) et donc des Nord-Américains (50 % des touristes tout motif confondu). Les Européens qui représentent 40 % de la clientèle de l'île sont eux majoritairement des touristes terrestres (80 %) où les Français sont les plus nombreux (62 % des touristes européens et 29 % des touristes français). Près de 42 % des Suisses, soit 7 % des autres européens, visitent aussi Huahine.

Toutes regroupées, les îles Tuamotu-Gambier (y compris Rangiroa) attirent 16,5 % des touristes (36 % de Français, 29 % de Nord-Américains et 24 % d'autres européens). Plus de 51 % des clients de ces îles sont des « honey mooners ». L'archipel des Marquises, sous l'impulsion des bateaux de croisière (66 % des touristes), capte 5 % des touristes (52 % de Nord-Américains, 24 % de Français et 11 % autres européens). Celui des Australes reste à la traîne du développement touristique n'ayant su séduire en 2004 que 0,6 % des touristes, Européens pour les trois-quarts.

Répartition des touristes par île visitée en 2004

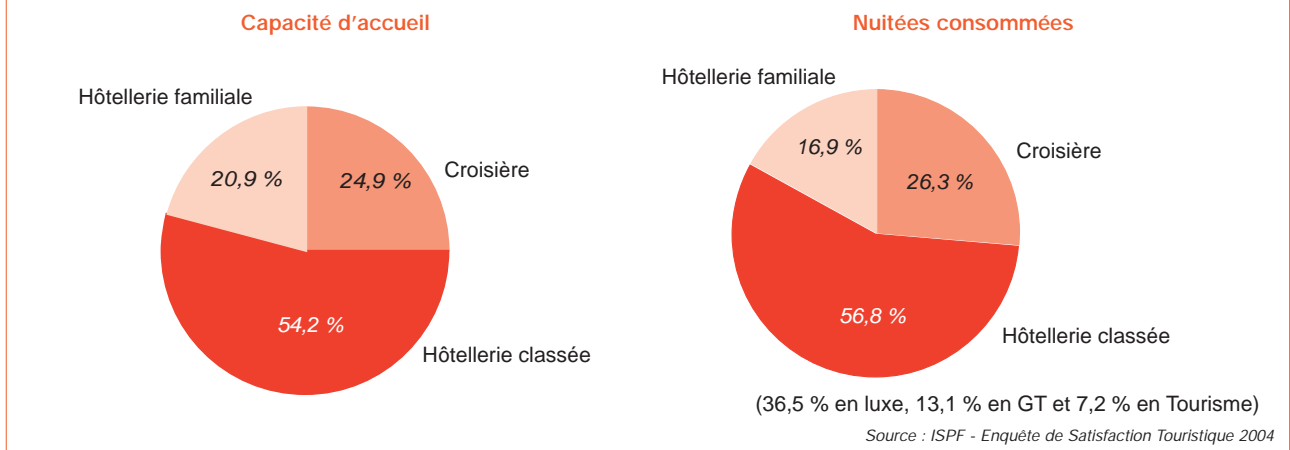
Îles visitées	Touristes	Croisiéristes	Durée moyenne payante terrestre	
			Unité :	jours
	nombre	%		
Tahiti	193 753	23		3,0
Moorea	138 291	31		4,1
Bora-Bora	123 104	36		4,0
Huahine	51 258	57		3,4
Raiatea	55 993	74		3,2
Tahaa	39 663	67		3,6
Rangiroa	21 856	37		3,4
Autres Îles Tuamotu-Gambier	12 694	16		3,6
Tetiaroa	1 624	11		4,1
Îles Marquises	11 204	66		5,7
Maupiti	4 188	6		4,1
Îles Australes	1 196	0		3,1

Source : ISPF - Enquête de Satisfaction Touristique 2004

Hébergement : jugement globalement positif

L'hébergement se décompose en trois segments en Polynésie française avec des bateaux de croisière (1 529 cabines pour 7 bateaux), des hôtels classés (3 326 chambres pour 49 établissements) et de l'hôtellerie familiale (1 280 chambres pour 259 enseignes), pour un total de 6 135 chambres et cabines.

Répartition par type d'hébergement



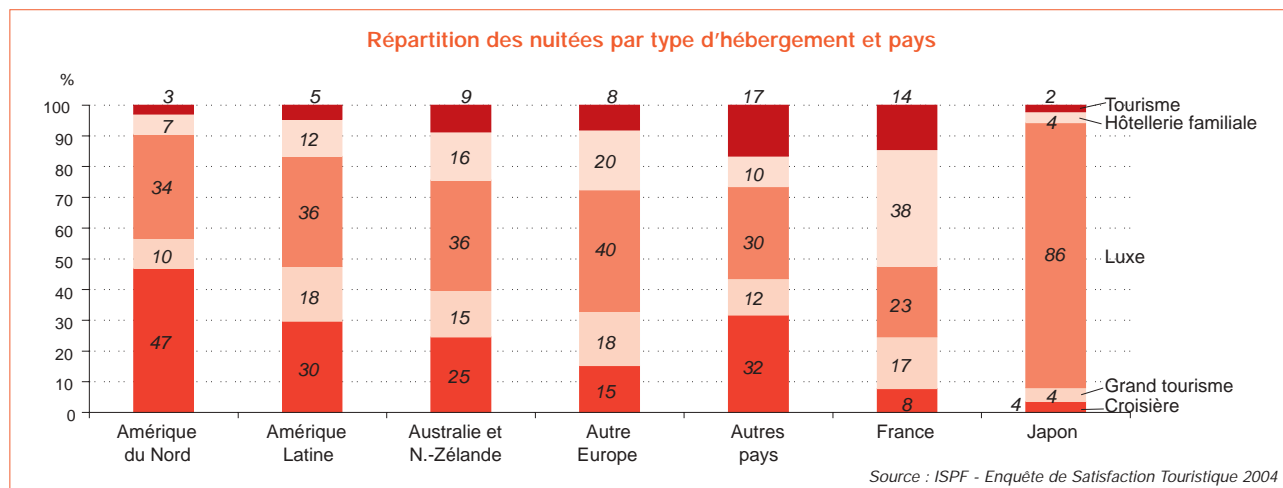
La consommation de l'hébergement touristique suit la répartition de l'offre en hébergement, avec une majorité (56,8 %) des nuitées consommées en hôtel classé, un peu plus d'un quart (26,6 %) en cabine de croisière et le reste (16,9 %) dans la petite hôtellerie.

Près de la moitié (47 %) des Nord-Américains consomment de la croisière (69 % des nuitées totales en croisière). Les Japonais passent 86 % de leurs nuitées payantes dans des hôtels classés « Luxe ». Cette classe d'hôtel est aussi particulièrement prisée par les jeunes mariés, avec une moyenne de 6 nuits sur 10, correspondant à 50 % des nuitées totales vendues par ces hôteliers.

Les Français séjournent pour 38 % de leurs nuitées dans de l'hôtellerie familiale (52 % des nuitées totales consommées pour ce produit) et les autres européens une nuit sur cinq. Ce type d'hébergement est aussi fortement utilisé par les touristes dont les buts de séjour sont la plongée et le surf (57 % et 56 % des nuitées totales) et dans une moindre mesure par ceux déclarant la visite de famille ou d'amis (48 % des nuitées totales).

Les touristes qui reviennent en Polynésie consomment relativement plus d'hôtellerie familiale (27 % de leur nuitées totales contre 17 % en moyenne) et moins de luxe (24 % contre 36,5 % en moyenne).

Le sentiment que les touristes portent sur la qualité de l'hébergement en général est très bon puisqu'ils sont 87,5 % à émettre un jugement positif. Le sentiment sur les prix est plus nuancé avec 42 % d'entre eux qui les trouvent chers ou trop chers.



La qualité de l'accueil est jugée excellente et bonne par 96 % des touristes croisiéristes et par 84 % des clients de l'hôtellerie familiale. Sur un plan général, l'accueil est jugé globalement bon ou excellent par 90 % des clients et médiocre ou nul par 3 % d'entre eux.

La qualité du service dans l'hébergement de croisière est toujours plébiscitée par 87 % des clients qui jugent excellente cette prestation. Le jugement est plus mesuré pour l'hôtellerie terrestre, puisque globalement, ses clients ne sont plus que 52 % à la qualifier d'excellente et 33 % à la trouver bonne.

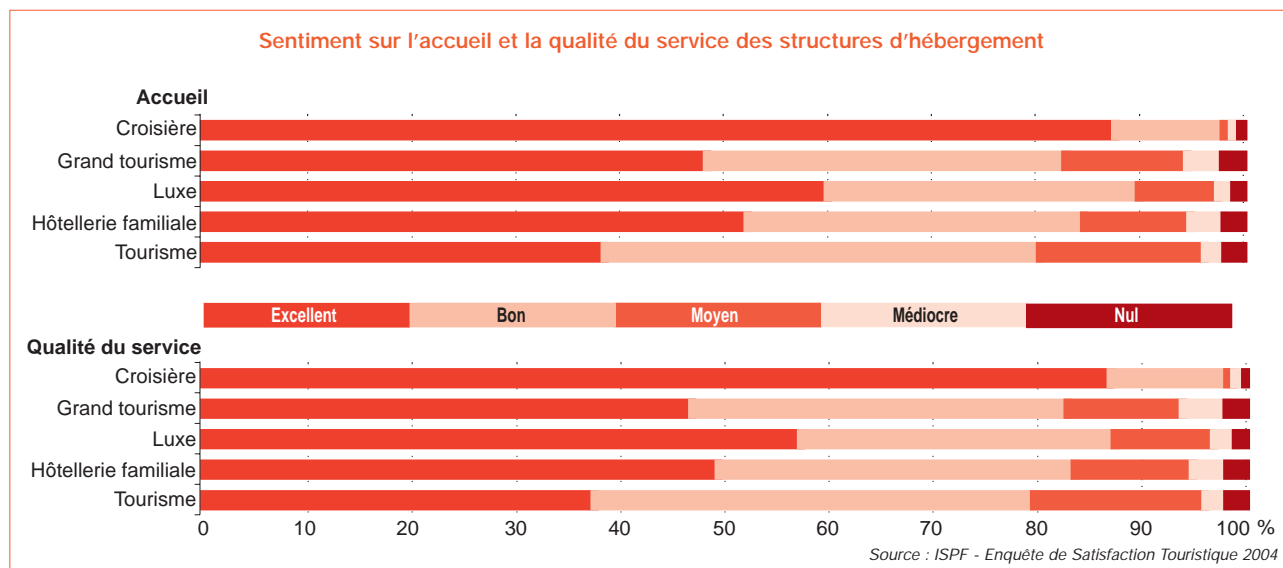
De façon plus détaillée, les clients des hôtels de luxe sont les plus satisfaits (87 % d'opinions positives), suivis des clients d'hôtel « grand tourisme » avec 83 % de sentiments positifs. L'hôtellerie familiale s'en sort plutôt bien puisqu'elle recueille 82 % des suffrages sur cette question.

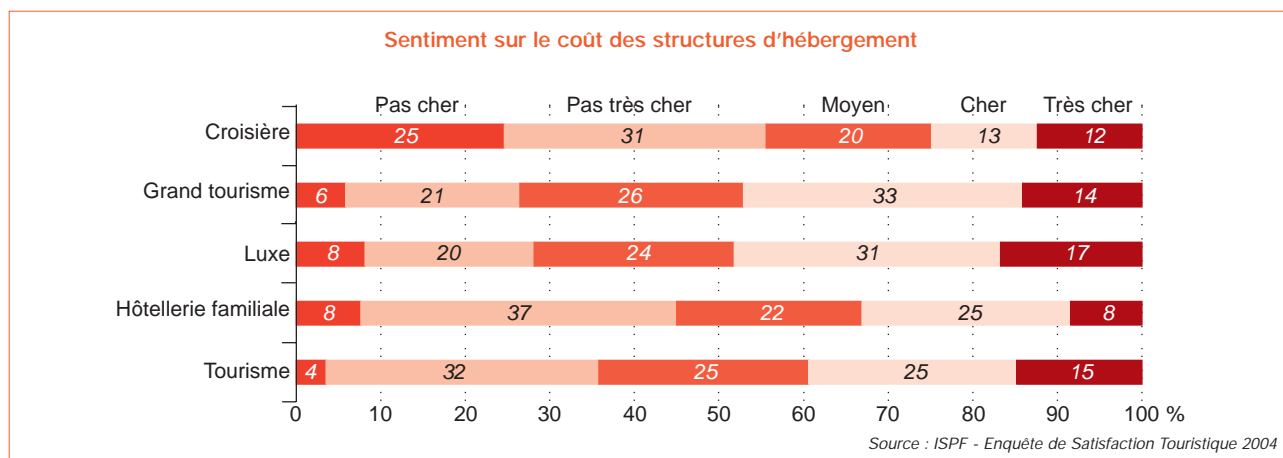
Le sentiment sur le coût de l'hébergement est beaucoup plus partagé. La catégorie croisière est considérée comme abordable par plus de la moitié des clients (56 %), un quart d'entre eux en revanche trouve que c'est trop cher. Les réactions sont différentes pour l'hôtellerie terrestre où 44 % des clients trouvent cet hébergement cher ou très cher, moins d'un tiers seulement le considérant comme abordable (32 %).

Le meilleur taux de satisfaction concerne les prix de l'hôtellerie familiale : 45 % des clients ne les trouvent pas trop chers mais un tiers d'entre eux estime que le coût est trop élevé. Les hôtels « Luxe » et « Grand Tourisme » recueillent respectivement 48 % et 47 % de sentiment négatifs sur les prix payés et seulement 28 % et 27 % d'opinion favorable.

Les touristes en hébergement payant sont 53,5 % à donner les vacances comme but principal du voyage, alors que ceux qui n'y sont pas, pour 68,3 % d'entre eux (60,8 % de ces touristes sont Français), évoquent la visite de la famille ou d'amis.

Parmi les touristes qui effectuent leur premier séjour en Polynésie (81,5 % des touristes) 96 % passent au moins une nuit à l'hôtel, ils ne sont que 67 % pour ceux qui sont déjà venus.





La restauration d'hôtel est le grand gagnant

Le secteur de la restauration qui génère près de 4 milliards de dépenses touristiques bénéficie d'une très bonne image puisque 89 % des touristes émettent un sentiment positif ou très positif sur ce produit. En revanche, 43 % d'entre eux le trouvent cher ou très cher et 32 % se déclarent satisfaits par le prix.

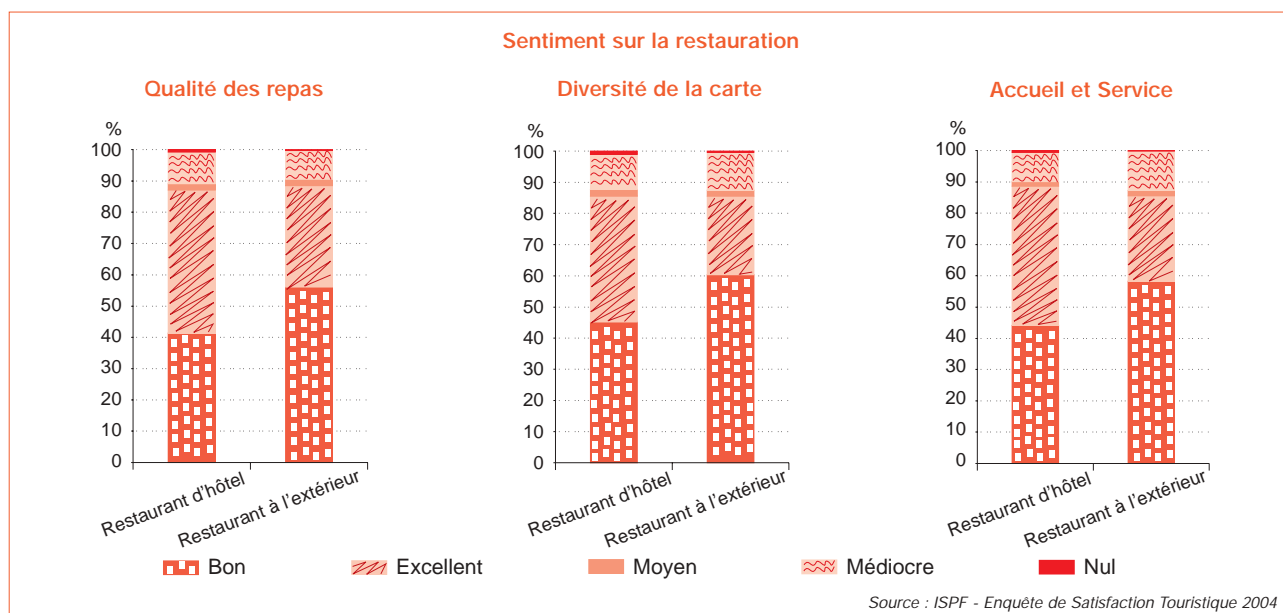
Les restaurants d'hôtels sont bien plus attractifs que les restaurants extérieurs aux hôtels. En effet, 76,5 % des touristes y ont mangé au moins une fois contre 45 % seulement dans un restaurant extérieur. De même, les Nord-Américains sont 47 % à déclarer manger tous les jours dans un restaurant d'hôtel contre seulement 20 % des Français.

Les restaurants à l'extérieur de l'hôtel sont relativement plus fréquentés par les Français qui représentent 28 % de cette clientèle alors qu'ils ne représentent que 21 % du total des touristes.

Les sentiments sur la qualité des repas sont positifs quel que soit le restaurant. Les touristes déclarent le repas bon ou excellent à 87 % pour ceux qui ont mangé dans un hôtel ou sur un bateau et à 89 % pour les clients de restaurants extérieurs.

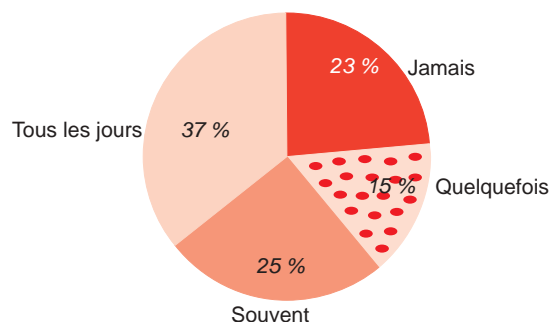
La diversité de la carte est aussi saluée par les touristes qui la considèrent comme bonne ou excellente pour 85,5 % d'entre eux, quel que soit le restaurant.

L'accueil et le service sont jugés majoritairement bons et excellents par une très large majorité de la clientèle (89 % des clients « hôtel » et 85,5 % des autres clients). Les restaurants d'hôtel et de bateaux sont jugés proches de l'excellence par 44,5 % de la clientèle alors qu'ils ne sont que 27 % des clients des restaurants extérieurs à porter ce jugement.

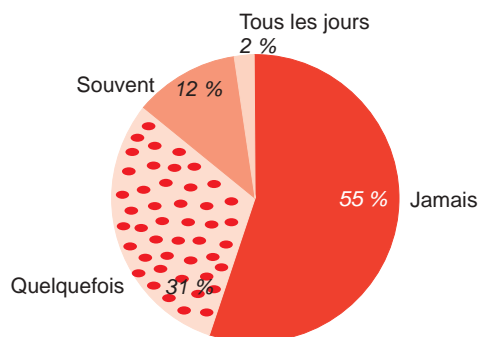


Où les touristes ont-ils mangé ?

Restaurant d'hôtel ou de bateau



Restaurant à l'extérieur



Source : ISPF - Enquête de Satisfaction Touristique 2004

Les japonais plus critiques sur les autres produits...

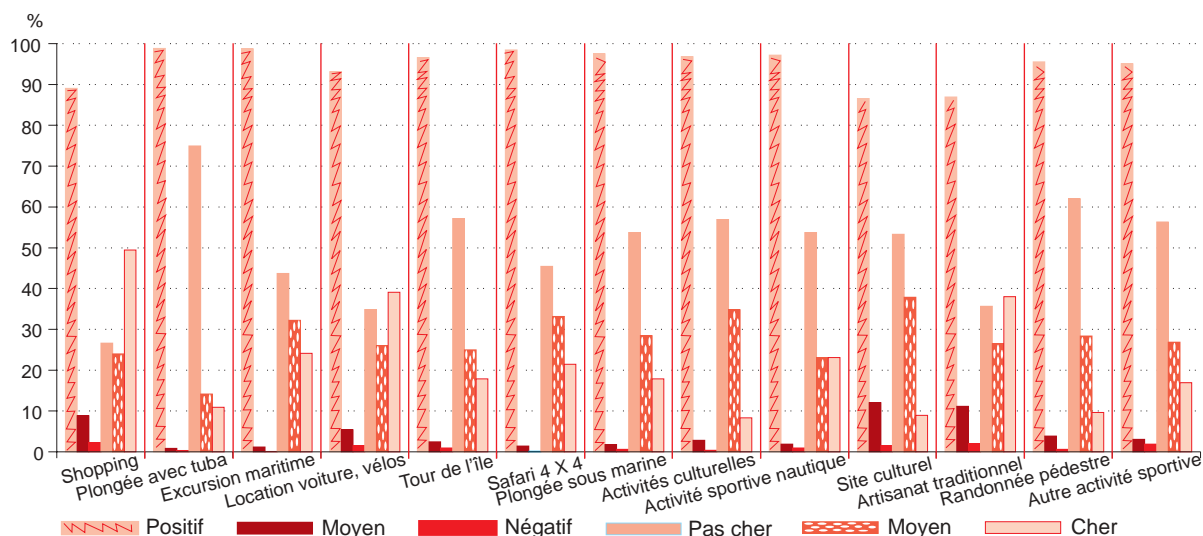
Sur la qualité des autres produits et services touristiques, la clientèle est globalement très satisfaite de la prestation qui lui est proposée. Certaines activités comme les excursions maritimes ou bien la plongée avec tuba recueillent près de 99 % d'opinions positives.

Le shopping, les sites culturels et l'artisanat traditionnel, sont plébiscités par près de 89 % des touristes mais comptent aussi le plus de jugements moyens exprimés (près de 11 %). Les Japonais sont les plus sévères : ils ne sont que 63 % à juger positivement le shopping, 58 % les sites culturels et 59 % la qualité de l'artisanat.

Les impressions des touristes sur les coûts sont plus mitigées et plus hétérogènes selon l'activité jugée. Le shopping est considéré comme cher par 49 % de nos visiteurs (61 % des Australiens et Néo-Zélandais et 63 % des autres européens). Les locations de moyens de transport affichent aussi des prix trop élevés pour 39 % de nos visiteurs (51 % des Australiens et Néo-Zélandais et 30 % des Japonais) et l'artisanat pour 38 % d'entre eux (50 % des autres européens et 46 % des Australiens et Néo-Zélandais).

Au palmarès des activités les moins onéreuses, la plongée avec tuba, les randonnées pédestres et les activités culturelles sont en tête.

Sentiment sur la qualité et les coûts



Source : ISPF - Enquête de Satisfaction Touristique 2004

Points forts, points faibles de la destination Polynésie

Question : « Indiquer ce que vous avez particulièrement apprécié » (a)

Unité :	%	Touristes ayant cité :	%
Touristes ayant cité :		Touristes ayant cité :	
Accueil Polynésien	27	Les activités sportive et de loisir	6
Beauté de la nature et des paysages	26	Calme et repos	4
Beauté des lagons et des poissons	16	L'hébergement et la restauration	4
L'excellence du séjour en général	8	La culture et l'ambiance Polynésienne	3
Climat	6		

(a) : question ouverte

Source : ISPF - Enquête de Satisfaction Touristique 2004

À la question sur ce que les touristes ont le plus apprécié au cours de leur séjour, les réponses liées à l'accueil polynésien et la beauté des paysages et des lagons sont les plus significatives.

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. Seuls 1,7 % et 0,3 % des touristes se disant insatisfaits ont énoncé ce motif.

La cherté de la vie en général reste cependant le principal et premier motif d'insatisfaction au cours du séjour pour 44,3 % des touristes qui ont au moins un motif d'insatisfaction (c'est-à-dire 56 % des touristes).

Ces désagréments, évoqués au moment du départ ne semblent pas perturber nos touristes car ils font en grande majorité un bilan très positif de leur séjour : 59 % d'entre eux ont assuré qu'ils reviendraient sûrement tandis que 25 % ont annoncé qu'ils referaient probablement à nouveau le voyage.

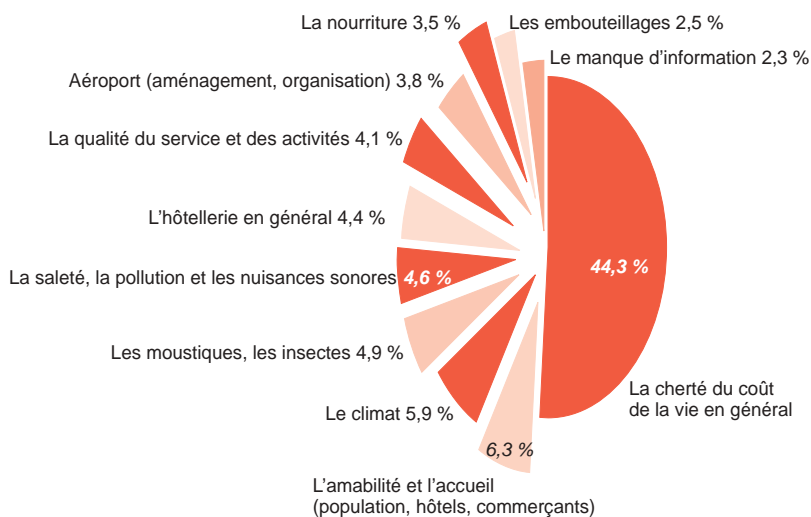
Ils ne réaliseront évidemment pas tous ce souhait. En 2004, 81,5 % des touristes en Polynésie française en sont toujours à leur premier voyage dans nos îles. Seuls nos voisins du Pacifique (70 %) et les Français (34 %) sont proportionnellement plus nombreux à être déjà venus en Polynésie française.

Il n'en demeure pas moins qu'ils sont « si satisfaits » que plus de 89 % ont affirmé qu'ils recommanderaient cette destination à leur entourage. Les Français sont 95 % à faire cette promesse et les Japonais seulement 65 %.

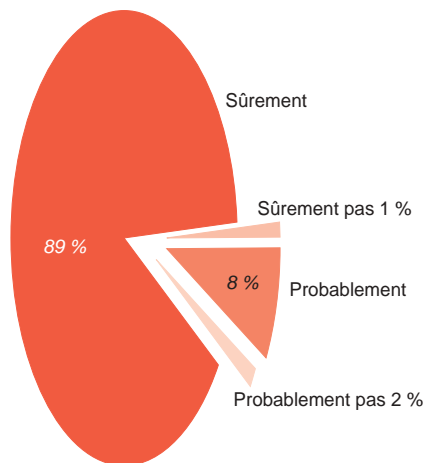
Pour les Français, l'influence de la famille et des amis est très importante dans le choix de la destination (45 % des touristes). Le « bouche à oreille » est un facteur de motivation important pour plus de 21 % des touristes (29 % des Japonais).

Les sources d'informations qui, tous marchés confondus, semblent les plus importantes pour la promotion de la Polynésie française sont les agences de voyages pour 53 % des touristes (73 % des Japonais et 42 % des Français), Internet pour 38 % (62 % des Japonais) et les magazines et journaux pour 27 % (50 % des Japonais).

Ce qui a particulièrement déplu aux touristes !



Recommanderiez-vous la Polynésie à vos amis ou à votre famille ?



Source : ISPF - Enquête de Satisfaction Touristique 2004