



Journée technique ATOUT France 29 juin 2010

# l'offre culturelle de la destination France représentations, attentes et avis critiques des clientèles chinoises



### source 1 = études 2006-2007



### représentations et perceptions des visiteurs russes, brésiliens et chinois du Patrimoine national français

### source 2 = étude 2010



### pérennisation du pavillon national français de l'Exposition Universelle de Shanghai 2010 (en cours)

### *Cadres de référence / bases de la relation culturelle à la destination France*

- données économiques et générales
- organisation du marché émetteur
- historique des relations bilatérales / francophonie
- sources et formation des représentations / enquêtes sur marchés émetteurs
- analyse critique de l'offre Internet et éditoriale classique (livres-guides)

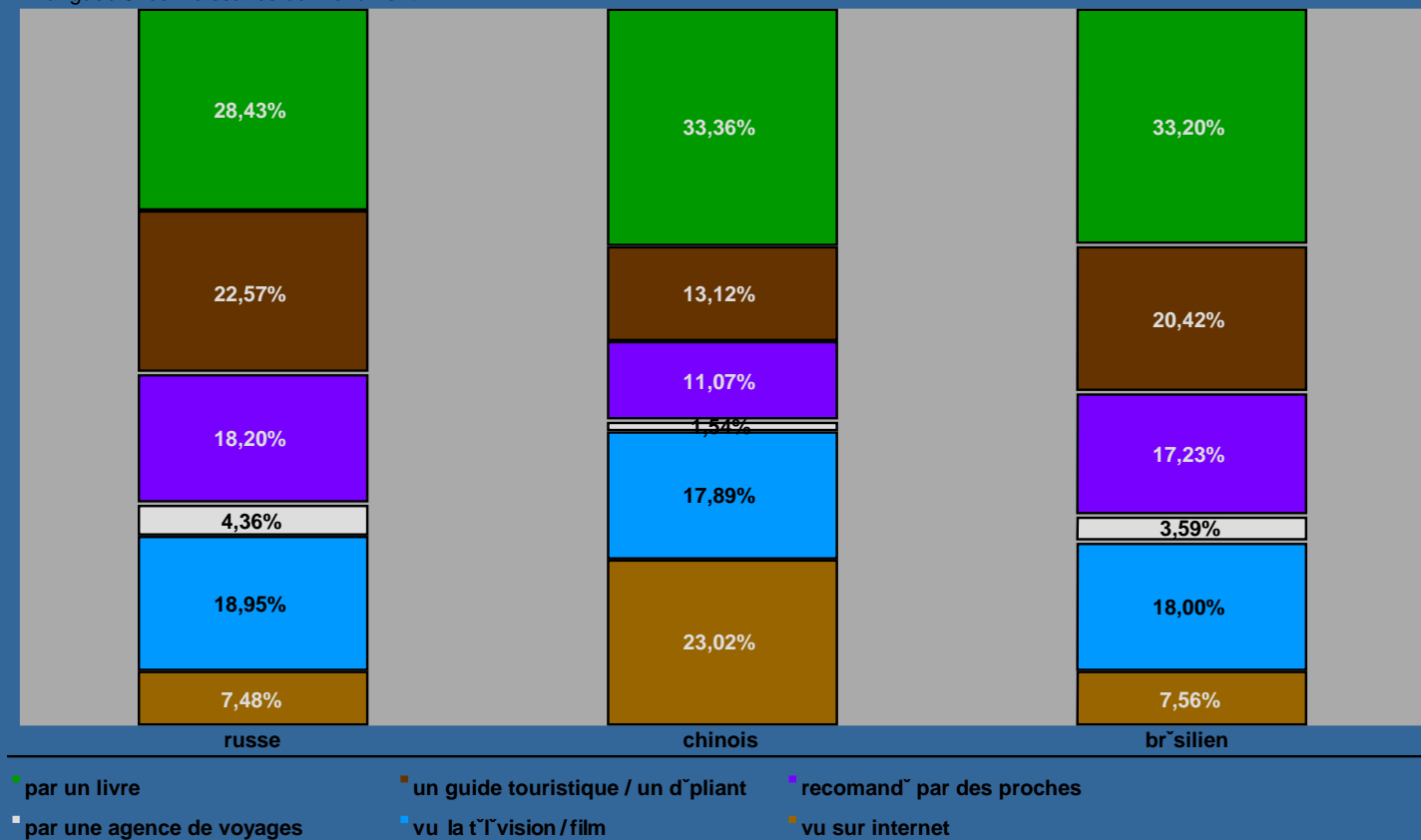
### *Enquêtes sur les sites réceptifs / résultats et analyses*

- enquête quantitative: éléments du sondage sur sites
  - 3 mois / 6 sites ( 3 à Paris + 3 en régions )
  - 3 x 2.000 questionnaires (67 items) / 2.540 retours complets (dont 750 sinophones)
- entretiens qualitatifs
  - 3 enquêteurs sinophones / entretiens sur RV dans les sites ou les hôtels
  - 12 entretiens complets de 60 à 90 mn retranscrits et retraités en analyse syntaxique

## Question: « comment avez-vous connu ce monument? »

- russes et brésiliens apparaissent remarquablement comparables dans leurs sources d'information initiale
- ... mais les chinois utilisent massivement l'**internet** au détriment des prescriptions traditionnelles (supports papier, agences)

1. Langue / 5. connaissance du monument



## les pays émergents... ne peuvent être comparés à la Chine ...



### BRÉSIL

- 15 fois la France
- > **178 millions** d'habitants
- > 81,25% d'urbains
  
- > salaire moyen mensuel: 145 €
- > classe moyenne : 31,7% de la population
- > **10%** possèdent +de **50%** de la richesse nationale



### CHINE (R.P.C.)

- 27 fois la France
- **1.337 millions** d'habitants
- 44,36% d'urbains
  
- > salaire moyen mensuel: 102 € \*
- > classe moyenne : 18,3 % de la population
- > **2%** possèdent +de **80%** de la richesse nationale

\* 32 € à la campagne, contre 189 € en ville

*situation actuelle du potentiel de visiteurs vers la France (2009)*

- $\pm$  0,45 million de chinois ont un pouvoir d'achat  $\geq$  1 M \$us par an  
*(mais le tourisme culturel n'est absolument pas une priorité pour ces **grandes fortunes**)*
- $\pm$  10 millions auraient des revenus suffisants permettant un voyage en Europe  
*(on trouve dans cette **bourgeoisie aisée** les plus motivés pour une découverte de la France)*
- $\pm$  250 millions connaissent une ascension socio-économique rapide  
*(cette **classe moyenne urbaine** est le principal réservoir potentiel de la destination France)*
- le système éducatif reste efficace et la culture française y est relativement privilégiée  
*(programmes d'histoire occidentale et de culture générale du secondaire)*

*mais ...*

- les « nantis » sont plutôt jeunes, et peu motivés par l'offre touristique traditionnelle
- les 2/3 de la population ne dépassent pas encore le niveau d'éducation « Bac -3 »
- les affinités culturelles avec la France restent très distantes et volatiles

## une clientèle de niche, très pré-sélectionnée ... des clichés tenaces ...

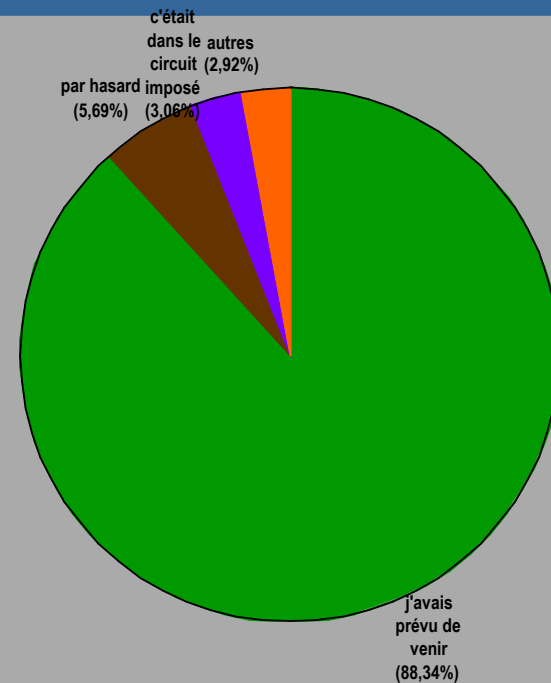
- ± 600.000 touristes chinois en visa SDA sur la France
- ... les 2/3 viennent de Pékin, Shanghai et Canton
- ... le reste principalement de la bande côtière orientale
- **90%** des visiteurs sont pré-structurés en groupes

le **groupe** est seulement une unité logistique de voyage  
 ... **mais l'individualisme** s'affirme en toute occasion:

• **Q:** « Pourquoi visitez-vous ce lieu ? »

- ... par hasard = 6%
- ... c'était dans le circuit imposé = 3%
- ... j'avais prévu de venir là = **88%**

République Populaire de Chine (RPC):  
 Divisions Administratives et Disputes Territoriales





*Pour les chinois candidats au voyage vers l'Europe, l'obstacle de la langue reste primordial et les condamne au groupe organisé, encadré et guidé en chinois  
Leur plainte récurrente est: « les français ne parlent pas du tout l'anglais » ...*

## enseignement secondaire:

- l'**anglais** est devenu la langue étrangère obligatoire
- le **russe** ou le **japonais**: 2ème langue
- l'enseignement optionnel du **français** est aussi marginal que celui de l'**allemand**

## formations supérieures et professionnelles

- le **français** n'est présent que dans **6% des universités chinoises**
- la plus grande majorité des étudiants chinois qui s'expatrient choisissent les universités de pays anglophones
- mais le **développement de la demande** pour études supérieures en France est assez dynamique (quasi gratuité et qualité de vie)



## visions de la culture française dans la société chinoise d'aujourd'hui

- consommation haut de gamme (luxe, vins...), **qualité de vie privilégiée**
- la France, quintessence de la perfection de la culture occidentale

## références récurrentes à la culture française

- la **France romantique**, prestigieuse (les Arts, la liberté d'aimer, Paris qui fait rêver...)
- la France berceau et **modèle universel des institutions républicaines**

## connaissance du Patrimoine français

- **notoriété par les médias audiovisuels et numériques,**  
critère n° 1 de sélection des « sites à visiter absolument »

## particularités

- problèmes de décryptage des espaces urbains et **décodage culturel très difficile**  
(manque de clefs d'interprétations)
- chronologie historique exclusivement liée aux dynasties impériales chinoises

# La France, destination culturelle par excellence

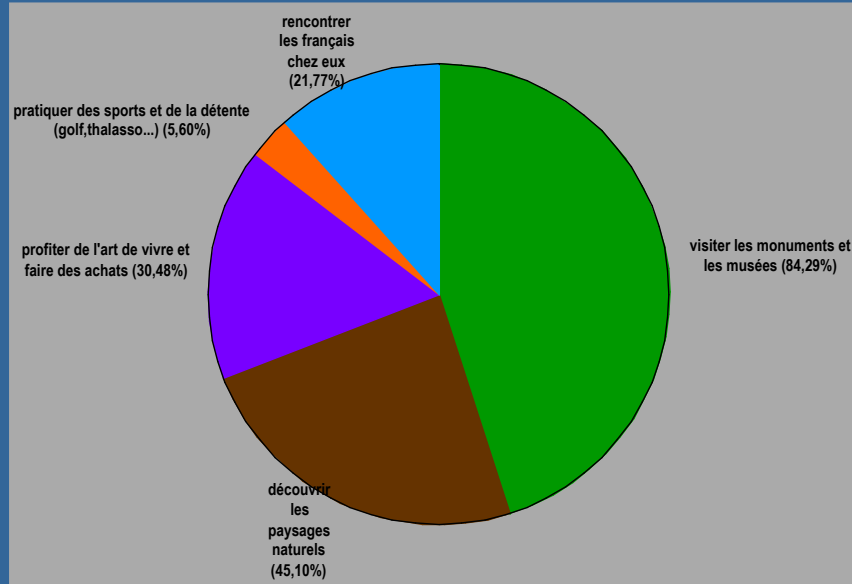


QUESTIONNAIRES COMPLE	
Arc Triomphe	443
Conciergerie	48
Panthéon	151
Azay-le-Rideau	2
Carcassonne	9
Mont Saint Michel	94
<b>chinois</b>	<b>747</b>

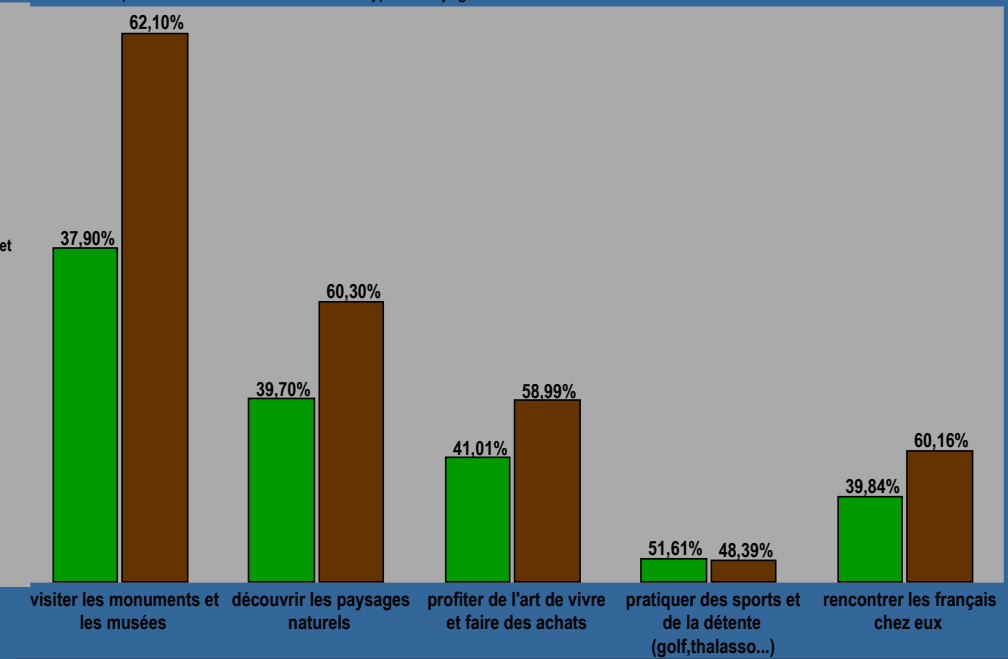
Q: « vous venez d'abord en France pour »

- visiter les monuments et les musées ..... 84%
- découvrir les paysages naturels ..... 45%
- profiter de l'art de vivre et faire des achats ..... 30%
- pratiquer des sports et la détente (golf, thalasso...) .... 6%
- rencontrer les français chez eux ..... 22%

23. motivation prioritaire destination France



23. motivation prioritaire destination France / 21. type de voyage



\* France destination exclusive

\* France incluse à un circuit européen



## sources de prescription et de motivation

- *tout le monde connaît les **paysages et les monuments** français par la **télé***
- *les **échanges avec mes amis**, par des **films** et **grâce à mon travail***
- *les **sites et forums internet** pour trouver un itinéraire intéressant*

## Images et perceptions préalables au voyage

- *la France était le berceau du communisme*
- *un pays de rêve, sympathique, à la fois moderne et ancien*
- *cela représente le prestige, le luxe, un art et une façon de vivre différente des autres*
- *un pays qui offre une protection très confortable, puissant et démocratique*
- *... sa **longue histoire, le patrimoine le plus important de la civilisation occidentale***
- *... sa **modernité** matérielle*



## les attentes exprimées

- *toucher les bâtiments historiques, voir la trace du temps*
- *découvrir une autre culture [que la nôtre] par ses monuments historiques*
- *des conférenciers français parlant chinois, cela aiderait à mieux connaître la France*

## Impressions de première découverte du Patrimoine français

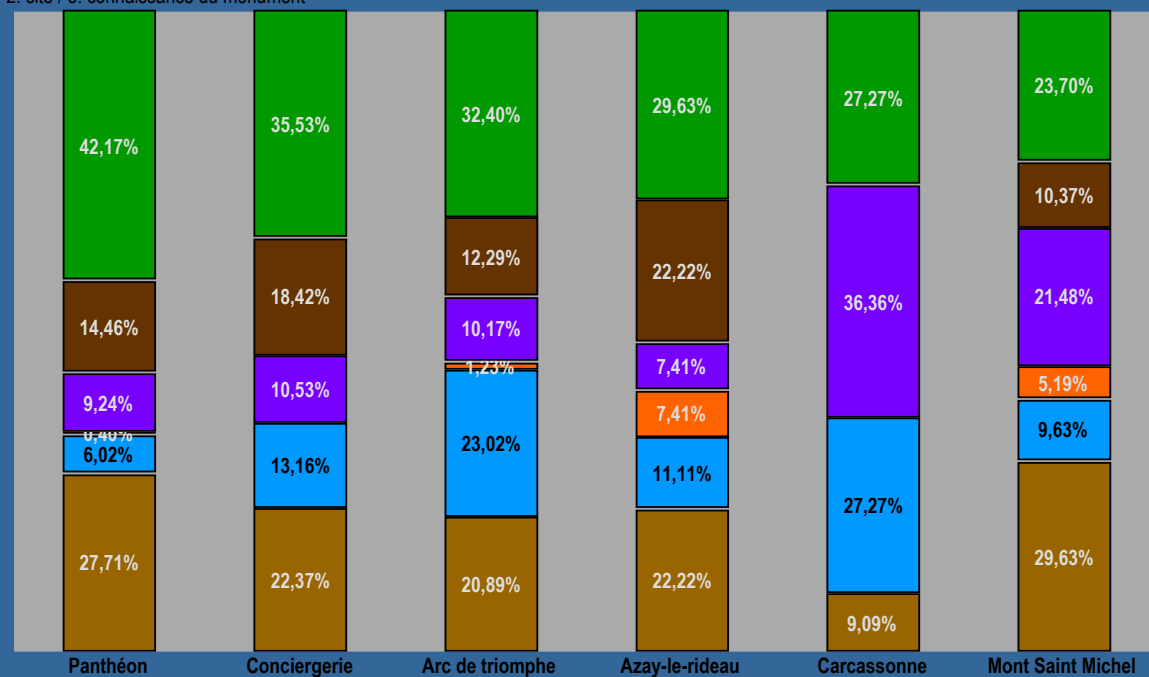
- *On a l'impression de vivre à l'époque des chevaliers*
- *les sites sont tels qu'ils étaient, bien conservés après tant de siècles*
- *... ils sont très bien restaurés, fidèlement à leur passé*
- *j'ai l'impression que le monde moderne s'intègre à l'architecture ancienne*
- *à cause du décalage de Culture, quand je visite les monuments, je n'y comprends rien*



Q: « comment avez-vous connu ce monument? »

- par un ouvrage ..... 42% / 23%
- par un livret-guide touristique..... 22% / 0%
- par des proches qui me l'ont recommandé ..... 36% / 7,5%
- par une agence de voyages ..... 7,4% / 0%
- je l'avais vu à la télévision / dans un film ..... 27% / 6%
- je l'avais vu sur Internet ..... 30% / 9%

2. site / 5. connaissance du monument



# Les goûts dominants et les priorités de visites patrimoniales



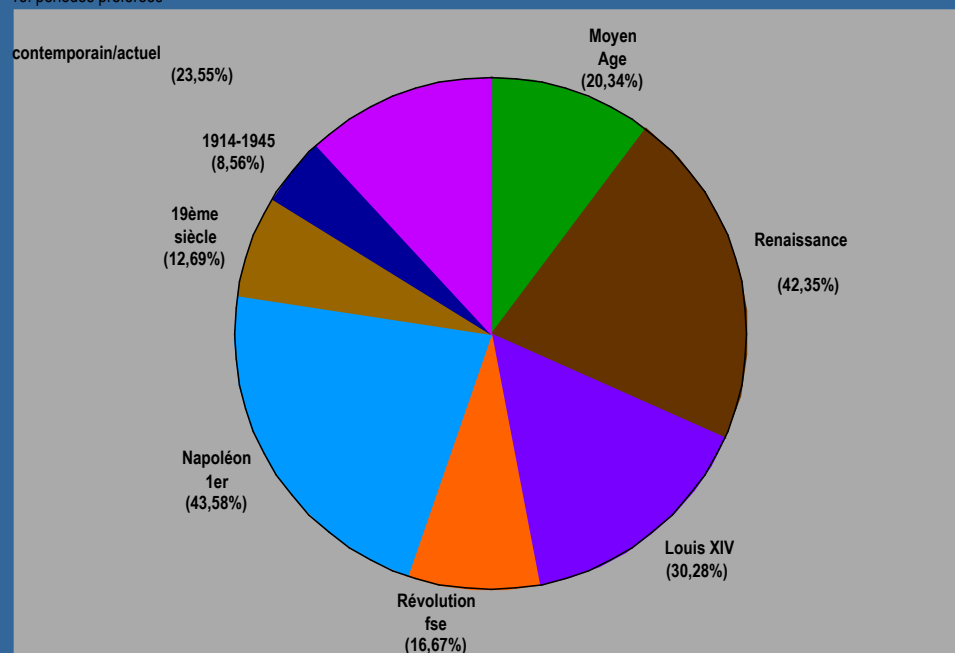
Q: « *quelles périodes de l'Histoire de France préférez-vous?* »

- Napoléon 1er..... 44%
- La Renaissance ..... 42%
- Louis XIV ..... 30%
- après 1945 ..... 24%

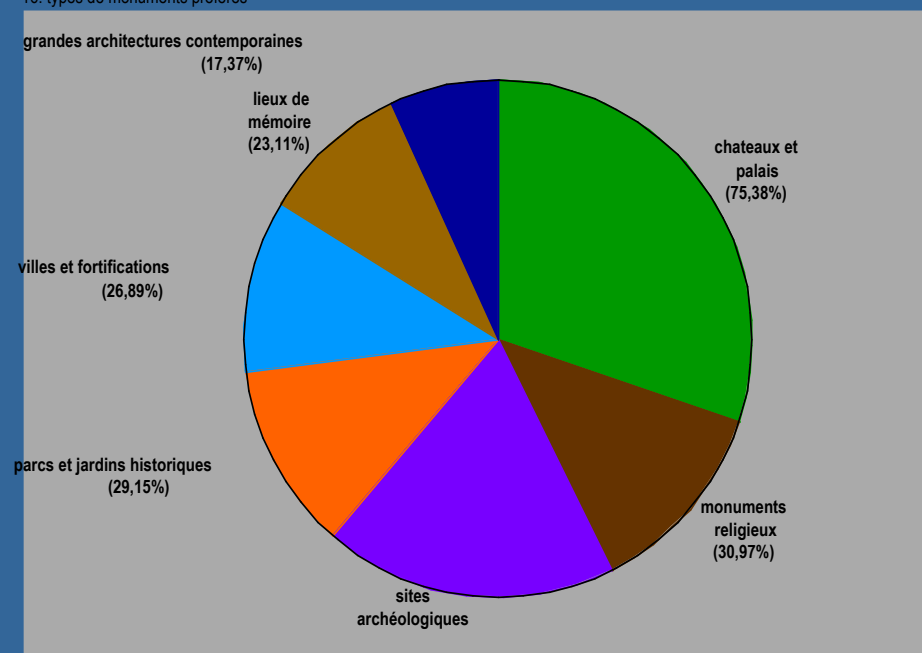
Q: « *quels types de monuments préférez-vous?* »

- Châteaux et palais ..... 75%
- Sites archéologiques ..... 47%
- Monuments religieux ..... 31%
- Parcs et jardins historiques ..... 30%

15. périodes préférées



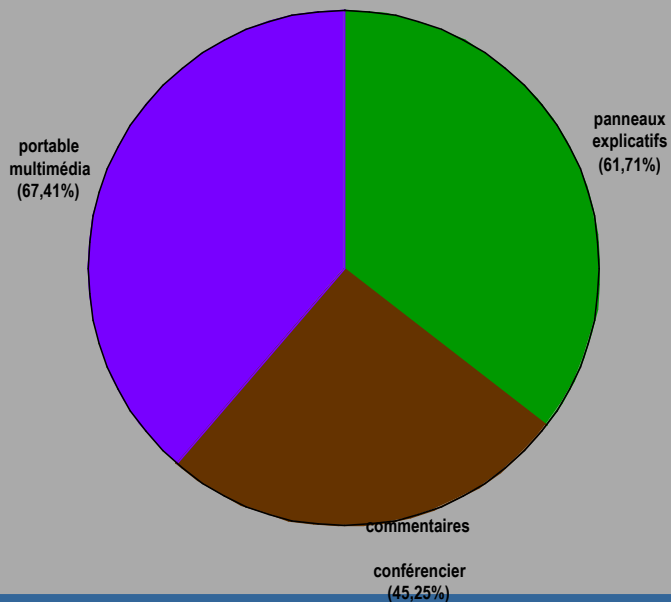
16. types de monuments préférés



# les chinois sont les plus « branchés TIC » des touristes émergents



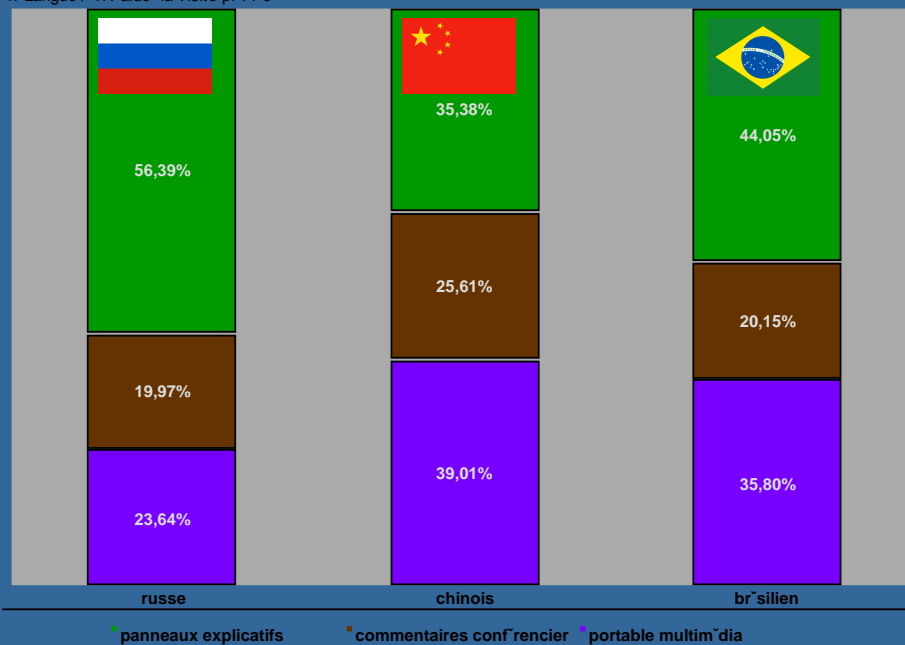
aide à la visite préférée



Q: « quel type d'aide à la visite dans votre langue natale attendez-vous? »

- des explications par panneaux..... 35 %
- les commentaires d'un guide-conférencier ..... 26 %
- information à la carte avec un portable multimédia . 39 %

1. Langue / 17. aide la visite préférée



## ... critiques récurrentes sur l'accueil et le cadre

- *les français sont froids, orgueilleux et conservateurs*
- *par arrogance ou sous prétexte de protéger la francophonie ou des problèmes qu'ils ont eu dans l'Histoire avec les anglais, ils refusent toujours de parler en anglais...*
- *les Français qui travaillent dans le secteur touristique devraient apprendre à se montrer plus sympathiques et efficaces, ils y gagneraient à la fin*
- *je suis étonnée de voir les mendiants avec leurs chiens dans les rues... cela ne devrait pas exister dans un pays développé*
- *Paris est sale avec plein de couleurs sur les murs (des tags)*



## prochain séjour...

- *prendre le temps de me balader dans les quartiers un peu moins touristiques*
- *voir les vignes à Bordeaux, visiter les châteaux de la Loire et Toulouse, l'industrie de l'aérospatiale et si je suis retraité, venir jouer au golf*
- *je ne reviendrai plus en France, je préfère l'Allemagne car ce n'est pas les monuments historiques seuls qui comptent*
- *faire un prochain voyage avec de vrais guides, et ne pas seulement voir des monuments sans saisir leur véritable esprit...*

*Merci de votre attention*