

# Le luxe français, une référence mondiale pour les visiteurs internationaux

Le village mondial :  
marchés matures, marchés  
émergents, le Moyen-Orient



Marketing touristique

# SOMMAIRE



## 5 Préface

## 8 Introduction

## 10 CHAPITRE 1 Le marché du luxe

- 12 1. État des lieux chiffré : plusieurs sources font état du poids croissant du marché du luxe dans le monde
- 15 2. Tendances du marché

## 21 CHAPITRE 2 Étude des attentes des clientèles du luxe (voyageurs ou aspirants- voyageurs) vis-à-vis de la France

- 24 1. Zoom sur les « voyageurs »
- 33 2. Voyages et rêves de luxe
- 43 3. Les marques françaises sont de véritables icônes du luxe
- 49 4. Les voyageurs plébiscitent la qualité française
- 56 5. La France est la destination shopping préférée des touristes du monde entier
- 60 6. Comment satisfaire les amateurs de luxe lorsqu'ils viennent en France ?

## 66 CHAPITRE 3 Les filières d'excellence du tourisme de luxe en France

- 68 1. L'hébergement : la 5<sup>e</sup> étoile  
et la distinction Palace
- 78 2. Excellence de la gastronomie,  
des vignobles et des produits gourmets
- 86 3. Qualité irréprochable  
et services sur-mesure
- 94 4. La Riviera : une référence du luxe français  
qui ne se dément pas
- 102 5. La montée en luxe à Paris

## 107 CONCLUSION

## 110 ANNEXES

- 112 1. Fiches de synthèse pour les marchés
- 118 2. Les sources d'influence des voyageurs  
pour leurs achats de luxe
- 124 3. Comment être et rester une marque  
appréciée et recherchée ?



# Le luxe français, une référence mondiale pour les visiteurs internationaux

## Le village mondial: marchés matures, marchés émergents, le Moyen-Orient

Généralisant des retombées économiques majeures, le luxe représente également une source d'inspiration et d'envies dans de nombreux secteurs grâce à la force de ses marques.

Atout majeur: le tourisme occupe une place de choix dans l'univers du luxe alors que l'on assiste à une croissance du luxe «expérientiel», au carrefour du voyage, de l'hôtellerie, de la culture, de la gastronomie ou des spas.

Si le luxe est en mutation, marqué par la mode et la diversité culturelle de ses clientèles, il s'appuie toujours sur les fondamentaux d'une expérience exclusive: le rêve par l'excellence de la qualité, du savoir faire, du service, de l'environnement ou de l'accueil.

Secteur florissant où l'achat se conjugue à l'expérience de consommation, où sont les leviers de développement pour les acteurs touristiques ? Comment les marques de destination touristique peuvent-elles catalyser l'achat de produits de luxe en France et réciproquement ?

Pour y répondre, l'étude décrypte le profil et les attentes des clientèles internationales et analyse les filières d'excellence du tourisme de luxe en France via le témoignage de professionnels unanimement reconnus, en France et dans le monde.

Atout France  
79 - 81 rue de Clichy • 75009 PARIS  
Tél +33(0)1 42 96 70 00 • Fax +33(0)1 42 96 70 11  
[www.rendezvousenfrance.com](http://www.rendezvousenfrance.com)  
[www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr)

code barre  
à insérer

PRIX: 24,95 €  
G.I.E. ATOUT FRANCE • SIRET: 340 709 211 00072 • Agence de développement touristique de la France