

RAPPORT D'ANALYSE STRATEGIQUE TOURISME 2016 COSTA RICA

INTRODUCTION	2
CHIFFRES CLEFS	2
I - PLACE DU TOURISME DANS L'ECONOMIE.....	3
A - ANALYSE DU MARCHÉ EMETTEUR DE TOURISTES.....	3
Conjoncture économique :	3
Chiffres clefs :	3
Caractéristiques des touristes potentiels :	3
Acteurs du tourisme local :	4
Perspectives et opportunités :	4
B - MARCHÉ RECEPTIF ET ENVIRONNEMENT DES AFFAIRES.....	5
Chiffres clefs :	5
Spécificités et potentiels de développement de l'offre touristique locale :	5
Initiatives menées pour développer l'offre et l'accueil :	6
Éventuels freins au développement du tourisme sur la destination :	6
Acteurs du tourisme français présents sur le secteur :	6
Concurrence internationale :	6
II - ATTRACTIVITE DE LA DESTINATION « FRANCE ».....	8
Chiffres clefs :	8
Perception de la destination France par le marché émetteur :	8
Caractéristiques spécifiques des clientèles qui choisissent la France :	8
Comparaison avec les destinations concurrentes :	8
Facteurs bloquants :	8
Connectivité aérienne :	9



Volcan Arenal

INTRODUCTION

Le Costa Rica est la deuxième économie d'Amérique Centrale (hors Panama). Il bénéficie d'une image attractive grâce à un cadre macro-économique stable, un bon capital humain, une stabilité politique, une politique de développement durable et une législation favorable aux opérations économiques.

Le tourisme, secteur clé de l'économie costaricienne, représente 5,4% du PIB du Costa Rica et 40% des exportations de services, générant 150.000 emplois directs et 450.000 indirects pour un pays de 4,8 millions d'habitants. Le pays bénéficie d'une image verte et d'éco-tourisme, grâce à ses nombreux parcs naturels, ses volcans, ses plages et sa biodiversité.

2016 a été marqué par l'ouverture de la première ligne aérienne directe entre Paris et San José, par Air France, une connexion directe propice à un accroissement des flux touristiques bilatéraux (55 000 touristes français au Costa Rica en 2015).

CHIFFRES CLEFS

Nombre d'habitants : 4,8 millions

PIB par tête : 10.672\$/habitant

Nombre de départs de touristes : 918 647

Dépense moyenne par touriste émis : 1.791,7\$

Durée moyenne des séjours à l'étranger : 10,4 jours

Nombre d'arrivées de touristes : 2,6 millions (+5,5% par rapport à 2014)

Recette moyenne par touriste reçu : 1400\$

Nombre de départs vers la France : 5.499



Parc national Manuel Antonio

I - PLACE DU TOURISME DANS L'ECONOMIE

A - ANALYSE DU MARCHÉ EMETTEUR DE TOURISTES

Conjoncture économique :

Pays à revenu intermédiaire (PIB/habitant de 10.672\$), le Costa Rica constitue la deuxième économie d'Amérique centrale (hors Panama). Le pays s'est engagé depuis 30 ans dans une stratégie de diversification économique (exception dans la région) et d'intégration aux chaînes de valeur globale dans les industries (25% du PIB, pays le plus industrialisé de la région), et les services (69% du PIB) à haute valeur ajoutée.

Le pays dispose d'une image attractive grâce à un cadre politique et macroéconomique stable, un bon capital humain, une politique de développement durable et une législation favorable aux opérations économiques, avec de nombreuses zones franches. C'est le premier pays d'accueil d'IDE en Amérique centrale (hors Panama), avec 26 % du total régional en 2015.

Les principaux secteurs de l'économie costaricienne sont le tourisme, les secteurs technologiques (équipements médicaux, composants électroniques...), les services, l'agriculture, les énergies renouvelables et les infrastructures.

Chiffres clefs :

Les voyages des Costariciens à l'étranger sont en **constante augmentation**. En effet, les Costariciens ont réalisé 918.647 voyages à l'étranger en 2015, soit une augmentation de 15% par rapport à 2014. 67% des touristes costariciens voyagent par **voie aérienne**, 32% par voie terrestre et seulement 0,2% par voie maritime.

Les Costariciens partent à l'étranger pour les **vacances** (56,9%), pour des raisons professionnelles (25,6%), en visite familiale (13,7%) et pour des congrès ou conférences (2,1%). Ils passent en moyenne 10,4 nuits à l'étranger et dépensent 1.791,7\$.

En 2015, les principales destinations étaient les **Etats-Unis** (45,1%) et le **Mexique** (13,5%), suivies de l'Amérique Centrale avec le Guatemala (8,1%) et le Panama (7,1%) et du Pérou (5,9%).

L'Europe est également une destination importante. On retrouve l'Espagne, l'Italie, la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne, les Pays-Bas, la Suisse et la République Tchèque dans le top 25 des pays visités par les Costariciens en 2015. Cette même année, 49.223 Costariciens ont voyagé vers l'Europe, principalement en septembre (12%), juin (11%) et juillet (11%). Leur première destination en Europe est l'**Espagne**, avec 31,35% des touristes costariciens du total du contingent européen (15.431 personnes, 5,8% du total des touristes costariciens à l'étranger), suivie du Royaume-Uni (11,36%, 5.590 personnes) et de l'Italie (11,21%, 5.515 personnes). La France n'arrive qu'en **4^{ème} position des destinations européennes**, avec 11,17%, soit 5.499 touristes, ce qui, rapporté à la population, constitue un **ratio comparable au flux touristique français vers le Costa Rica**. Suivent l'Allemagne (10,88%), les Pays-Bas (5,43%) et la Suisse (4,70%).

Caractéristiques des touristes potentiels :

L'âge moyen de la population costaricienne est de 30 ans pour les hommes et de 30,9 ans pour les femmes. 43,90% des Costariciens ont entre 25 et 54 ans et 8,70% entre 55 et 64 ans.

La plupart des touristes costariciens (67,4%) organisent eux-mêmes leur voyage à l'étranger. 18,7% partent en voyage organisé et 13,2% achètent des forfaits touristiques à des agences de voyage (dont 2,6% à des agences

hors Costa Rica). Ils partent principalement seuls (39,3%), entre amis (28,2%) et en famille (22,9%).

Acteurs du tourisme local :

Agences de voyage

Les agences de voyage les plus importantes au Costa Rica sont Terranova (émettrice-réceptive), Obelisko Mayorista (émettrice-réceptive), Vemsa (émettrice), Viajes Colón (émettrice), Turvisa (émettrice-réceptive), TAM (réceptive), et Swiss Travel (réceptive).

Compagnies aériennes :

22 compagnies aériennes desservent l'aéroport international Juan Santamaría de la capitale San José vers 36 destinations directes et 11 l'aéroport de Liberia vers 17 destinations, dont **six** proposent des **vols directs** vers l'Europe (Iberia vers Madrid, Air France vers Paris, British Airways vers Londres, Edelweiss vers Zurich, Thomson vers Londres et Condor vers Munich). Sur les deux dernières années, 8 nouvelles compagnies aériennes ont débuté leurs vols vers le pays. Air France a inauguré le 2 novembre 2016 la première ligne directe entre le Costa Rica et la France. Ce vol direct dessert deux fois par semaine (mercredis et samedis) et jusqu'à fin mars 2017 les aéroports Juan Santamaría et Roissy-Charles de Gaulle, avec un Boeing 777-300 d'une capacité de 468 sièges, soit le plus gros porteur à atterrir au Costa Rica.

Acteurs institutionnels :

L'Institut Costaricien du Tourisme (ICT, équivalent du Ministère du Tourisme) est l'institution chargée de promouvoir le tourisme au Costa Rica. L'ICT formule des politiques publiques, des plans et des projets pour améliorer la compétitivité de l'activité touristique au Costa Rica. Il se charge également d'élaborer des données statistiques et de délivrer la certification tourisme durable aux acteurs du secteur engagés dans politique de développement durable. Il se concentre principalement sur le tourisme réceptif, tout comme la majorité des acteurs institutionnels costariciens du tourisme, à l'exception de l'Association costaricienne des agences de voyage (ACAV) qui organise annuellement le salon Expo Viajes (salon ouvert au public à destination du marché émetteur).

Canatur est la Chambre costaricienne du Tourisme, avec plus de 600 affiliés dont 150 agences de tourisme et tour-opérateurs.

Acoprot est l'Association costaricienne des professionnels du tourisme. Cet organisme reconnu organise des formations et annuellement le salon Expotur (salon professionnel de produits touristiques), auquel participe des agences et tour-opérateurs français.

Perspectives et opportunités :

Grande marge de progression pour davantage orienter les touristes costariciens en Europe et en France.

Cf. infra B.

B - MARCHÉ RECEPTIF ET ENVIRONNEMENT DES AFFAIRES

Chiffres clefs :

En 2015, **2,6 millions** de touristes internationaux ont visité le Costa Rica, soit une augmentation de 54% en 10 ans et de 5,5% par rapport à 2014. L'Institut Costaricien du Tourisme s'attend à dépasser la barre des 3 millions de touristes en 2016. Sur ces 2,6 millions de touristes, le premier marché émetteur est l'Amérique du Nord (50%, soit 1,3 millions dont 1 million d'Américains), et le second l'Europe (14,7%, 393.115).

Les étrangers se rendent à 65,2% au Costa Rica pour les vacances et à 20,1% pour des motifs professionnels. En 2015, 61% des touristes se rendaient pour la première fois au Costa Rica. Il est intéressant de noter qu'en moyenne, les touristes reviennent **10 fois** dans le pays, chiffre qui monte à 11,6 pour les Américains et 6,5 pour les Européens.

Les touristes s'intéressent au pays principalement sur recommandations d'amis ou de la famille (55,2%) et voyagent seuls (41,3%), en couple (29,9%) ou en famille (16,5%).

En moyenne, les touristes restent au Costa Rica **12 nuits** (9,7 nuits pour les Américains, 18 nuits pour les Canadiens, 17,7 nuits pour les Européens) et dépensent **1.528,3\$** (1.420,8\$ pour les Américains et 1.681,3\$ pour les Européens). Le Costa Rica héberge 4,5% de la biodiversité mondiale sur un territoire qui représente 0,03% des terres émergées (51 000 km²). Ce chiffre fait de ce pays l'un des plus riches au monde en termes de densité d'espèces, ce qui explique que les activités principales réalisées dans le pays par les touristes sont la **plage** et l'**observation de la faune et la flore**.

Caractéristiques du marché touristique français au Costa Rica :

En 2015, 54.773 Français se sont rendus au Costa Rica, dont 86,2% par voie aérienne. On remarque ainsi une augmentation de +10% de l'arrivée des Français dans le pays par rapport à 2014 et de +55% par rapport à 2010. La France représente 2,05% des arrivées totales de touristes dans le pays et 13,93% des arrivées de touristes européens et se positionne en troisième place des pays européens derrière l'Allemagne et de l'Espagne. Les Français se rendent au Costa Rica principalement pendant les mois de janvier, février et juillet, restent en moyenne 17 nuits sur place, soit 6,3 nuits de plus que les touristes américains, et dépensent 107\$/jour. Ils sont principalement attirés par le pays pour son côté nature et le tourisme vert. Les Parisiens et les Marseillais sont les Français qui se rendent en plus grand nombre au Costa Rica.

Les touristes français ont principalement entre 25 et 34 ans et planifient seuls leur voyage. Ils voyagent principalement par Iberia via Madrid (48%), American Airlines (22,8%), Air France via Panama (9,3%), Delta (5,9%) et KLM (2,1%).

Spécificités et potentiels de développement de l'offre touristique locale :

Le Costa Rica s'est positionné comme un pays vert, tourné vers le tourisme durable. Il manque néanmoins d'expertise dans ce domaine, tout comme dans le segment tourisme social. L'ACOPROT s'est tournée vers l'Ambassade de France et l'Institut Français d'Amérique Centrale (IFAC) pour pallier ce manque par la venue d'experts français pour des formations spécifiques aux professionnels du tourisme.

Ces derniers parlent généralement peu français, en dépit de l'augmentation constante du nombre de touristes francophones (Canada) dans le pays (estimation à +96% en dix ans), qui représente 6% de tourisme

international dans le pays.

L'Ambassade de France au Costa Rica, sous l'impulsion notamment l'Institut français en Amérique centrale IFAC, prévoit d'engager en 2017 une coopération dans le domaine de la formation (formation professionnelle, éducation au tourisme pré- et post- universitaire, français du tourisme), selon une approche intégrée, qui rassemblerait l'ensemble des acteurs (institutions, professionnels du tourisme, instituts de formation).

Initiatives menées pour développer l'offre et l'accueil :

Le Ministre du Tourisme, Mauricio Ventura, a annoncé en juin 2016 la mise en place d'un plan de communication de 8 millions de dollars (40% du budget annuel promotionnel de l'ICT) destiné à quatre pays européens, dont la France, avec l'Espagne, l'Allemagne et le Royaume-Uni. Dans ce cadre, une agence de relations publiques a été embauchée pour réaliser une étude de prospection sur ces quatre marchés prioritaires. En 2017, le Costa Rica sera plus présent en France sur des salons, réalisera des campagnes avec les agences de voyage et compagnies aériennes et des formations professionnelles pour les acteurs du tourisme.

Grâce à l'arrivée cette année de nouvelles lignes aériennes au Costa Rica, le pays s'attend à recevoir plus de 3 millions de touristes en 2016. Afin d'améliorer l'offre présente dans le pays, l'ICT met en place différents plans de travail, comme un plan national de la gastronomie, de l'artisanat, de l'éducation touristique...

Éventuels freins au développement du tourisme sur la destination :

La qualité des infrastructures routières et ferroviaires constitue un frein important au développement économique du pays et donc du tourisme. D'après le Global Competitiveness Report 2015-2016, le Costa Rica se place à la 71ème position (sur 140 pays) en terme d'infrastructure, avec une note globale de 4,0 (1 = extrêmement sous-développé, 7 = développé et efficace). Le pays est classé à la 103ème position avec une note de 3,3 pour la qualité globale de son infrastructure et en 115ème position avec une note de 2,9 pour la qualité des routes.

La situation sécuritaire connaît une certaine dégradation au Costa Rica. On note, depuis plusieurs mois, une augmentation de la délinquance courante et de la criminalité, liée, pour une part importante, à la croissance du narcotrafic et du crime organisé. Le touriste au Costa Rica est donc invité à être vigilant, en particulier à San José et sur les régions côtières (consulter l'onglet « Sécurité » de la Fiche de conseils aux voyageurs au Costa Rica : <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/conseils-aux-voyageurs/conseils-par-pays/costa-rica/>).

Acteurs du tourisme français présents sur le secteur :

De nombreux Français expatriés dans le pays ont monté leur agence de voyage réceptive, hôtel, auberge ou restaurant. Il existe une réelle « mode » du Costa Rica et la Chambre de Commerce et d'Industrie France Costa Rica reçoit quasi quotidiennement des demandes de Français désirant monter une affaire dans le secteur touristique.

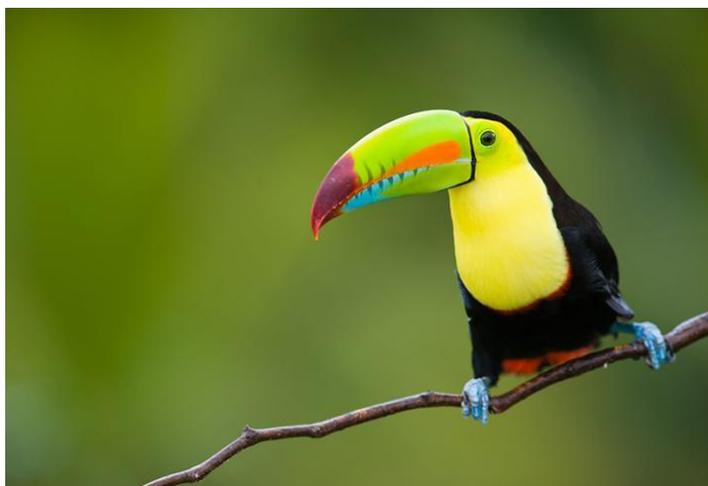
Concurrence internationale :

Présence d'entreprises internationales :

Du fait du nombre important de touristes américains au Costa Rica, plusieurs grandes chaînes d'hôtels américaines sont implantées dans le pays. C'est notamment le cas de Marriott, Hilton, Westin, Radisson, Hyatt, Best Western... Les groupes espagnols Barceló, anglais IHG (Crowne Plaza, Intercontinental, Holiday Inn) et canadien Four Seasons sont également présents avec plusieurs hôtels au Costa Rica.

Accords bilatéraux avec d'autres pays dans le secteur du tourisme :

Le Costa Rica a signé de nombreux accords bilatéraux de coopération économique, qui profitent au développement du tourisme. En Amérique latine, on peut citer notamment les accords avec le Mexique, le Pérou (suppression de l'obligation de visas d'entrée) et la Colombie (ALE prévoyant la promotion des flux touristiques entre les deux pays). Les Etats-Unis, principal partenaire commercial du Costa Rica, et le Canada fournissent (depuis longtemps) des contingents importants de touristes au pays à « Esencial Costa Rica ». L'accord économique Amérique centrale – Union européenne, appliqué depuis 2013, vise également à développer la circulation des personnes. Enfin, le pays s'ouvre de plus en plus à l'Asie, la Chine en particulier.



II - ATTRACTIVITE DE LA DESTINATION « FRANCE »

Chiffres clefs :

En 2015, 5.499 touristes costariciens se sont rendus en France. Les Costariciens ne sont pas soumis aux visas de « courts séjours ». Ils peuvent donc entrer dans l'espace Schengen – en tant que touriste - pour une période de maximum 90 jours, sans visa.

La France est généralement visitée à l'occasion de déplacements dans d'autres pays d'Europe (Espagne, Royaume-Uni, Allemagne, Italie ...).

En Europe, les destinations phares sont les capitales européennes et les principales villes historiques. Longtemps réservés à une élite, les voyages vers le Vieux Continent se sont démocratisés grâce à l'augmentation du pouvoir d'achat, à l'utilisation des cartes de crédit et aux tarifs abordables des tours organisés (à partir de 1500 euros pour 15 jours hors nourriture et voyage aérien depuis le Costa Rica), qui représenteraient jusqu'à 80% des visites (données 2013). Les agences, dans la plupart des cas, proposent un voyage sur 15 jours, principalement en Espagne, en France, en Italie, en Allemagne et en Angleterre.

Perception de la destination France par le marché émetteur :

La France bénéficie d'une image positive au Costa Rica, de par son histoire, sa culture, son art de vivre. Néanmoins, les visites, souvent incluses dans un tour d'Europe, se limitent généralement à Paris et ses alentours (Château de Versailles, Disneyland) sur 3 ou 4 jours, et éventuellement à la côte d'Azur (2 ou 3 jours). Plus secondaires, Lyon et Bordeaux sont d'autres pôles d'attraction (données 2013).

Comme dans le reste du monde, les attentats qui ont touché la France (et l'Europe) ces derniers mois ont cependant refroidi l'enthousiasme des Costariciens pour cette destination, avec, en corollaire, une baisse des ventes de billets d'avions vers l'Europe.

Caractéristiques spécifiques des clientèles qui choisissent la France :

Plutôt la classe aisée costaricienne.

Comparaison avec les destinations concurrentes :

La principale destination des touristes costariciens reste –et restera encore pour longtemps- l'Amérique du Nord, les Etats-Unis en premier lieu, à la fois pour des raisons de proximité géographique (à 2h de la Floride et de Disney Land), culturelles et économiques (les Etats-Unis sont, de loin, le premier partenaire commercial du Costa Rica et le premier investisseur dans ce pays).

Facteurs bloquants :

- L'absence de relations des agences de voyages du Costa Rica avec des tours opérateurs français : les agences de voyages locales font exclusivement appel à des opérateurs espagnols, ce qui limite l'offre à destination de la France.
- La France comme destination touristique est relativement peu connue, en dehors de Paris et à un degré moindre de la Côte d'Azur : les Costariciens ignorent la diversité des régions, du patrimoine (les châteaux de la Loire par exemple) et l'offre de tourisme culturel (routes des vins ; festivals, etc.).

- Voyager en France peut apparaître complexe aux Costariciens : le système de transport (TGV), bien qu'admiré, est perçu comme difficile d'accès (moyen de paiement sécurisé sur internet) ; la langue, les conditions d'entrée (certificat d'hébergement ; réservation d'hôtel), voire la gastronomie sont parfois citées comme source de difficultés pour des touristes non avertis.
- La valeur de l'Euro, en dépit de sa baisse face au dollar depuis plusieurs mois, reste parfois un frein pour les Costariciens, la destination de l'Espagne leur paraissant, à tort ou à raison, plus économique que celle de notre pays.
- Le tourisme à destination des Antilles françaises est marginal, en raison de la complexité des liaisons aériennes (au moins 2 escales, sans correspondance), du coût et peut-être d'une offre trop proche de celle du pays (tourisme de plages et nature). Il est réservé à une clientèle haut de gamme (Saint-Martin et Saint-Barthélémy).

Connectivité aérienne :

Air France a ouvert le 2 novembre 2016 la première ligne aérienne directe entre Paris et San José, prévue pour la saison hivernale, deux fois par semaine. Air France avait inauguré en novembre 2013 un vol Panama-Paris, qui a dynamisé les voyages.

Jusqu'à présent l'Espagne représentait le principal point d'entrée vers la France, avec un vol quotidien d'Iberia San José-Madrid. 46,45% des voyageurs costariciens en 2015 ont emprunté cette ligne aérienne pour se rendre en Europe. 12% ont voyagé par United Airlines, 9% par KLM, 7% par Avianca, 5% par Air France, 5% par Delta, 4% par American Airlines, 3% par Condor, 3% par Lufthansa, 1% par British Airways, 0,79% par TAP, 0,72% par Aeromexico, 0,47% par Swiss Air...

