

<http://ugtg.org/spip.php?article993>



Enquête Expedia 2009 : Les français, pires touristes au monde

- Actualité -



Date de mise en ligne mardi 14 juillet 2009

Copyright © UGTG.org - Tous droits réservés



L'enquête d'Expedia est l'occasion de nous arrêter sur un discours qui refait surface depuis le mouvement de grève du LKP : La crise du tourisme serait liée à la *mauvaise qualité de l'accueil*, d'une part, et au *climat social*, d'autre part.

I - Rappel : En 2004, une anthropologue justifiait le mépris du groupe ACCOR :

En novembre 2002, le groupe français ACCOR, présent aux Antilles depuis 30 ans avait [annoncé son retrait des îles françaises](#) en raison d'un climat social "détestable", d'une " attitude du personnel inamicale voire agressive vis-à-vis de la clientèle " et d'une " productivité franchement mauvaise en dépit des efforts de formation ", selon le terme employé par Gérard Pélisson, son co-président d'alors. Dans un courrier adressé à l'Elysée, le co-président d'Accor s'était dit "convaincu de l'impossibilité pour une entreprise privée d'hôtellerie de rentabiliser même très modestement un investissement, quelles que soient les mesures d'aides possibles apportées par l'Etat."

Dans un [article publié en 2004](#), Stéphanie MULOT, anthropologue à l'EHESS justifiait tout en nuances - mais très largement - les propos racistes et mercantiles de Gérard Pélisson.

Extraits :

En décembre 2002, les « Antilles françaises » furent au coeur d'un débat très médiatisé sur la qualité de l'accueil qu'elles peuvent offrir aux touristes français. A l'époque, le groupe ACCOR avait menacé de se retirer de l'hôtellerie de ces îles françaises pour s'investir davantage sur le marché caraïbéen. L'une des raisons avancées mettait en cause le mauvais accueil réservé aux touristes en Guadeloupe et en Martinique.

[...]

La réaction de certains Guadeloupéens à la menace du groupe Accor avait été particulièrement vive. Ils dénonçaient alors un manque de "respect" et une "arrogance" inadmissibles chez l'entrepreneur qui mettait en doute leurs capacités de serviabilité et d'hospitalité. Or, ces qualités représentent pour les Guadeloupéens les piliers d'un savoir-vivre local et familial, qui ne saurait être remis en question sans toucher à leur identité fondamentale. **Il est**

alors toujours difficile pour certains d'entendre que, vu de l'extérieur, l'accueil qu'ils peuvent offrir dans les services et les commerces, excepté peut-être dans le tourisme de proximité chez un habitant qui en fait son orgueil et son succès, est souvent loin d'être à la hauteur de ce que d'autres sociétés, ayant une culture plus entretenue de l'accueil et du service, indispensable à leur survie, peuvent proposer.

[...]

Dans cette dynamique des rapports sociaux, **les touristes ne sont en fait que des boucs émissaires, les otages visibles d'un règlement de compte** qui n'en finit pas de se jouer aussi au sein de la population guadeloupéenne. En effet, l'abord relationnel en Guadeloupe se fait a priori dans un esprit de méfiance généralisée. L'autre n'est pas envisagé comme un partenaire potentiel dans un échange réciproque, mais au contraire comme un rival présumé dans une relation de dépossession annoncée : non en fonction de ce qu'il est susceptible d'apporter mais en fonction de ce qu'il est soupçonné venir dérober. "Ka i vin chèché la ?" (qu'est-ce qu'il vient chercher là ?) s'interroge la raison populaire dubitative. Ce syndrome de dépossession se joue d'abord entre Guadeloupéens avant de se projeter dans la relation aux Métros.

Note : Extrait de « [Accor et désaccord entre la France et la Guadeloupe : retour sur l'histoire d'un contentieux.](#) »

Stéphanie Mulot,

Docteur en anthropologie de l'EHESS de Paris,

Centre de recherche sur les pouvoirs locaux dans la Caraïbe,

Université des Antilles et de la Guyane, Schoelcher (972).

Aix-en-Provence, Janvier 2003.

Baie-Mahault, Septembre 2004.

II - 2009 : Expedia Best Tourist Global Index :

Présentation :

Selon une enquête réalisée par l'institut [TNS Infratest](#) pour [Expedia](#), numéro un mondial des agences de voyages en ligne, les touristes français sont les pires qui soient.

Cette enquête - réalisée auprès de 4500 professionnels à travers 9 critères allant de la propreté à l'élégance en passant par la générosité ou le savoir-vivre - nous dresse le portrait type du touriste français : un touriste impoli, râleur et grossier, arrogant et hautain, réfractaire aux langues étrangères, pingre, et bien peu enclin à la propreté.

Avants derniers en 2007 & en 2008, les français prennent donc fort logiquement cette année la dernière place du classement.

Faute de constituer une réfutation des propos de G. Pelisson et de la rhétorique de S. Mulot, cette enquête est déjà en soi un agréable renvoi d'ascenseur aux « *nostalgiques de l'imagerie coloniale* » qui fantasment un *antillais jovial et docile et des doudous séductrices aux tenues affriolantes...* au service de touristes [pour rappel] impolis, grossiers, hautains, incultes, radins...

Avant de décrier la mauvaise qualité de notre accueil & de nous inviter à dépasser les *spectres du passé colonial*, ces touristes grincheux, cet opérateur et cette chercheuse feraient donc bien mieux de commencer à balayer devant leurs portes !!!

Le classement :

- 1 : Japonais
- 2 : Britanniques
- 3 : Canadiens
- 4 : Allemands
- 5 : Suisses
- 6 : Hollandais - Australiens
- 8 : Suédois - Américains
- 10 : Danois - Norvégiens - Finlandais - Belges
- 14 : Autrichiens - Néo Zélandais
- 16 : Thaïlandais
- 17 : Portugais - Tchèques
- 19 : Italiens - Irlandais - Brésiliens
- 22 : Polonais - Sud Africains
- 24 : Turcs - Grecs
- 26 : Espagnols
- 27 : Français

Note : Enquête réalisée du 10 au 23 Juin 2009 pour le compte d'Expedia par l'institut TNS, auprès de 4,557 hôteliers d'Europe, du continent Américain (Amérique du Nord & Amérique du Sud), d'Afrique & du Pacifique.

La vérité sur les difficultés rencontrées par la destination Guadeloupe :

La véritable réfutation nous vient d'une étude réalisée en octobre 2008 par Louis Dupont & Alain Salzedo. Il y est encore question du « *touriste français...* »

Extraits :

Le nombre de touristes Français séjournant en Guadeloupe était en 1978 à peu près équivalent à celui des Nord-Américains, soit 34,8% de Français contre 30% de Nord-Américains. Quant aux autres européens, ils représentaient à l'époque 16.4% de la clientèle. Or aujourd'hui, 9 touristes sur 10 (91,6% de la clientèle) séjournant en Guadeloupe sont selon l'Insee de nationalité Française. [...] Selon l'INSEE, 27% seulement de la clientèle touristique Française en Guadeloupe se composent de professions libérales et d'encadrement supérieur. Le reste, dans sa majorité est composé pour l'essentiel, d'employés, policiers, militaires, retraités, et de professions intermédiaires.

[...]

En conséquence, le positionnement adopté aujourd'hui par la Guadeloupe sur le marché du tourisme international a entraîné par rapport à la période précédemment évoquée une modification profonde dans la composition de la clientèle touristique. Les autorités en charge de ce secteur en Guadeloupe ont adopté depuis quelques années, un "positionnement soleil" par rapport au "positionnement île" des années 1970-1980, privilégiant ainsi un tourisme de masse, qui hélas met la destination Guadeloupe en concurrence frontale avec des destinations telles que la République Dominicaine, Cuba, Cancun, Cozumel, Playa del Carmen etc. qui ont adopté toutes le même positionnement mais avec une offre et un rapport qualité-prix beaucoup plus attractifs. C'est ce qui explique en partie les difficultés que rencontre de nos jours la destination Guadeloupe.

Note : Extrait de l'étude : [L'évaluation de la politique touristique en Guadeloupe et de son impact sur l'économie et l'emploi à l'aide de modèles appliqués.](#)

Louis Dupont [The George Washington University] &

Alain Salzedo [Consultant en tourisme]

Octobre 2008

Ibuka - Jozèf

Lundi 13 juillet 2009