



Le tourisme en Thaïlande

Actualisation Juillet 2007

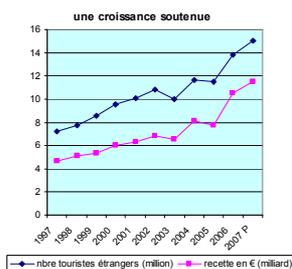
© MINEFE – DGTPE

Prestation réalisée sous système de management de la qualité certifié AFAQ ISO 9001

Le poids économique

Voir également la fiche de synthèse sur « L'hôtellerie et la restauration en Thaïlande » www.missioneco.org/thaïlande

Fin septembre 2007, un guide répertoire sur le tourisme et les achats de fournitures hôteliers au Cambodge, Laos, Thaïlande et Vietnam sera disponible.



Source : Tourism Authority of Thailand

Le nombre de visiteurs dans le Royaume a augmenté en moyenne de 10% par an sur les dix dernières années (1996 – 2006).

En moyenne, en 2005, un touriste a dépensé par jour 81,8 €

Depuis vingt ans, le tourisme constitue un secteur moteur de l'économie thaïlandaise : en 2006, il représentait 6,65% du PIB. Le tourisme représente la deuxième source de recettes du pays, derrière les exportations de composants électroniques, mais devant l'agriculture.

Depuis plus de dix ans, la Thaïlande - en raison de sa diversité géographique et climatique, l'importance de son identité culturelle dont elle jouit par rapport à ses voisins et la grande tradition d'accueil des Thaïlandais - enregistre une croissance ininterrompue du nombre de visiteurs étrangers (13,8 millions - soit + 16% - en 2006). En outre, malgré la récente appréciation de la monnaie locale, qui, a contrario, avait chuté de 50% en 1997, le pays reste une destination particulièrement compétitive. Le pays dispose également d'infrastructures d'accueil de qualité, aussi bien au niveau des transports que de l'hébergement.

Les prévisions de 2007 sont empreintes à la fois d'anxiété et d'optimisme. L'incertitude politique qui gagne le pays, ainsi que les résultats médiocres de janvier et février suite à des annulations après l'attentat du 31 décembre 2006 laissent perplexes beaucoup de professionnels du tourisme. Ceux-ci prévoient une forte décélération de la croissance par rapport à 2006.

Le tourisme thaïlandais dispose d'une grande capacité à surmonter les obstacles et à maintenir un flux important de touristes. En 2003, les épidémies de SRAS et de grippe aviaire sont venues ébranler l'image de « pays sûr » de la Thaïlande. Ensuite, en 2004, ce fut le tsunami qui frappa en pleine saison touristique. En 2006, le coup d'état et les attentats du 31 décembre ont découragé des visiteurs. Enfin, les troubles dans les trois provinces du sud du pays entretiennent, depuis 2003, une atmosphère politique instable. Malgré toutes ces difficultés, la Thaïlande a, chaque année, réussie à retrouver, voire développer, son attrait touristique.

La promotion du tourisme, secteur clé de l'économie thaïlandaise, est confiée depuis 1960 à la *Tourism Authority of Thailand* (TAT). La politique de la TAT pour la période 2006-2008 est définie par le *Tourism Marketing Plan*, dont l'objectif premier est d'opérer une montée en gamme du tourisme en Thaïlande, afin de rompre avec l'image de tourisme de masse qui caractérise encore le secteur.

L'effet tsunami

La Thaïlande continue de ressentir l'effet du Tsunami sur le tourisme : répartition géographique plus équilibrée, et une montée en gamme des cotes dévastées

L'impact du tsunami de décembre 2004

Le tsunami, qui a frappé le 26 décembre 2004, a tué 5 399 personnes en Thaïlande et fait 2 822 disparus (dont 898 touristes occidentaux). De nombreuses infrastructures avaient été détruites. Toutefois, la reconstruction a été presque immédiate mais sans véritable respect des lois sur l'environnement ou, plan précis d'urbanisation. Les hôtels et chaînes haut de gamme ont saisi l'opportunité pour acheter des terrains et faire de cette région une destination, en majorité, pour touristes aisés.

En quelques mois, le gouvernement a réussi à rassurer et à inciter les touristes à revenir en Thaïlande, ce qui aura permis en 2005 de garder un revenu touristique correct de 7.73 milliards d'euros.

Bien qu'aujourd'hui, la cote ouest ait retrouvé tout son attrait, le reste de la Thaïlande a vu sa fréquentation et ses recettes touristiques augmenter. L'effet Tsunami a permis d'équilibrer géographiquement les revenus du tourisme en Thaïlande.

Le tourisme MICE

Le MICE génère un revenu de 1.2 milliard d'euros en 2006

En 2005, le prix moyen de la chambre à Bangkok était de 87€.

Le Gouvernement, par le biais du Board of investment promeut les investissements sur ce segment de l'hôtellerie

Le tourisme d'affaire : un segment porteur

La Thaïlande, et plus particulièrement Bangkok, est une destination phare pour le tourisme d'affaire, appelé MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition). En concurrence avec ses voisins, Singapour et Hong Kong, Bangkok cherche à développer ce segment qui est très lucratif comparé au tourisme de loisir. Le MICE représente plus de 10% des recettes du tourisme avec seulement quelques centaines de milliers de congressistes. Le principal atout de Bangkok reste encore les prix peu élevés proposés pour des services identiques à ceux des concurrents

Un des principaux freins au développement du MICE est le peu d'offre d'hôtels de luxe, comparé à Singapour, Hong Kong et Shanghaï. On constate, aujourd'hui une explosion des constructions d'hôtels 4/5 étoiles pour répondre à ce manque.

La conjoncture pour le début 2007 est moins bonne que ce que les autorités thaïlandaises avaient prévu. De nombreux visiteurs d'affaire ont annulé leur voyage à Bangkok, effrayés par l'attentat de la Saint Sylvestre. Mais quelques mois plus tard, Bangkok a retrouvé son rythme de croissance touristique.

La destination Thaïlande

La TAT, autorité thaïlandaise en matière de tourisme, prévoit pour 2007 une augmentation des visiteurs internationaux de près de 1 millions ce qui générerait un revenu de 11.5 milliard €.

Les nouvelles destinations tendances de 2006 sont Koh Chang et Koh Lanta

Une destination phare du tourisme mondial

La Thaïlande offre un large panel d'activités touristiques qui lui permettent, en 2006, d'apparaître dans les tops 10 suivant : des vacances balnéaires, des destinations familiales, du tourisme d'affaire et des séjours recherchés pour la vie nocturne. Grâce à ces deux derniers, Bangkok continue à drainer le tiers des visites touristiques annuelles à destination de la Thaïlande, avant les plages et les nombreuses îles ouvertes sur le golfe de Thaïlande et la mer d'Andaman.

Plusieurs sites ont acquis une réputation internationale (Pattaya, Phuket), alors que d'autres occupent déjà une position confortable sur le marché (Ko Samui, Ko Samet, Krabi), position qui s'est renforcée après le tsunami, notamment pour Ko Samui et Ko Samet. Certaines de ces stations balnéaires souffrent aujourd'hui des excès et dérives du tourisme de masse : dégradation de l'environnement, urbanisation incontrôlée, tourisme sexuel, notamment Phuket et Pattaya.

Le nouvel aéroport international de Bangkok, Suvarnabhumi, ouvert le 29 septembre 2006, sera un atout pour le développement du tourisme, tant d'affaire que de loisir.

Nombre de visiteurs par zones de provenance 2006

| pays d'origine | 2006 | |
|----------------|-------------------|-------------|
| | Entrées (millier) | variation % |
| ANSEAN | 3 556 | + 14,74 |
| dont Malaisie | 1 578 | + 17,67 |
| Japon | 1 293 | + 9,43 |
| Chine | 1 033 | + 35,62 |
| USA | 640 | + 9,43 |
| Allemagne | 507 | + 16,35 |
| France | 319 | + 22,71 |

Sources : Tourism Authority of Thailand

La France et la Thaïlande ont signé en juillet 2004 un Accord-cadre de Coopération dans le domaine du tourisme. Les objectifs étant de promouvoir mutuellement les deux destinations

Un nouveau genre de tourisme, très lucratif, se développe en Thaïlande. Le tourisme médical, qu'il s'agisse de soins de confort et esthétiques ou de traitements de pathologies lourdes (orthopédie, cardiologie, oncologie), connaît un développement considérable. La bonne qualité des infrastructures et la qualité reconnue des agents médicaux thaïlandais, ajoutés aux coûts des soins excessifs dans certains pays occidentaux expliquent ce tourisme qui est mis en avant par les autorités thaïlandaises. On estime, en 2006, à plus de 1 millions le nombre de touristes à but médical, générant près de 580 millions d'euros.

La fréquentation touristique en Thaïlande a pour caractéristique majeure une grande saisonnalité. Deux pics d'arrivées peuvent être observés : le premier (et le plus important), de novembre à mars, correspond à la saison fraîche en Thaïlande alors que le second, en juillet/août, correspond aux vacances d'été dans les pays occidentaux.

Les touristes en provenance d'Asie orientale représentent de loin le premier groupe de visiteurs en Thaïlande, Malaisiens et Japonais se détachant nettement. Mais, l'Europe est, aujourd'hui, la région qui connaît les plus importantes augmentations de visiteurs : arrivent en tête les Allemands, les Anglais et les Français. La diversité des zones de provenance des touristes évite à la Thaïlande de dépendre de la conjoncture d'une seule région du monde. Cependant, la baisse de fréquentation du sud par les touristes en provenance d'Asie orientale se ressent depuis le début de l'année.

Le pays cible également de nouveaux marchés, tels l'Inde ou le Moyen-Orient, et surtout la Chine qui présente un potentiel majeur pour l'industrie touristique thaïlandaise. Le Gouvernement entend également renforcer le tourisme national, en encourageant les Thaïlandais à découvrir leur pays.

Pour vous accompagner dans vos démarches d'implantation ou de développement commercial en Thaïlande, la Mission Economique de Bangkok peut vous aider de plusieurs manières :

Informations économiques sur votre secteur d'activité et sur le cadre général des affaires en Thaïlande;

- **Réalisation d'études de marché** sur mesure tant pour une approche B to B que pour une analyse de la consommation et comportement d'achat ; 122 à 2300 €
- **Réalisation d'une enquête prospects** suivie éventuellement de l'organisation d'une mission sur place avec rencontre d'une sélection de contacts recherchés sur la base d'un cahier des charges – de 275 à 825 €

La Mission Economique de Bangkok vous propose également les publications de guides d'affaire, une manière efficace et détaillée d'approcher le marché thaïlandais:

- **Le Guide "Ouvrir un point de vente en Thaïlande"** – 60 €: Les PME et TPE qui souhaitent créer un commerce à l'étranger trouveront dans cette publication une présentation claire des principales étapes et formalités de l'ouverture d'un point de vente ainsi qu'un répertoire de contacts administratifs pour engager les démarches.
- **Le Guide "S'implanter en Thaïlande"** – 25 € : Le guide permet d'appréhender l'environnement juridique et fiscal de vos investissements à l'étranger et de préparer efficacement vos projets d'implantation. Toutes les démarches et procédures nécessaires ainsi que des témoignages sont présentés dans la publication.
- **Le Guide «L'essentiel d'un marché –Thaïlande »** - 24 €: Ce guide, synthétique et concret, vous donnera toutes les informations clés pour tirer le meilleur parti des opportunités du marché thaïlandais et acquérir une bonne connaissance des circuits d'importation et des réglementations.
- **Lettre de Thaïlande** – 77 € : Votre lettre mensuelle d'information qui éclaire et analyse l'actualité

économique, financière et commerciale du Royaume de Thaïlande

Des répertoires d'acheteurs sont publiés par la Mission Economique de Bangkok afin d'obtenir, pour des filières sectorielles, les éléments clés du marché, ainsi que des fiches détaillées présentant les principaux opérateurs, importateurs et distributeurs, comme par exemple :

- **Le marché des vins et spiritueux en Thaïlande** – Répertoire des importateurs/ distributeurs ayant marqué de l'intérêt pour l'offre française – 122 €
- **Le marché des décorateurs d'intérieurs en ASEAN** – guide régional, 235€
- **Les nouvelles compagnies aériennes et low-costs en Asie du Sud Est** – guide régional, 235€
- **Le marché des équipements et fournitures pour l'hôtellerie au Cambodge, Laos, Thaïlande et Vietnam** – guide régional à paraître en octobre 2007.

Pour plus d'information sur nos publications ou sur des prestations personnalisées, veuillez contacter :

Gérald Petit, Tél. : (66 2) 233 95 22 (gerald.petit@missioneco.org)

Copyright

Tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation expresse de la Mission Economique de BANGKOK (adresser les demandes à bangkok@missioneco.org).

Clause de non-responsabilité

La ME s'efforce de diffuser des informations exactes et à jour, et corrigera, dans la mesure du possible, les erreurs qui lui seront signalées. Toutefois, elle ne peut en aucun cas être tenue responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication qui ne vise pas à délivrer des conseils personnalisés qui supposent l'étude et l'analyse de cas particuliers.



Auteur : Brunehilde LLOPIS
Mission Économique
Adresse : 942 Rama IV Road - Charn Issara Tower 1, 25th Floor G.P.O. Box 1394
BANGKOK 10500
THAÏLANDE
Rédigée par : Brunehilde LLOPIS
Revue par : William Pecriaux

Actualisation juillet 2007