



## Russie

**À retenir :** progression spectaculaire d'arrivées de la clientèle russe en France, **en moyenne de 30 %** confirmant ainsi la vitalité et la réactivité du marché.

### LEXIQUE

**Bonjour :** Dobry dien ou zdrastvuytie ou zdrastie  
**Bienvenue :** Dobra pajalovat  
**Bon séjour :** Priyatnava otdykha  
**Merci :** Spassiba  
**Au revoir :** Da svidania  
**A bientôt :** Da skoroi vstrietchi

### CARTE D'IDENTITÉ (2017)

Superficie : 17 125 191 km<sup>2</sup>  
 Population : 146,8 millions d'habitants  
**L'économie russe :**  
 Croissance économique : + 1,4 %  
 Taux d'inflation : + 3,7 %  
 Taux de chômage : 5-6 %  
 PIB/Hab (Prix constants \$) : 11 099



### DONNÉES FRANCE

**2017 :** + 60 % de visa délivrés grâce à une procédure de délivrance , simple et rapide (48h). Environ 40% sont des visas de primo-demandeurs Schengen, soit des voyageurs qui ont choisi la France pour leur premier voyage en Europe.

**850 000 touristes** en 2017 (+ 10,7 % par rapport à 2016),  
**6,9 millions de nuitées** (+ 42,3 % par rapport à 2016),  
**731 millions d'euros de recettes** touristiques.

### DONNÉES OCCITANIE

**INSEE Hôtel :** moins de 2 % des nuitées étrangères totales (34 340 nuitées).

### DONNÉES GERS



**Offices de Tourisme\* :** - de 2 % des contacts « étrangers »,  
 Chemins de Saint-Jacques\* : N.S.,  
 Centrale de Réservation Gers Réservation Tourisme : N.S.,  
**Fluvial : Enquête Baïse CDT 32/47 :** 6<sup>ème</sup> position, 7 % de la clientèle étrangère  
**INSEE Hôtel :** 9<sup>ème</sup> position, 3 % de la clientèle étrangère (835 nuitées),

INSEE Camping : N.S.,

**Flux Touristiques (Flux Vision Tourisme) :** moins de 2 % de la clientèle étrangère.

\*Outil comptage / GRC Destination Gers

N.S. : non significatif



## Russie

### DONNÉES COMPLÉMENTAIRES

#### COMPORTEMENT

- **Une clientèle doublement qualitative**

Ce sont des voyageurs avec un niveau de dépenses élevées (24 mlrd de dollars en 2016, en forte progression en 2017 - source OMT), c'est également une clientèle qui connaît la culture et l'histoire de la France et qui sait les apprécier.

- **Une clientèle qui voyage depuis peu**

La clientèle russe a commencé à voyager dans les années 90, mais elle devient rapidement mature avec des centres d'intérêts très diversifiés : la culture en premier lieu lorsqu'il s'agit des destinations européennes, mais aussi l'oeno-gastronomie, le bien-être, le shopping, les sports d'hiver, le tourisme d'affaire, le bien-être.

#### COMMENTAIRES

##### Orientations stratégiques :

- **Renforcer la communication vers le grand public** et poursuivre les actions vers les professionnels dont le réseau complexe est en constante évolution. Un accent particulier est mis sur les **relations avec les médias et des influenceurs**.
- **Donner une image de la France accessible et accueillante**, une France créative et ouverte, communiquer positivement en s'appuyant sur les grands événements, les marques mondiales de destination.
- **Développer les thématiques MICE**, oeno-gastronomie, montagne en hiver et montagne en été, bien-être auprès des cibles Millenials, DINK's (Couples actifs sans enfant), familles et Village Mondial.

Sources : Atout France ; Memento du Tourisme - DGE ; INSEE ; CRT Occitanie ; CDT Destination Gers ; FVT Orange Visit Data ; Aéroport Toulouse Blagnac ; Eurostat ; Enquêtes Insee 2018 dans l'hôtellerie et l'hôtellerie de plein air (Campings d'avril à septembre; Hôtels de janvier à décembre), <http://atout-france.fr/notre-reseau/russie>