

# FICHE MARCHÉ MEXIQUE

BOURGOGNE  
FRANCHE  
COMTÉ

TOURISME



## COUP D'OEIL SUR LE PAYS



### - ÉCONOMIE -

Le Mexique possède la deuxième économie d'Amérique latine (1ère : Brésil) et 15ème mondiale, avec un PIB de 1046 milliards de dollars en 2017. Sa croissance économique est régulière depuis une vingtaine d'années. Lors de la dernière décennie, le PIB national du Mexique a progressé de 2,5 % par an, et le PIB par habitant a progressé de 3,8% par an ; la croissance du PIB mexicain devrait se consolider, à l'avenir, autour de 3% par an. Mais globalement, la santé économique du pays et son développement laissent espérer des perspectives florissantes pour le tourisme mondial avec des classes moyennes et supérieures de plus en plus importantes.

### EN 2017

Taux de croissance : +2,1%

Taux de chômage : 3,4%

Taux d'inflation : 6%

PIB par habitant : 17 274 USD (2016)

Monnaie : peso mexicain



### - GÉOGRAPHIE ET POPULATION -

Le Mexique est un territoire qui s'étend sur 1 964 380 km<sup>2</sup>, soit près de quatre fois la France métropolitaine. Il partage environ 3 200 km de frontière avec la première puissance mondiale que sont les Etats-Unis. Mais cette frontière est très surveillée, d'autant plus depuis l'élection du président américain Donald Trump.

La densité de population du pays est moyennement élevée. On compte en moyenne 65 habitants au km<sup>2</sup>. La population vit en majorité dans la moitié sud du pays avec une concentration autour de la capitale qui se trouve à mi-chemin entre le golfe du Mexique et l'océan Pacifique. La capitale, Mexico, située dans les terres, compte plus de 21 millions d'habitants. La langue officielle est l'espagnol comme la très grande majorité des pays d'Amérique latine.



### - POLITIQUE -

Sous leur nom officiel, les Etats-Unis mexicains sont un état régi par une République fédérale à régime présidentiel, composée de 32 états. Depuis 2017, le président est Andres Manuel Lopez Obrador.

Les premiers partenaires politiques et économiques du pays sont les Etats-Unis. Cependant depuis la prise de fonctions de Donald Trump, et ses revendications sévères à l'égard du Mexique, l'état mexicain s'efforce de sortir d'une relation trop exclusive avec son voisin du Nord et travaille à diversifier ses partenaires extérieurs.



### - VACANCES ET CONGÉS -

L'année scolaire débute en septembre et s'achève en juin. Le rythme des vacances est typique de l'hémisphère nord, avec une grande coupure estivale et deux à trois coupures, plus brèves, qui correspondent aux fêtes traditionnelles, qui ne sont autres que les fêtes religieuses Noël et Pâques. Ainsi, à Pâques, les élèves ont deux semaines de coupure, l'été leur permet de profiter de deux mois de vacances en juillet et août puis ils clôturent avec 2 semaines de congés pour la période des fêtes de Noël. Pour les travailleurs, la loi mexicaine prévoit que la durée des congés payés ne peut être inférieure à 6 jours ouvrés par année. Mais cette durée reste faible, bien qu'elle augmente avec l'ancienneté dans l'entreprise.



### - CULTURE ET CADRE DE VIE -

Un développement des nouvelles technologies, des opportunités d'accès au crédit et la montée d'un marché du luxe au Mexique témoignent d'un développement réel de l'économie et d'une amélioration du niveau de vie pour la population mexicaine. Il existe en revanche une grande disparité du pouvoir d'achat au sein du pays.

Les Mexicains sont de gros consommateurs de manière générale, et ils ont facilement et régulièrement recours aux crédits à la consommation et aux paiements en plusieurs fois sans frais. Enfin, il faut savoir que la carte de crédit fait partie intégrante du statut, tout comme les choix des marques ou la destination de vacances.

# FICHE MARCHÉ MEXIQUE

BOURGOGNE  
FRANCHE  
COMTÉ

TOURISME



## PROFIL CLIENT

### - TYPE DE SÉJOUR -



En famille parfois élargie pour les classes moyennes



Voyageurs fréquents expérimentés



15% de familles show-off (expérience unique et d'exception)



Jeunes: voyagent en FIT car plus autonomes et multilingues

### - DESTINATION FRANCE -

La France est quasi-incontournable au sein des séjours en Europe, organisés en circuits multi-pays, mais elle est plus difficilement choisie comme destination unique.

Pour les visiteurs mexicains, la France incarne les atouts attendus d'une destination à l'étranger, notamment grâce : aux villes, aux lieux célèbres à visiter, à la beauté du patrimoine naturel, au fait de ne pas ou plus avoir besoin de visa, à la gastronomie, aux vignobles et aux produits du terroir ainsi qu'à l'art de vivre.

En conséquence, on constate un taux de repeaters élevé : 93% reviennent au moins une fois au cours de leur vie, et 37% reviennent sous 2 ans.

### PRÉFÉRENCES



28% logent en 5 étoiles et Palaces et 19% en 4 étoiles



Hôtel: utilisé dans 92% des voyages incluant la France



Séjours urbains: 62% en font régulièrement



Farniente: 45% en font régulièrement



Fêtes, sorties et shopping

### - MODES DE CONSOMMATION -



60 % des Mexicains considèrent Internet et les applications institutionnelles comme un facteur d'influence important dans le choix de la destination. Ils sont 75% à s'en servir comme moyen principal d'informations.



Les réservations mexicaines pour la France sont effectuées à 29% entre 2 et 6 mois avant la date de départ, à 28% entre 1 mois et 15 jours avant le départ, à 21% entre 2 mois et 1 mois avant la date de départ et à 11% moins de 15 jours avant le départ.



Les voyageurs mexicains sont 59% à avoir réalisé leurs réservations de voyage pour la France en autonomie et 17% à avoir réservé un forfait packagé (transport+ hébergement) via une agence de voyage.



Les Mexicains qui viennent en France (séjour Europe dont France et uniquement France) dépensent en moyenne 170\$ par jour et par personne pour des séjours durant en moyenne 15 jours. Pour rappel, la moyenne pour l'ensemble des séjours à l'étranger est de 140\$. Pour les séjours incluant la France, le budget moyen global pour des séjours de 6 nuits ou plus est de 6 250\$.

# FICHE MARCHÉ MEXIQUE

BOURGOGNE  
FRANCHE  
COMTÉ

TOURISME



## COMPORTEMENT TOURISTIQUE

### - A L'INTERNATIONAL -



129 millions  
d'habitants en 2017



19 millions  
de départs à l'étranger  
en 2017



12,7 milliards d'euros  
de dépenses  
touristiques à l'étranger



34% des départs à  
l'étranger liés à un motif  
professionnel



Durée moyenne de  
séjour: 13 jours

### - EN FRANCE -



477 570 départs en  
2016 (18<sup>ème</sup> rang)



9,1 millions de nuitées en  
2016



Durée moyenne de séjour :  
13 jours (séjour en France  
uniquement) et 8 jours (séjour  
Europe dont France)



Taux d'intermédiation\* :  
38% (via AV tradition-  
nelles)



2<sup>ème</sup> destination  
Etrangère préférée (1<sup>ère</sup>  
Etats-Unis)



45% des séjours Europe  
incluent la France

\*Taux d'intermédiation : Il s'agit de la part des achats ou réservations effectuées auprès d'un intermédiaire (agence de voyage, tour opérateur, grossiste, etc.)

### - EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ -

#### - ANNÉE 2017 -



Durée moyenne de séjour :  
1,6 jour en 2017



26 200 nuitées  
1,3% des nuitées étrangères

#### - ATOUTS RÉGIONAUX -



Vins et oenotourisme



Gastronomie (grande  
tradition gastronomique  
au Mexique)

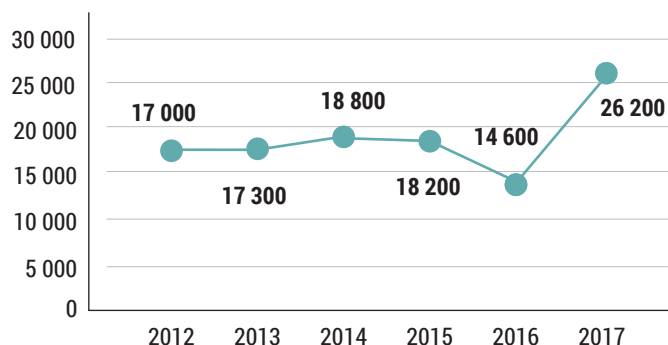


Patrimoine (notamment  
religieux)



Accessibilité depuis  
Paris (parcours Pa-  
ris-Bourgogne-Val de  
Loire ou Paris-Bour-  
gogne-Lyon-PACA)

Evolution des nuitées latino-américaines en hôtels  
en Bourgogne-Franche-Comté



# FICHE MARCHÉ MEXIQUE

BOURGOGNE  
FRANCHE  
COMTÉ

TOURISME



## BONNES PRATIQUES

### - AVANT LE SÉJOUR -

Afin d'aborder le marché mexicain, il faut savoir cibler son offre en fonction du type de clientèle que l'on recherche: le marché mexicain est très segmenté, entre les familles show-off, les visiteurs réguliers cherchant le très haut de gamme, les jeunes plutôt indépendants et les familles de classes moyennes qui veulent une expérience exceptionnelle pour tous. De plus, il existe une fragmentation de l'offre d'intermédiation sur le marché mexicain qui oblige à cibler son offre. Il faut cependant noter que l'ensemble de ces segments sont porteurs et qu'un segment de néophytes moins fortunés tend à se développer et constitue un potentiel important pour l'avenir.

En terme de communication, il faut bien entendu travailler sa visibilité sur internet et traduire son site en espagnol et à minima en anglais, car 40 % des Mexicains utilisent le net au quotidien et ce chiffre ne va cesser de croître. De plus, cela tend à retarder les réservations, car de plus en plus de voyageurs mexicains réservent leurs séjours via internet.

### - DURANT LE SÉJOUR -

A leur arrivée, les voyageurs mexicains apprécieront une prise de contact chaleureuse et accueillante, d'autant plus en espagnol. De plus, la présence d'informations en espagnol permet de les rassurer. Personnaliser les conseils qu'on leur donne est également très apprécié par les clients mexicains. Ils voyagent souvent en groupe et visitent plusieurs régions, ils sont parfois en groupe multi-générationnels: grand-parents, parents, enfants: il faut donc essayer de satisfaire tous les âges. Les circuits religieux remportent un vif succès, c'est une population très catholique. Pour mémoire, Santa Maria de Guadalupe, la vierge vénérée par tous les peuples latino-américains accueille des personnes de toute l'Amérique latine, ce site peut être comparé à Lourdes. Au cours des activités pratiquées, les touristes mexicains sont peu gênés par les files d'attente, car ils anticipent ces situations. Cependant, ils cherchent des moyens pour s'occuper et la présence de Wi-Fi gratuit est un vrai plus dans ce cas. Ce sont d'ailleurs des voyageurs très connectés et multi-équipés, qui utilisent beaucoup leurs appareils.

En France, on retrouve les Mexicains dans des activités telles que la gastronomie, pour laquelle ils ont un très fort intérêt. Ils viennent découvrir les classiques de la gastronomie française, mais varient les plaisirs en essayant aussi des brasseries traditionnelles par exemple. Les touristes mexicains apprécient également les visites culturelles, notamment les sites religieux, et les sorties urbaines durant lesquelles ils aiment faire la fête. Ils apprécient également de faire un peu de shopping et de se balader dans les quartiers touristiques liés au shopping. Leurs achats sont très diversifiés (des souvenirs aux produits de luxe) et sont plus souvent des achats coups de cœur que pour d'autres nationalités. Globalement, les touristes mexicains apprécient beaucoup de découvrir de nouvelles choses et de se dépayser. Ils aimeraient pouvoir tout faire durant le séjour et recherchent des moments forts en émotions, mais sont soucieux de la fluidité du séjour.

Au quotidien, les Mexicains ont des habitudes de repas décalées par rapport aux nôtres. Ils prennent leur petit-déjeuner entre 8h et 11h, le déjeuner se fait entre 14h et 16 h et ils dînent tard également, entre 21h et 23h en général. Les voyageurs mexicains sont habitués à recevoir du service partout, car ils ont souvent du personnel à domicile. Ils sont prêts à payer pour ce service: porteurs, valets de parking.

### - APRÈS LE SÉJOUR -

La mise en place d'un suivi est appréciée par les touristes mexicains. Il ne faut pas hésiter à montrer qu'on ne les a pas oubliés. Pour ce faire, il est important d'envoyer les nouveautés exclusives et les mises à jour en ciblant tous les segments de clientèle, car ils ont tous un potentiel touristique important. Il faut aussi rester attentif et réactif aux retours que font les Mexicains sur les réseaux sociaux car ils sont actifs dans ce domaine. Il est facile de conserver un contact amical avec eux sur les réseaux sociaux et de créer une véritable relation qui durera dans le temps. Pour les prestataires, il faut travailler avec les grosses agences réceptives à Paris et à Madrid car elles sont les intermédiaires des agences mexicaines en Europe.

### - POUR EN SAVOIR PLUS -

Consultez le site : [pros.bourgognefranche.comte.com](http://pros.bourgognefranche.comte.com)

**Emmanuelle HEZARD-HERVIEU**

Direction de la promotion

Tel : 03 80 280 291

[e.hezardhervieu@bfctourisme.com](mailto:e.hezardhervieu@bfctourisme.com)

Sources : INSEE, DGE, ATOUT France, CRT Bourgogne-Franche-Comté, Mémento du Tourisme