

LE MARCHÉ BRITANNIQUE À LA FIN DU XIX^e SIÈCLE ET AU DÉBUT DU XXI^e SIÈCLE

Pierre Gourand

Les Anglais ont certainement été les premiers touristes à fréquenter nos rivages, qui, le nom n'ayant été inventé par Stéphane Liégeard qu'en 1888, n'étaient pas encore ceux de la Côte d'Azur. Sans doute, quelques jeunes aristocrates britanniques qui, selon la coutume, effectuaient le « Grand Tour » sur le continent avant de s'établir dans leurs terres, avaient-ils goûté la douceur du climat et décidé de revenir y faire des séjours d'hiver.

La présence d'unités anglaises dans les eaux de la Méditerranée pendant la Guerre de Succession d'Autriche en 1743-48 semble avoir incité la « gentry » à faire de Nice son lieu de villégiature hivernale préféré. Mais le véritable lancement de la « French Riviera » sera l'œuvre de Tobias G. Smollett, médecin et homme de lettre écossais, qui séjourna à Nice de 1763 à 1765 pour y soigner sa « scrofule ». A son retour en Angleterre, il publia un livre « Voyages à travers la France et l'Italie » avec une description particulière de la ville, du territoire et du climat de Nice. L'ouvrage eut un certain succès, à la suite duquel un certain nombre d'Anglais vinrent sur la Côte d'Azur pour y soigner leurs poumons, d'autant que le courant avait été entretenu par un autre ouvrage, publié en 1820, par un autre médecin, le Docteur J.B. Davis.

C'est toutefois ce qu'on appelé « la période Sarde » de 1815 à 1860, alors que le Comté de Nice était sous la domination du Roi de Piémont-Sardaigne, qui a été la grande période britannique sur la Côte d'Azur au XIX^e siècle. Un quartier de Nice (La Croix de Marbre) fut appelé le « Newborough », tellement il y avait d'Anglais qui y résidaient. On sait que c'est le Révérend Lewis Way, chapelain de l'Eglise Anglicane, qui, pour aider les niçois lors d'une crise économique, finança les travaux de construction d'un chemin en bord de mer qui deviendra, bien des années après « La Promenade des Anglais ».

Le tourisme était à cette époque tellement anglais qu'on rapporte qu'en 1851, Alexandre Dumas, qui était descendu à l'Hôtel d'York, demanda au propriétaire de quelle nationalité étaient les nouveaux arrivants, celui-ci lui aurait répondu : « ce sont des Anglais, mais je ne saurais vous dire s'ils sont Français ou Allemands... ». En effet, « Anglais » signifiait touristes. Il ne faut pas oublier que Cannes fut lancée par Lord Brougham, ancien Chancelier d'Angleterre, qui, refoulé à la frontière du Comté de Nice par un cordon sanitaire à cause du choléra qui sévissait en Provence en 1834, s'établit dans un petit village de pêcheurs, qui n'avait que cinq rues : Cannes. Il s'y plut tellement qu'il y resta et y mourut quelques trente ans plus tard, non sans avoir fait de son « village », une station internationalement connue.

Toutefois la forte présence britannique ne se démentit pas après le rattachement du Comté de Nice à la France en 1860, en particulier à la Belle Epoque. Comment ne pas mentionner les séjours que fit à Nice, à l'Hôtel Régina de Cimiez, de 1895 à 1899, la Reine Victoria, le souverain le plus puissant de son époque ? Elle entraîna avec elle, non seulement l'aristocratie anglaise, mais également de nombreux autres souverains régnants, et une foule d'autres anglais de toutes les classes sociales qui remplissaient aussi bien les hôtels de luxe que les pensions les plus modestes.

C'est dire, tout ce que doit aux Anglais le tourisme azuréen.

Alors où en est-on à notre époque ?

En 1996, le Comité Régional du Tourisme Riviera-Côte d'Azur, considérait que le marché britannique était toujours un marché « leader » pour notre région mais dans de moindres proportions qu'avant la Première Guerre Mondiale.

Sur un total estimé à 7,8 millions de séjours touristiques, les étrangers assuraient 4 millions de séjours. Or, parmi ces séjours internationaux, les Anglais venaient en seconde position derrière les Italiens, avec 490 000 séjours par an, soit 12,4 % des séjours d'étrangers, loin devant les Américains et les Allemands.

Cette même étude précisait qu'en raison d'une durée de séjour plus élevée que la moyenne, la part des nuitées anglaises dans les hôtels s'élevait à 14% des nuitées étrangères. C'était, estimaient les spécialistes, un marché traditionnel et très fidèle, même si la demande, en raison des offres diverses et à très bas prix faites par les pays du pourtour méditerranéen qui s'éveillaient au tourisme, avait tendance à fléchir. Il faut également noter que si la majorité des touristes britanniques (environ 65 %) résidaient chez des amis, dans leur famille ou dans des résidences de tourisme, l'hôtellerie se taillait tout de même la part du lion avec 164 000 séjours et 577 000 nuitées, dont à peu près la moitié, dans des hôtels haut de gamme (4 étoiles).

On doit aussi signaler que c'est véritablement à cette époque que la Côte d'Azur, qui était à l'origine considérée seulement comme une destination de vacances et de loisirs, commençait, aux yeux du marché anglais à apparaître comme une excellente destination « affaire-congrès », grâce surtout au développement de l'aéroport de Nice-Côte d'Azur et à ses nombreuses dessertes non seulement de Londres, mais également de Manchester, Birmingham, Edimbourg, etc ...

Le rôle des « tours-opérateurs » dans le développement du tourisme britannique de l'époque, avant l'arrivée d'Internet, ne doit pas être négligé. Sur les 350 « tours-opérateurs » qui programmaient la France, 63 offraient des séjours sur la Côte d'Azur, tout comme les 7000 agents de voyage détaillants, qui proposaient aux touristes anglais, toujours très « price conscious » et pratiquant la religion du « value for money », un grand nombre de voyages individuels à forfait (FIT), qui permettaient aux plus « regardants » de venir séjourner sur la Côte à des prix sensiblement égaux à ceux proposés par les autres pays du pourtour méditerranéen. On ne peut mentionner ce bref aperçu du marché britannique sur la Côte d'Azur des années 1990, sans mentionner l'influence de deux ouvrages de Peter Mayle « A year in Provence » et « Hôtel Pastis » qui ont eu beaucoup de succès et qui montrent bien l'attachement presque viscéral des britanniques pour notre région, leur amour pour l'authenticité et leur rejet du tourisme de masse.

Une autre étude du CRT Riviera-Côte d'Azur de 2007 donne une vision du marché britannique (incluant l'Irlande) légèrement différente.

Ce marché, y dit-on, représente encore environ un million de séjours annuels, un potentiel aussi important que l'Italie. Ce serait l'explosion de l'offre en « low cost » qui aurait dopé la demande de ces dernières années, compensant ainsi la « crise » du début des années 90.

En examinant les statistiques, on s'aperçoit toutefois que le « pic » de la fréquentation britannique récente se situe autour des années 2001 à 2003 et que l'on note un certain fléchissement pour les années 2006-2007. Si la fréquentation des hôtels au cours de ces années 2000 semble être restée relativement stable, il semble en revanche que celle des résidences de tourisme ait très nettement fléchi, ce qui est difficile à expliquer pour un marché aussi « price conscious » que le marché britannique.

Sur le nombre des nuitées hôtelières passées en France, précise l'étude, les Britanniques en réalisent plus de 7 % sur la Côte d'Azur. Après avoir fortement baissé entre 1986 et 1992, la fréquentation hôtelière britannique est remontée régulièrement pour retrouver en 2005 le niveau de 1986. On y voit un regain d'intérêt pour notre région qui se traduit par une nouvelle augmentation du marché en 2008.

En effet, la part des Britanniques dans la fréquentation hôtelière étrangère n'a quasiment pas cessé de croître depuis une vingtaine d'années, mis à part la période 1991-

1996. On est passé de 10 % en 1985 à 15 % en 1989-90 puis à plus de 20 % en 2001 pour atteindre 23 % en 2005 grâce à une durée de séjour supérieure à la moyenne. Il apparaît que, depuis 2001, la fréquentation étrangère de la Côte d'Azur soit étroitement dépendante de l'évolution du marché britannique.

La demande britannique se répartit particulièrement bien sur l'année, surtout entre avril et octobre, la période de pointe étant août-septembre pour les transports aériens, juin-juillet pour les hôtels et mai pour les résidences de tourisme, le mois de décembre étant évidemment le plus creux.

Si les séjours britanniques ont fortement progressé à Cannes, Monaco, Antibes et Nice, la progression est moins sensible sur le littoral est. Nice reste très nettement en tête de la demande avec 42 % des séjours, en revanche la demande pour le Moyen et le Haut Pays reste très modeste. Malgré la progression du tourisme d'affaires qui ne représente hélas que 6 % du marché britannique, la majorité des séjours des Anglais (70 %) ont pour motif les loisirs, les vacances et le tourisme. Contrairement à ce que l'on pourrait croire, le marché britannique est un marché touristique relativement jeune. Seulement 18 % de la clientèle a plus de 60 ans.

A l'analyse de ces enquêtes et des commentaires des divers spécialistes et malgré ce qui peut apparaître comme des variations importantes dans les statistiques, on remarque tout de même une remarquable stabilité du marché anglais sur la Côte d'Azur. Il semble que la tradition, l'histoire et les liens indissolubles qui se sont créés au cours des ans et des saisons touristiques entre les deux pays l'emportent largement sur les fluctuations économiques et les « avatars » politiques. La fréquentation des Britanniques a certes évolué, mais elle a survécu aux crises, aux offres diverses des autres pays du pourtour méditerranéen, à l'évolution des modes de réservation (tours-opérateurs, agents de voyages détaillants, FIT et maintenant tous les réseaux utilisant Internet et l'informatique, etc...). C'est incontestablement la preuve d'un attachement « presque viscéral », comme nous l'avons dit plus haut, du public anglais pour notre littoral.

Il appartient à tous les responsables du tourisme mais aussi aux responsables politiques et surtout aux professionnels de tout mettre en œuvre pour que cette amitié et cet attachement qui s'est construit durant plus de 250 ans continue à survivre et que l'amitié franco-britannique qui s'exprime sur nos plages, dans nos restaurants et partout dans nos villes, continue à progresser.

Alexandre Dumas déclarait également, toujours en 1851, que « Nice était une ville anglaise où l'on pouvait même rencontrer des Niçois ! »