



«
ATTRACTIVITÉ
& APPRENTISSAGE
DE LA LANGUE
FRANÇAISE

IMMERSION
FRANCE

LES ENJEUX
DU TOURISME
LINGUISTIQUE



page 4

INTÉGRER LA LANGUE
FRANÇAISE À NOTRE
OFFRE TOURISTIQUE



SOMMAIRE



page 6

LES SÉJOURS LINGUISTIQUES,
LEVIERS POUR L'ATTRACTIVITÉ
DE NOS TERRITOIRES

page 7

L'APPLICATION MOBILE
IMMERSION FRANCE

LES ENJEUX DU TOURISME LINGUISTIQUE

Apprendre la langue française s'effectue de plus en plus en mobilité dans le cadre de courts séjours aussi bien pour le loisir que pour des raisons professionnelles. On commence souvent à apprendre le français dans son pays puis très vite, on souhaite le pratiquer en France, en immersion, pour profiter de l'attrait touristique de notre pays, de nos savoir-faire ou envisager son avenir professionnel.

Le ministère des Affaires étrangères et du Développement international, en étroite collaboration avec les acteurs de la mobilité, du tourisme et de l'apprentissage de la langue française, souhaite favoriser l'intégration de la langue française dans notre offre touristique et renforcer la place des séjours linguistiques dans la stratégie d'attractivité de nos régions.

La filière du tourisme linguistique est un secteur en pleine expansion qui génère 1 million de nuitées et plus de 1.15 millions d'euros de chiffre d'affaires par an.



Renforcer la filière des séjours linguistiques en France

- Mieux tirer profit du réseau culturel français à l'étranger pour promouvoir la filière des séjours d'immersion en France
- Répondre aux nouvelles demandes en termes de produits, de services et de destinations
- Favoriser les partenariats entre opérateurs du tourisme, centres de langue et universités



INTÉGRER LA LANGUE FRANÇAISE À NOTRE OFFRE TOURISTIQUE

Quelques chiffres repères (2014)

84,7 millions de visiteurs en France

125 millions de personnes apprennent le français dans le monde

1 million de personnes suivent des cours de langue française dans les Instituts français et les Alliances françaises à l'étranger

300 000 étudiants viennent suivre leurs études en France

130 000 personnes s'inscrivent pour un séjour linguistique dans les centres labellisés

Japon : le Bureau des séjours linguistiques de l'Institut français

86 séjours

vendus en 2014 dont :

73% de séjours courts

21% de visas étudiants

3,6% de visas vacances-travail

L'offre de séjours linguistiques

L'offre de séjours linguistiques en France n'a cessé de se développer, portée par des centres de langue privés, universitaires ou des structures associatives. Le label *Qualité Français Langue Étrangère*, atteste de la professionnalisation de ces centres reconnus pour la qualité de leur offre en termes de pédagogie, d'accueil et de services. Les structures d'accueil pour les publics scolaires bénéficient également de labels pour l'accueil de mineurs.

L'offre française est très diversifiée et mérite d'être encore mieux valorisée et promue à l'international, via le réseau culturel français, les ambassades étrangères en France et les opérateurs du tourisme et de la mobilité.

Espagne : l'Alliance française de Madrid

682 séjours vendus en 2014

12 890 nuitées achetées

Mieux connaître les publics

Une étude commanditée par la DGLFLF, le CIEP et le ministère des Affaires étrangères et du Développement international dresse pour la première fois un panorama détaillé du public des centres de langue en France aujourd'hui. Elle donne un aperçu de l'impact économique de cette filière pour notre territoire. Avec plus de 130 000 inscrits chaque année, 1 million de nuitées vendues et 115 millions de chiffre d'affaires, le marché des séjours linguistiques est loin d'être négligeable.

Qui vient apprendre le français en France ? Et pourquoi ?

Dans la grande majorité, ils sont jeunes, très souvent étudiants et jeunes actifs entre 18 et 34 ans. Plus de la moitié de ces

Le public des centres de langue

63% de 18 à 24 ans

73% d'étudiants

20% d'actifs












centres reçoivent un public scolaire et le marché des seniors concerne 23 % des centres. Les motivations de ce public peuvent être regroupées en trois domaines : découvrir la culture française, poursuivre des études supérieures, réussir sa carrière professionnelle. Venus de pays européens voisins ou des pays émergents d'Asie et d'Amérique, ils sont souvent d'un niveau débutant ou intermédiaire en français.

Quelles sont les formations et les services proposés ?

L'offre de formation, très diversifiée, permet autant de se préparer aux études supérieures que de découvrir les métiers de l'hôtellerie et de la restauration avec une place importante accordée aux amateurs de gastronomie française mais aussi aux professionnels de la mode ou aux sportifs de plein air. La quasi-totalité des centres proposent des hébergements de qualité, principalement en immersion dans des familles françaises. Une large palette d'activités culturelles et sportives est également proposée par 80 % des centres.

Les nationalités les plus représentées

- | | |
|--|---|
| 1  Allemagne | 7  Japon |
| 2  Chine | 8  Suisse |
| 3  Espagne | 9  Royaume-Uni |
| 4  États-Unis | 10  Corée du Sud |
| 5  Brésil | 11  Colombie |
| 6  Italie | 12  Mexique |

LES SÉJOURS LINGUISTIQUES, LEVIERS POUR L'ATTRACTIVITÉ DE NOS TERRITOIRES

Renforcer la chaîne de l'accueil et intégrer des prestations à forte valeur ajoutée

Chiffre d'affaires
des centres de langue

76%

générés par les cours de langue



13%

générés par des prestations
touristiques complémentaires

Les principaux services

82% des centres proposent
des services d'hébergement

81% des centres proposent
une offre culturelle en dehors
de l'établissement

43% des centres proposent
des stages en entreprises



Plusieurs collectivités territoriales ont intégré dans leurs stratégies d'attractivité, l'offre de séjours linguistiques. De nouveaux partenariats se développent pour des séjours qui allient, à une formation professionnelle artistique ou artisanale (mode, design, gastronomie etc.), une formation linguistique adaptée, ainsi que des services d'accueil personnalisés (prise en charge, hébergement sur mesure).

Pour les étudiants d'Asie et d'Amérique, l'inscription dans un établissement supérieur français est très souvent précédée par un séjour de formation linguistique. Ce séjour joue un rôle déterminant dans le choix futur de l'étudiant. Par ailleurs, l'attractivité d'une université auprès d'étudiants étrangers dépend aussi de la renommée de son centre de langue, de l'existence d'un campus d'été ou encore de l'intégration d'une offre touristique et culturelle.



Les campus d'été : un rendez-vous devenu incontournable

En quinze ans, la demande pour les campus d'été a explosé dans le monde. L'offre en France reste toutefois encore modeste comparée à celle de nos voisins européens.

Vecteur de notoriété, ces cours d'été sont privilégiés par des étudiants qui viennent en courts séjours (60 % des étudiants américains). Ils permettent d'obtenir des crédits ou une certification de langue pour poursuivre ses études (certifications « français des affaires » ou « français du droit », etc.).

Prendre en compte les cadres juridiques de la mobilité

En matière de mobilité, de nouvelles possibilités existent pour les touristes et les étudiants souhaitant venir apprendre la langue française en France. Les visas vacances-travail ont, par exemple, été ouverts au Brésil et à la Corée et des négociations sont en cours avec le Mexique. La nouvelle plateforme pour les études en France (CEF) intègre désormais les formations linguistiques dans son catalogue.

IMMERSION FRANCE

L'application mobile

À l'heure où internet et les smartphones se glissent dans toutes les poches, le projet d'application Immersion France a pour ambition de faciliter la venue en France des étudiants, des professionnels et des touristes désireux de découvrir la France en immersion linguistique.

En un seul clic, des offres actualisées proposent une formation en français et des découvertes culturelles, une initiation professionnelle ou un accompagnement pour réussir ses études.

De nombreuses fonctionnalités seront offertes pour mettre en relation l'offre et la demande des séjours linguistiques. Une carte interactive permettra de trouver des indications de destination, de dates et de types de formation. Des photos illustreront les points forts de l'offre tels que les cours et les activités, la durée des stages ou encore l'hébergement.



www.immersionfrance.fr

