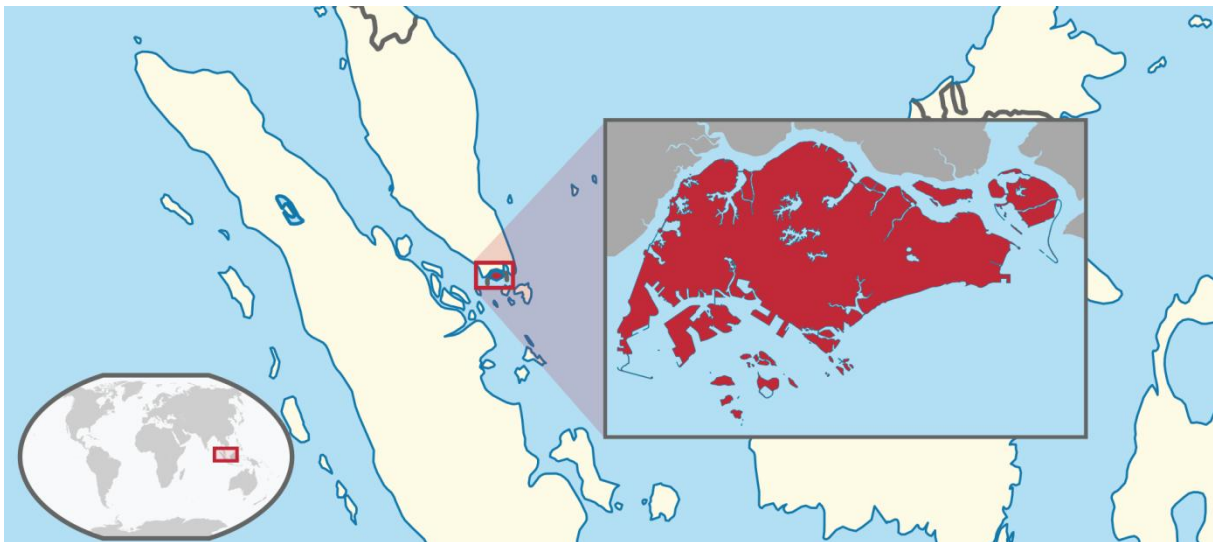
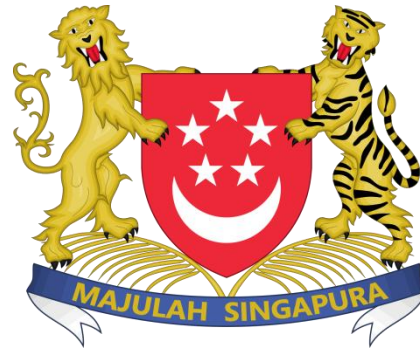


La réussite touristique de Singapour
Avec à peine 720 km² de superficie et 5,7 millions d'habitants (est. 2019), la cité-État de Singapour s'est métamorphosée en vingt ans et elle n'est pas près de s'arrêter.

Rédacteur : Jean-Paul Tarrieux
Janvier 2019



La superficie de l'archipel s'est accrue de 25 % passant de 581,5 km² en 1957 à plus de 724 km² en 2019

Por ASDFGH - TUBS, CC BY-SA 3.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=22359468>



Par Someformofhuman — Travail personnel, CC BY-SA 3.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=6842729>

Singapour, en forme longue la **République de Singapour**, en anglais : *Singapore* et *Republic of Singapore*, en mandarin 新加坡 (*Xīnjiāpō*) et 新加坡共和国 (*Xīnjiāpō Gònghéguó*), en malais *Singapura* et *Republik Singapura*, en tamoul *Ciṅkappūr*, சிங்கப்பூர் et *Ciṅkappūr Kudiyarasu*, சிங்கப்பூர் குடியரசு, **est une cité-État d'Asie du Sud-Est**.



Les gratte-ciel du Central Business District au crépuscule, depuis la plateforme d'observation du gratte-ciel Marina Bay Sands. Juin 2018.

Par Basile Morin — Travail personnel, CC BY-SA 4.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=81619823>



<https://www.mapsofworld.com/singapore/>

Singapour doit sa réussite à sa situation centrale en Asie du Sud-est et à l'usage de la langue anglaise. **Après l'indépendance, en 1965, Singapour a su avec très peu de ressources naturelles et des problèmes socio-économiques importants** (émeutes raciales, chômage massif, difficultés de logement et d'accès à l'eau), **devenir un des pays les plus développés et les plus prospères du monde**. Le PIB/habitant est le plus élevé des pays d'Asie du Sud-Est (septième rang mondial avec 64.000 dollars en 2018), le double de celui de Brunei et presque 6 fois que celui de la Malaisie, le pays suivant dans la liste.

Dans les années 1980, le pays fait partie, avec Hong Kong, la Corée du Sud et Taïwan, des quatre dragons asiatiques, des États en transition et au développement économique effréné. Elle est aussi le fruit d'une politique économique dynamique, d'une très large ouverture aux échanges internationaux et aux efforts déployés pour faciliter l'entrepreneuriat et la conduite des affaires. **La première place financière en Asie du Sud-est est désormais une destination touristique majeure (18,5 millions de visiteurs internationaux en 2018).**

La cité-État a célébré le bicentenaire de sa « fondation moderne » tout au long de l'année 2019, sans oublier d'évoquer les 500 ans d'histoire qui ont précédé l'arrivée de Sir Stamford Raffles (1781-1826).

Sir Stamford Raffles signe un traité avec le sultan de Johor pour fonder le 29 janvier 1819, dans l'île de Temasek à l'extrémité de la péninsule malaise, un poste de commerce qui deviendra Singapour. En 1959, le Royaume-Uni accorde à Singapour sa propre constitution et l'autonomie gouvernementale. Lee Kuan Yew, leader du Parti d'action populaire (PAP) devient Premier ministre, fonction qu'il occupera jusqu'en 1990. Singapour intègre – brièvement – la Fédération des États de Malaisie le 16 septembre 1963. Dès 1964, des troubles interethniques éclatent entre Malais et Chinois. L'intégration de Singapour, ville de quelque 1,9 millions d'habitants à l'époque, peuplée à 75 % de Chinois, aurait pu mettre en péril les structures de l'État malais dont la population autochtone est majoritairement musulmane ; la communauté chinoise de confession essentiellement bouddhiste, taoïste ou confucianisme, aurait représenté 42 % de la population de la fédération.

Des extrémistes malais fomentèrent alors de sanglantes émeutes, espérant ainsi justifier l'intervention de l'armée fédérale (essentiellement malaise) dans la grande métropole chinoise. Le parlement de la fédération (constitué au deux tiers de Malais) vota le 9 août 1965, un amendement à la Constitution fédérale rendant à Singapour sa liberté, au grand dam de Lee Kuan Yew (1923-2015) qui ne la réclamait pas. L'indépendance de Singapour est proclamée quelques heures plus tard d'un commun accord entre les parties.

Lire Jacques Decornoy, « [De Sir Stamford Raffles à M. Lee Kuan Yew](#) », *Le Monde diplomatique*, avril 1969.

C'est dans ce cadre historique que s'érige dans un premier temps un département du tourisme puis le STPB (Singapore Tourist Promotion Board) crée le 1^{er} janvier 1964. Cette année là, Singapour reçoit 91.000 touristes.

Encore actif à ce jour, devenu en 1997, le Singapore Tourism Board (STB), il est le principal artisan du développement touristique de Singapour. Avec la création du STPB en 1964, Singapour entre dans sa première phase de transition.

Le STPB poursuit un double objectif : combiner la venue de nombreux touristes avec la volonté qu'ils quittent Singapour satisfaits de leur séjour tout en n'ayant pas l'impression d'avoir dépensé outre-mesure.

Il faut dire que dans la mondialisation touristique, Singapour partait avec quelques handicaps. Elle ne pouvait se prévaloir des mêmes attraits touristiques que ses voisins d'Asie du Sud-Est proches ou plus lointains bien plus vastes (Thaïlande, Indonésie, Malaisie et plus tard le Vietnam). La mer et les plages ne sont pas attractives. L'espace maritime est trop fréquenté par les cargos et autres porte-conteneurs et la densité de la mangrove gênait l'aménagement et le développement des plages.

Le gouvernement poursuit une politique directrice de 1965 à nos jours : une haute qualité de vie, une économie compétitive et un environnement durable. L'objectif est « Créer une image positive de la Cité-État et innover systématiquement ».

Singapour a développé des projets de développement touristique lui permettant de se démarquer afin de cibler une clientèle très aisée et même fortunée.

Ces projets reposent sur des infrastructures denses et modernes : un très bon réseau de communication, une capacité hôtelière existante mais à développer... elle mise sur un tourisme qui privilégie aussi les «Resorts», des espaces fortement aménagés.

L'aéroport de Paya Lebar inauguré en 1955 est saturé. Son trafic est passé de 300.000 passagers à son ouverture à 1,7 million en 1970 et à 4 millions en 1975. Singapour décide d'investir dans la construction d'un nouvel aéroport dont le terminal 1 sera inauguré en 1981. Sa construction entraîna toutefois des troubles sociaux.

Singapour s'attèle à la création d'une marque avec une publicité judicieuse et convaincante.

Peu à peu se développent un certain nombre d'attractions : un lac avec des îles artificielles, des jardins japonais, un parc ornithologique de Jurong ou encore un zoo en 1973 qui s'est considérablement agrandi et modernisé au fil du temps pour devenir l'un des zoos les plus réputés d'Asie.

La période qui commence avec les années 1980 est liée à une nette amélioration des infrastructures ainsi que la promotion des efforts de conservation.

Elle valorise un tourisme culturel mettant en exergue l'héritage colonial et multiculturel: architecture, édifices religieux, musées, bâtiments qui remontent à l'ancienne présence anglaise, reflètent les vies des différentes ethnies peuplant toujours Singapour. En effet, la présence de quatre cultures nationales multiplie la richesse architecturale de la ville. Architecture coloniale britannique, temples chinois ou hindous, mosquées...

Les acteurs institutionnels du tourisme organisent ce tourisme dans des zones dédiées, par exemple l'île de Sentosa qui est aussi une station touristique, visitée par environ 20 millions de locaux et de touristes par an. Parmi les attractions, on peut citer une plage de sable longue de 2 km, le Fort Siloso, deux parcours de golf, deux hôtels 5 étoiles, et le Resorts World Sentosa, comprenant le parc à thème Universal Studios Singapore.

D'autres formes de tourisme sont également privilégiées : le tourisme d'affaires, le tourisme de shopping (semaine du shopping, semaines à thème ...) et le tourisme médical.

Le gouvernement se prévaut du slogan «**Singapour, ville jardin propre et verte**».

Singapour possède depuis août 2017 une marque unique rassemblant le discours touristique avec celui sur l'économie. Il s'agit de "Singapore, Passion Made Possible" avec un acronyme visuel (logo) SG. A travers cette nouvelle marque, c'est également une montée en gamme qui est poursuivie afin de répondre aux entreprises et visiteurs internationaux de la "ville mondiale" qu'est devenue Singapour. Elle succède à la marque "YourSingapore.com" qui avait été lancée en 2010.



Singapore – Passion Made Possible – ambitionne de rapprocher Singapour de sa clientèle internationale en créant un lien intime au travers d'authentiques histoires et d'expériences partagées sur Singapour et les Singapouriens.

Quand Singapour profite de la crise à Hong Kong

Publié le 11 déc. 2019 à 9h13 Mis à jour le 11 déc. 2019 à 11h07



Vues partielles de Marina Bay Sands, un complexe commercial et hôtelier au fond et Gardens by the Bay, un parc de 101 hectares composé de trois jardins contigus.

<https://www.lesechos.fr/monde/asie-pacifique/quand-singapour-profite-de-la-crise-a-hong-kong-1155435>

Régulièrement mises en balance pour leurs similitudes, Hong Kong et Singapour n'ont plus grand-chose de commun en cette fin d'année 2019.

Alors que la première est plongée depuis six mois dans des manifestations pro-démocratie, la seconde profite d'un fort regain d'attractivité. L'industrie hôtelière de Singapour connaît cette année un boom spectaculaire avec plus de 4,2 milliards de dollars de réservation, selon Colliers International. Environ cinq fois plus qu'en 2018 et la plus forte hausse enregistrée depuis au moins dix ans. Selon Govinda Singh, un cadre du cabinet interrogé par Bloomberg, il ne fait « aucun doute » que la cité-Etat bénéficie des circonstances à Hong Kong. Même si d'autres facteurs - l'ouverture ou la réouverture de vastes complexes hôteliers et d'importantes acquisitions dans le secteur - ont aussi participé à l'embellie. En août, le nombre de touristes a chuté de plus de 39 % sur un an à Hong Kong, selon « The Economist », quand Singapour enregistrerait une progression de 4 % des visiteurs originaires de Chine populaire.[...]

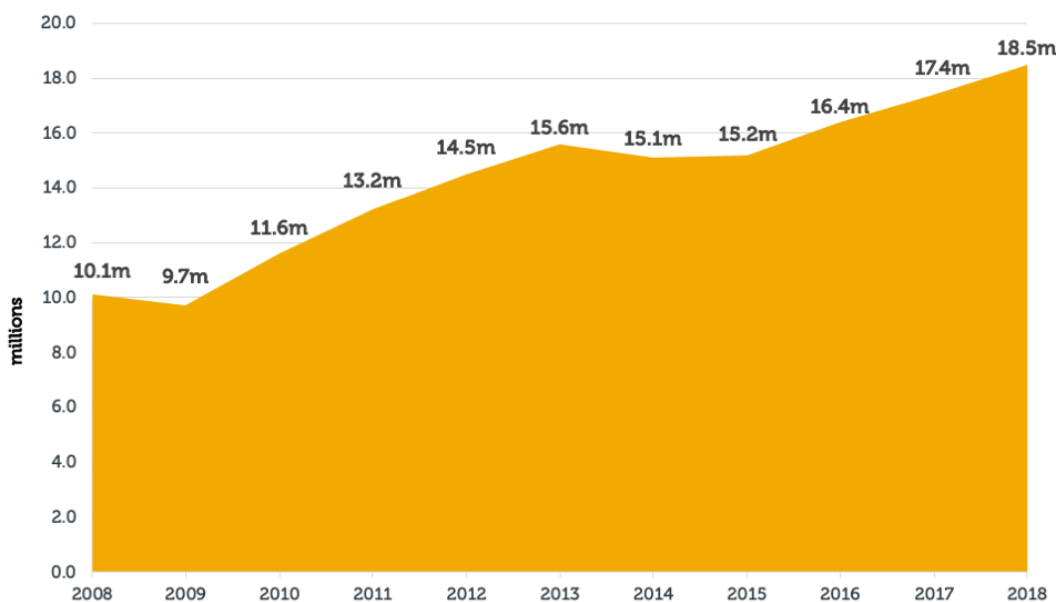
Basile Dekonink

<https://www.lesechos.fr/monde/asie-pacifique/quand-singapour-profite-de-la-crise-a-hong-kong-1155435>

Les données clés du tourisme de Singapour

- Un total de **18,5 millions de touristes internationaux** enregistré en 2018 (+6,2%)
- Parmi eux, **3,4 millions de touristes en provenance de la Chine continentale**, le premier marché-source. (Singapour représente 2.2% du tourisme émetteur chinois).
- Les dépenses touristiques internationales ont atteint **27,1 milliards de dollars singapouriens (S\$)** en 2018 (en faible hausse de 1%)
- **10,38 millions de touristes singapouriens** ont voyagé à l'étranger en 2018.

\$ de Singapour en \$ américain : ~0.74 en 2018 / \$ de Singapour en € : ~0.66 en 2018



Graphique 1. Nombre de touristes internationaux en millions à Singapour (2008 - 2018)

**Les données statistiques des arrivées internationales de visiteurs à Singapour excluent: les touristes de Malaisie arrivant par voie terrestre; les résidents de Singapour de retour dans le pays, les résidents étrangers permanents et les détenteurs de permis de séjour ; les équipages air et mer non-résidents (excepté les équipages arrivant par avion afin de monter à bord d'un navire); les passagers aériens en transit et en transfert; et les personnes restant à Singapour pour plus d'une année.*

Read more at <https://www.todayonline.com/singapore/visitor-arrivals-hit-record-high-2018-while-tourism-spending-rose-1-stb>

https://fr.fxexchangerate.com/sgd/eur-2018_12_31-exchange-rates-history.html

https://www.stb.gov.sg/content/dam/stb/documents/statistics-marketing-insights/Quarterly-Tourism-Performance-Report/STB%20Q2%202019_FINAL.pdf

Les touristes ont passé au total 61.635.213 nuitées, en moyenne 3,3 nuitées par visiteur.

Selon le *Mastercard's Global Destination Cities Index*, Singapour est la 5^{ème} ville la plus visité du monde après Bangkok, Londres, Paris et Dubaï. Le classement MasterCard ne prend pas en compte Macao et dans le cas de Hong Kong soustrait le nombre des touristes de Chine continentale qui représentaient 68% du total en 2018 (72% pour Macao).

Certaines sources et publications ne comptabilisent pas les touristes malaisiens arrivées par la route.

Tableau 1. Top 10 des villes mondiales de destination

Mastercard's Global Destination Cities Index

	Touristes internationaux en millions en 2018	Durée moyenne du séjour	Dépenses moyennes par jour (USD)
Bangkok	22,78	4,8 nuits	184 USD
Paris	19,10	2,5 nuits	296 USD
Londres	19,09	5,8 nuits	148 USD
Dubaï	15,93	3,5 nuits	553 USD
Singapour	14,67	4,2 nuits	272 USD
Kuala Lumpur	13,79	5,7 nuits	142 USD
New York	13,60	7,9 nuits	152 USD
Istanbul	13,40	5,8 nuits	106 USD
Tokyo	12,93	5,4 nuits	196 USD
Antalya	12,41	14 nuits	44 US

Tableau 2. Top 10 des villes mondiales de destination

Euromonitor International

	Touristes internationaux en millions en 2018	Touristes internationaux en millions en 2019 (est.)
Hong Kong	29,26	26,71
Bangkok	24,17	25,84
Londres	19,23	19,56
Macao	18,93	20,63
Singapour	18,55	19,76
Paris	17,56	19,08
Dubaï	15,92	16,33
New York	13,60	14,01
Kuala Lumpur	13,43	14,07
Istanbul	13,43	14,71

Le classement Euromonitor International couvre beaucoup plus de villes (plus de 400) que celui de Mastercard et **semble mieux prendre en compte les statistiques nationales des pays** ; ainsi ses données de 2018 sont proches ou coïncident avec celles officielles de Hong Kong, Macao, Singapour ou Dubaï ou encore New York. Pour Hong Kong et Macao, les touristes de Chine continentale sont comptabilisés (statistiques que reprend l'OMT).

<https://www.northstarmetingsgroup.com/News/Industry/new-york-city-2018-tourism-statistics-record>

IMPORTANT : MasterCard qui ne reprend que les arrivées aériennes mais qui utilise le total des nuitées (61,6 millions en 2018) communiqué par le STB, fausse son calcul augmentant mécaniquement le nombre de nuitées par touriste, le portant à 4,2 alors que le STB donne 3,3 nuitées (18,508 millions de touristes et 61,635 millions de nuitées).

Il est paradoxal de constater que ces études souvent reprises par les médias ne prennent pas le temps d'analyser les tableaux statistiques officiels communiqués par les instituts statistiques de beaucoup de pays d'autant plus que la situation insulaire de Singapour et quasi-insulaire de Macao (si on retient cet autre exemple) facilite le comptage des touristes contrairement par exemple à la France, pays de transit routier pour de nombreux visiteurs. Les statistiques officielles de Macao indiquent 18,493 millions de touristes en 2018 tandis que Euromonitor donne 18,93 millions et que MasterCard n'a pas étudié le cas de la ville.

Arrivées internationales selon le mode de transport

Parmi les 18,506 millions de touristes internationaux, 14,33 millions sont arrivés par air (données reprises par Mastercard), en hausse de 5,78% par rapport à 2017; 2,06 millions sont arrivés par mer, en augmentation de 16,82% et 2,12 millions ont traversé en voiture ou en car les deux ponts transfrontaliers reliant Singapour à la ville malaisienne de Johor Bahru (+0,24% comparativement à 2017).



Localisation en rouge de Johor Bahru.
En gris, Singapour.

Johor Bahru est la capitale et la plus grande ville de l'État de Johor en Malaisie. Jusqu'en 1965, Johor et Singapour sont sous la coupe de la colonisation britannique. Durant la période 1855-1965, la faible croissance de Johor Bahru contraste avec le développement très rapide de Singapour : en 1911, Johor Bahru regroupe 15 000 habitants contre 303 000 à Singapour, dont 260 000 dans la municipalité urbaine. En 1965, une frontière se surimpose au système urbain préexistant. Dans les années 1970, Johor Bahru est ainsi désignée comme le pôle de croissance sud de la péninsule malaise. Elle s'est beaucoup développée dans les années 1980, du fait de sa proximité géographique avec Singapour dont elle est séparée par le détroit de Johor.

La gare de Johor Bahru Sentral, inaugurée en 2010, permet de rejoindre Singapour située de l'autre côté du détroit via la chaussée Johor-Singapour avec un temps de trajet de seulement cinq minutes. Le Malaysia-Singapore Second Link permet de rejoindre Singapour via la périphérie ouest de Johor Bahru en traversant le détroit de Johor à l'extrémité occidentale de celui-ci. Johor Bahru est souvent présentée comme la banlieue d'une agglomération transfrontalière polarisée par Singapour et intégrant également les îles de l'archipel de Riau en Indonésie. Située au sud de la péninsule malaise, à la frontière entre la Malaisie et Singapour, l'agglomération compte 1,4 million d'habitants. En raison de la présence d'une frontière, la ville ne peut être réduite au simple statut d'arrière-pays de Singapour. À hauteur du second pont, un *skyline* moderne, s'étendant le long du littoral et gagnant même sur la mer émerge progressivement du côté malaisien.

<https://aesopyoungacademics.wordpress.com/2018/03/22/johor-bahru-singapore-is-the-conurbation-defining-megaregion-in-the-south-east-asia/>
<https://books.openedition.org/editions-cnrs/29053>

Croisière et arrivées par mer

la croisière a vécu un véritable boom en 2018-19, les croisiéristes étaient **1,86 million** (*ici, les statistiques ne sont pas claires, les passagers ferries sont-ils comptabilisés parmi les croisiéristes ? Les données de Cruise Lines International Association indiquent 991.000 en escale*) à **découvrir les charmes de Singapour** (hausse de 35%) alors que l'année 2017 avait déjà été une bonne année avec **1,38 million de croisiéristes**, en hausse de 17% par rapport à 2016. La demande chinoise est très forte (229.450 croisiéristes en 2017 : +75.6%). Le marché le plus important est celui des Indonésiens (70% du total en 2017), en raison des arrivées en ferries depuis îles Riau (Batam et Bintan). Les croisières en provenance de l'Inde ont progressé de 27% grâce aux nouvelles offres à bord des paquebots Genting Dream et Voyager of the Sea de Royal Caribbean Cruises. [Costa Croisières a signé un nouveau partenariat](#) fin 2018. La compagnie positionne désormais 4 navires à Singapour. Sur le marché français, l'offre croisières a rencontré un public d'amateurs. Les arrivées françaises à Singapour par la mer ont crû de 62,2% à 12.767 visiteurs pour l'année dernière.

Singapour est devenue le 1^{er} port d'Asie pour le nombre de passagers en escale en 2018-19 après la baisse marquée du trafic de celui de Shanghai/Baoshan (854.000 passagers après les 1.246.000 passagers de 2017-2018).

Année	Nombre de navires en escale	Passagers ¹
2018-19	401	1 865 621
2017-18	421	1 380 486
2016-17	411	1 184 594
2015-16	385	1 017 048
2014-15	372	889 994
2013-14	391	1 030 212
2012-13	334	912 720
2011-12	394	942 055
2010-11	640	1 014 052
2009-10	926	1 138 560

<https://www.stb.gov.sg/content/stb/en/statistics-and-market-insights/tourism-statistics/cruise-statistics.html>

Source : Singapore Cruise Centre and SATS-Creuers Cruise

¹ Les statistiques incluent les Singapouriens et les résidents étrangers permanents à Singapour. Les statistiques comprennent aussi les arrivées touristiques par ferries.

En 2018-19, le premier marché de la croisière reste celui de la Chine, en légère baisse par rapport à 2017-2018. La Chine avec 2.357.000 croisiéristes assure 55,8% du total des croisiéristes asiatiques devant Taiwan (391.000) et Singapour (373.000). Les croisières les plus fréquentées se passent le long des côtes de la Chine, de Taiwan et de Hong Kong.

L'Asie est la première destination des croisiéristes asiatiques (3,888 millions de croisiéristes) et 334.000 croisiéristes pour le reste du monde.

Les destinations qui devraient enregistrer le plus grand nombre d'escales pour 2019 sont le Japon (2.681 escales avec un cumul de 4.726.000 croisiéristes), la Chine continentale (809), la Malaisie (561) et la Thaïlande (550) sur un total de 7.154 escales.

Les ports accueillant le plus de navires sont Singapour (401), Keelung/Taipei (284), Shanghai (276) et Hong Kong (255). Vingt-trois ports asiatiques ont comptabilisé 100 escales et plus.

Tableau 4. Les 10 premiers ports de croisière en Asie

Rang	Ports	2016-17	2017-18	2018-19	Rang	Ports	2016-17	2017-18	2018-19
		Milliers de passagers					Milliers de passagers		
1	Singapour	748	900	991	6	Naha	429	445	529
2	Baoshan	1.538	1.246	854	7	Keelung	423	598	527
3	Hakata	826	676	668	8	Patong Bay	260	459	370
4	Hong Kong	633	604	606	9	Nansha	457	349	328
5	Nagasaki	667	601	531	10	Jeju ¹	1.257	32	44

¹Note: The majority of calls scheduled to ROK after March 2017 did not take place due to the restrictions there after on visits by ships based in Mainland China.





















Cruise Lines International Association (CLIA)

<https://cruising.org/-/media/research-updates/research/2018-asia-ocean-source-market.pdf>

<https://cruising.org/-/media/research-updates/research/2019-asia-deployment-and-capacity---cruise-industry-report.pdf>

L'aéroport de Changi (code AITA: SIN) est le hub de la compagnie nationale Singapore Airlines. Il comprend trois terminaux, reliés par un métro automatique léger, ainsi qu'un terminal destinés à certaines compagnies à bas coûts.

Tableau 5. Les aéroports internationaux les plus fréquentés en 2018

Rang	Aéroport international	Pays	Code AITA	Total passagers	Rang Variation	% Variation
1.	 Hartsfield–Jackson Atlanta	États-Unis	ATL	107.394.029	—	▲3.3%
2.	 Beijing Capitale	Chine	PEK	100.983.290	—	▲5.4%
3.	 Dubaï	Émirats arabes unis	DXB	89.149.387	—	▲1.0%
4.	 Los Angeles	États-Unis	LAX	87.534.384	▲1	▲3.5%
5.	 Tokyo Haneda	Japon	HND	87.131.973	▼1	▲2.0%
6.	 O'Hare (Chicago)	États-Unis	ORD	83.339.186	—	▲4.4%
7.	 Londres Heathrow	Royaume-Uni	LHR	80.126.320	—	▲2.7%
8.	 Hong Kong	Hong Kong RAS, Chine	HKG	74.517.402	—	▲2.6%
9.	 Shanghai Pudong	Chine	PVG	74.006.331	—	▲5.7%
10.	 Paris-Charles de Gaulle	France	CDG	72.229.723	—	▲4.0%
11.	 Amsterdam Schiphol	Pays-Bas	AMS	71.053.157	—	▲3.7%
12.	 Indira Gandhi (Delhi)	Inde	DEL	69.900.938	▲4	▲10.2%
13.	 Guangzhou Baiyun	Chine	CAN	69.769.497	—	▲6.0%
14.	 Francfort	Allemagne	FRA	69.510.269	—	▲7.8%
15.	 Dallas/Fort Worth	États-Unis	DFW	69.112.607	▼3	▲3.0%
16.	 Seoul Incheon	Corée du Sud	ICN	68.350.784	▲3	▲10.0%
17.	 Istanbul Atatürk	Turquie	IST	68.192.683	▼2	▲6.4%
18.	 Soekarno Hatta (Jakarta)	Indonésie	CGK	66.908.159	▼1	▲6.2%
19.	 CHANGI	Singapour	SIN	65.628.000	▼1	▲5.5%
20.	 Denver	États-Unis	DEN	64.494.613	—	▲5.1%

Changi est le 19^{ème} aéroport mondial en nombre de passagers et le 9^{ème} d'Asie (Moyen-Orient exclu). Mais il a perdu sa place de premier aéroport d'Asie du Sud-est depuis 2016.

Pour la septième année consécutive depuis 2013, l'aéroport Changi de Singapour a été élu meilleur aéroport du monde, avec la liste du top 10 dominée par l'Asie et l'Europe.
















Changi Airport Singapore is voted the **World's Best Airport 2019** by international air travellers for the seventh consecutive year. Lire: <https://www.worldairportawards.com/worlds-best-airports-announced-2019/>

L'aéroport a également été nommé meilleur aéroport pour ses attractions. Changi bénéficie d'une ambiance calme et feutrée, son sol étant recouvert d'une épaisse moquette insonorisante aux couleurs vives.

Changi a longtemps été une plaque tournante majeure pour les vols entre l'Europe occidentale et l'Australasie.

Mais avec l'arrivée des transporteurs aériens du Golfe comme Emirates, Etihad et Qatar, la concurrence est vive. La direction de l'aéroport estime que l'expansion est nécessaire pour rivaliser avec ses concurrents du Golfe, surtout pour capter les flux croissants entre l'Europe et l'Asie, le terminal 5 est le nouveau projet de Changi qui ajoutera un nouveau terminal de la taille des trois actuels combinés. Une troisième piste sera ajoutée. Lorsque le nouveau terminal sera ouvert au milieu des années 2020, il sera équipé pour accueillir 50 millions de passagers par an.

<https://www.indemniflight.com/laeroport-de-singapour-changi-le-guide/>

Pays ou territoire	2011	2015	2016	2017	2018
 Chine	1.577.522	2.106.164	2.863.582	3.226.929	3.416.475
 Indonésie	2.592.222	2.731.690	2.893.614	2.954.384	3.021.429
 Inde	868.991	1.013.986	1.097.186	1.272.069	1.442.242
 Malaisie	1.140.935	1.171.077	1.151.480	1.168.356	1.253.992
 Australie	956.039	1.043.568	1.027.309	1.081.987	1.107.215
 Japon	656.417	789.179	783.721	792.813	829.664
 Philippines	677.723	673.374	691.555	736.456	778.135
 États-Unis	440.576	499.509	516.276	565.250	643.162
 Corée du Sud	414.879	577.082	566.503	631.359	629.451
 Vietnam	332.231	418.266	469.409	531.359	591.600
 Royaume-Uni	442.611	473.810	489.205	518.903	588.863
 Thaïlande	472.708	516.409	546.384	531.307	545.601
 Hong Kong	464.375	609.888	537.964	465.769	473.113
 Taiwan	238.488	378.026	394.174	395.549	422.935
 Allemagne	219.952	286.732	328.762	342.336	356.797
Total tous pays	13.171.303	15.231.469	16.402.593	17.422.826	18.506.619

Les statistiques de 2018 mettent en évidence le poids numérique des touristes originaires des cinq premiers pays émetteurs: Chine (18,4% des touristes), Indonésie (16,3%), Inde (8,0%), Malaisie (6,8%) et Australie (6,0%) qui réunis dépassent 55% des arrivées. La croissance la plus forte a été réalisée par les touristes indiens en hausse de 13,4% avec 1.442.242 visiteurs.

Mais entre 2011 et 2018, l'évolution la plus spectaculaire est celle des touristes chinois dont le nombre est passé de 1,577 million à 3,416 millions, soit presque 2,2 fois plus. La Chine, déjà le second pays émetteur depuis 2002 pour Singapour, a dépassé l'Indonésie en 2017, devenant ainsi le premier pays émetteur comme c'est désormais presque toujours le cas dans la quinzaine de pays et territoires de l'Asie de l'Est et de l'Asie du Sud-Est. Le nombre toujours croissant de touristes en provenance de Chine reflète l'extraordinaire hausse de ce marché émetteur passé de 10 millions en 2000 à 150 millions en 2018. L'Asie du Sud-Est est une des destinations privilégiées par les touristes de l'empire du Milieu (28,2 millions). Singapour est leur troisième destination préférée après la Thaïlande et le Vietnam.



Laos : 618.539 touristes chinois en 2018

Source pour le Laos : <https://www.tourismlaos.org/files/files/Statistical%20Report%20on%20Tourism%20in%20Laos/2018%20Statistical%20Report%20on%20Tourism.pdf>
 Infographie : <https://theaseanpost.com/article/chinas-tourists-are-more-sophisticated-today>

Dans le cas de Singapour, pour mémoire, la Chine était le 6^{ème} pays émetteur en 2000, le 5^{ème} en 2001, le 3^{ème} en 2002, le 2^{ème} en 2002, rang qu'elle conserve jusqu'en 2016 avant de dépasser l'Indonésie en 2017.

Tableau 7. Les dix premiers pays émetteurs : évolution des classements entre 2014 et 2018

Rang	Part des pays 2018		Rang	Part des pays 2014	
1	Chine (+1 rang)	18,5%	1	Indonésie	20,0%
2	Indonésie (-1 rang)	16,3%	2	Chine	11,4%
3	Inde (+2 rangs)	8,0%	3	Malaisie	8,2%
4	Malaisie (-1 rang)	6,8%	4	Australie	7,1%
5	Australie (-1 rang)	6,0%	5	Inde	6,3%
6	Japon	4,5%	6	Japon	5,5%
7	Philippines	4,2%	7	Philippines	4,5%
8	Corée du Sud (+1 rang)	3,5%	8	Hong Kong	4,2%
9	États-Unis (+2 rangs)	3,4%	9	Corée du Sud	3,6%
10	Vietnam (+3 rangs)	3,2%	10	Thaïlande	3,4%
	Autres pays	25,6%		Autres pays	25,8%

La Thaïlande a glissé à la 12^{ème} place, le décrochage le plus important est celui de Hong Kong passé de la 8^{ème} place en 2014 à la 13^{ème} place en 2018.

Singapour est une destination attractive pour les touristes chinois (mais également pour ceux de Hong Kong et de Taiwan) en raison du nombre important de sinophones – 35% des Singapouriens parlent le mandarin à la maison, tandis que 12,2% parlent d'autres langues chinoises comme le min et certains de ses dialectes (hokkien, teochew...). Cela s'explique aussi par le nombre très élevé de liaisons aériennes avec le continent chinois et la Cité-État. Singapore Airlines assure des liaisons quotidiennes avec 6 métropoles chinoises (Beijing, Guangzhou, Hangzhou, Nanjing, Shanghai, Shenzhen), Silk Air l'autre compagnie singapourienne et les compagnies chinoises relient une vingtaine de villes et métropoles chinoises à Singapour.

For China, tier one cities include Beijing, Chengdu, Guangzhou, Hangzhou, Shanghai and Shenzhen. Tier two Chinese cities include Changsha, Chongqing, Fuzhou, Haikou, Jinan, Kunming, Nanjing, Nanning, Ningbo, Qingdao, Shenyang, Tianjin, Wuhan, Xi'an, Xiamen and Zhengzhou.

Après vingt ans de domination, l'**Indonésie** a perdu en 2017 sa première place de pays émetteur au profit de la Chine. Singapour est considérée comme une destination halal friendly, on estime d'ailleurs le nombre de musulmans à 14% de la population de la cité-État. **Jakarta est la métropole indonésienne qui alimente les flux les plus importants à destination de Singapour, suivie de Surabaya.**

Mais l'Indonésie souhaite utiliser aussi le hub de Singapour dans sa stratégie de promotion touristique afin de bénéficier des 7.200 vols quotidiens de Changi comme en témoigne la déclaration du ministre indonésien du Tourisme Arief Yahya le 17 janvier 2019. *"I am saying that it is easier to fish in the neighbor's pond that has already has a lot of fish. There are 11 million potential tourists, who we can encourage to come to Indonesia,"* said Arief in Jakarta on Thursday as quoted by kontan.co.id, adding that Singapore had responded positively to the Indonesian idea.

Les Singapouriens sont d'ailleurs le troisième groupe de touristes les plus nombreux. En 2018, sur les 10.378.329 touristes singapouriens partis à l'étranger, 17% ont choisi l'Indonésie. Jakarta développe l'archipel de Riau (particulièrement les îles de Batam et de Bintan) proche de Singapour.

Étant donné sa proximité avec Singapour et la Malaisie, la plupart des visiteurs entrent à Bintan par voie maritime.

Depuis Singapour, trois opérateurs (Penguin, Indo Falcon et Berlian / Webmaster) offrent des services fréquents depuis le terminal Tanah Merah à Singapour jusqu'au terminal Sri Bintan Pura à Tanjung Pinang et au terminal Bandar Bentan Telani dans Bintan Resorts. Depuis l'abolition de la politique CAIT (autorisation de dédouanement et d'approbation du territoire indonésien), les navires étrangers peuvent entrer dans les eaux indonésiennes en s'enregistrant en ligne via <http://yachters-indonesia.id/>, ce qui permet à Bintan de devenir la plaque tournante des plaisanciers pour explorer les îles Riau et naviguer dans l'archipel indonésien.

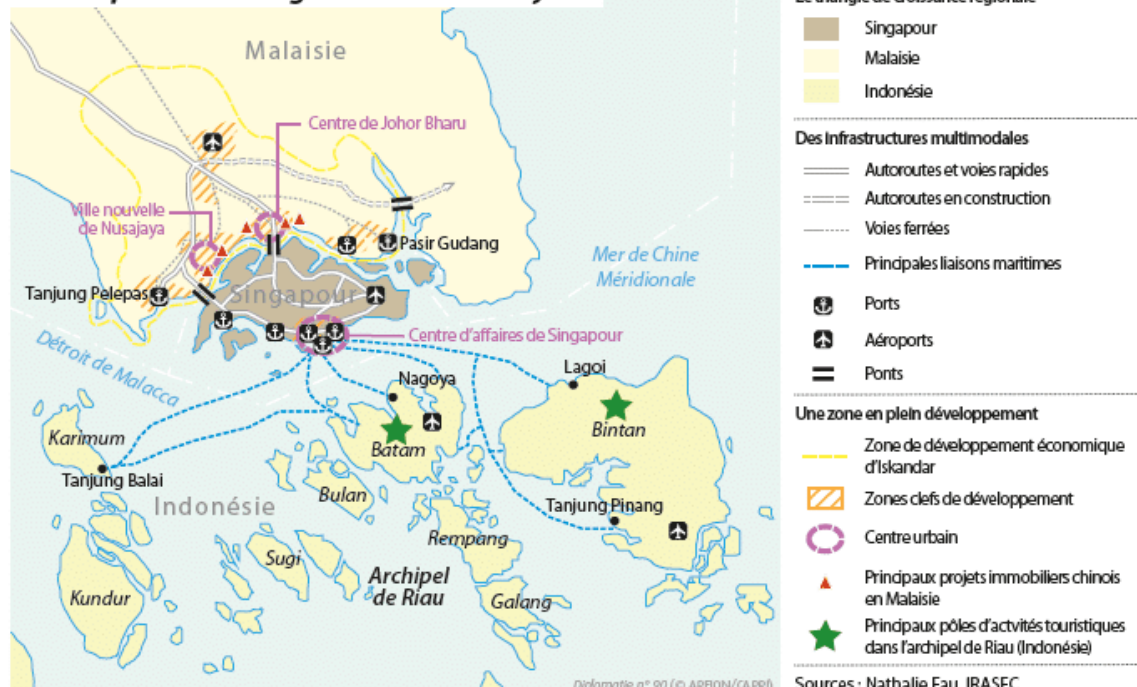
Lire : <https://www.indonesia.travel/fr/fr/destinations/sumatra/bintan-island>

Lire : <https://www.thejakartapost.com/news/2019/01/18/indonesia-sees-singapore-as-hub-for-inbound-tourism-this-year.html>

Située à 48 km au sud-est et à une heure de ferry de Singapour, Bintan (plus vaste que Singapour) a développé le tourisme dans le nord de l'île, où villages de vacances et hôtels de luxe s'étendent sur 23 000 hectares de l'immense zone touristique de Lagoi qui constitue une sorte d'enclave autonome. Elle est reliée à Tanjung Pinang, la principale ville de l'île, par une route barrée par un poste de contrôle où des vigiles armés refoulent les indésirables. L'aéroport international Hang Nadim (code AITA : BTH) a accueilli 6,5 millions de passagers en 2018.

Le triangle de croissance Indonésie-Malaisie-Singapour : quelles complémentarités ?

Axes et pôles du triangle de croissance SIJORI



La zone de coopération économique régionale de SIJORI regroupant Singapour (SI), l'État malaisien de Johor (JO) et les îles indonésiennes de l'archipel de Riau (RI).

<https://www.aren24.news/2018/08/14/le-triangle-de-croissance-indonesie-malaisie-singapour-queles-complementarites/>

Le développement du secteur touristique de part et d'autre de la frontière montre des possibilités de développement des deux territoires en une réelle synergie. Depuis le début des années 2000, le Premier ministre singapourien veut changer l'image de cette cité-État affairée, sérieuse mais ennuyeuse en celle d'une ville trépidante et festive afin qu'elle devienne un pôle touristique régional, voire mondial.

Cette ambition est soutenue par l'ouverture en 2010 de deux complexes touristiques intégrés, Marina Bay Sands et Resorts World Sentosa, conçus autour du développement de casinos.

L'ouverture de ces complexes de vacances à Singapour a attiré des investisseurs à Johor Bahru : des hôtels de la gamme moyenne à supérieure y sont construits afin d'accueillir des clients et notamment des familles, désireuses de se rendre dans ces nouveaux complexes touristiques sans pouvoir s'offrir les services hôteliers de la cité-État.

L'ouverture de ces stations a accentué un phénomène déjà bien en place de « déversement » de la clientèle singapourienne : lors de chaque épreuve mondiale de Formule 1 disputée à Singapour, les hôtels de Johor Bahru sont tous complets. Et surtout, Iskandar attire à son tour des touristes singapouriens dans ses propres parcs d'attractions : en 2012, Legoland a ouvert, ainsi que les parcs Hello Kitty, Little Big Club et un restaurant « interactif » imaginé autour des bandes dessinées de Lat. Quant au port de Nusajaya, Putri Harbour, il est à la fois une marina accueillant des yachts mais aussi un espace de détente familial facilement accessible depuis l'ouverture en 2013 d'un terminal ferry assurant des liaisons avec Singapour et avec les îles Batam et Karimun, en Indonésie.[...]

Pour un regard critique, lire : <https://www.monde-diplomatique.fr/2016/07/REVELLI/55958>
<https://journals.openedition.org/archipel/1078>

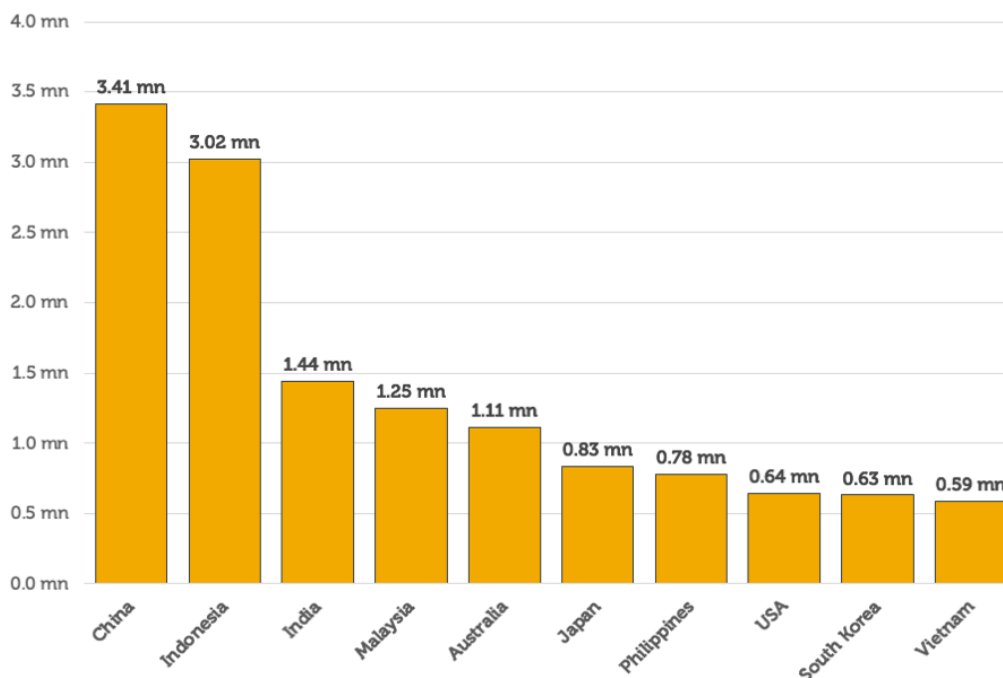
Pour l'**Inde**, la croissance soutenue est alimentée par une demande qui est motivée aussi par la présence d'une communauté de plus de 500.000 personnes d'origine indienne dont la présence remonte à la colonisation britannique (5% de la population est hindouiste, plus de 3% des Singapouriens parlent le tamoul) ainsi que par le nombre accru de vols vers Singapour. L'Inde est devenue le troisième pays émetteur en 2017, surclassant la Malaisie qui occupait cette place depuis 2003, année où la Chine lui avait pris la deuxième place.

For India, tier one cities include Bangalore, Chennai, Delhi, Gurgaon and Mumbai. Tier two Indian cities include Ahmedabad, Amritsar, Calcutta, Chandigarh, Coimbatore, Hyderabad, Lucknow, Jaipur, Kochi, Madurai, Pune, Thiruvananthapuram, Tiruchirapally and Visakhapatnam.

L'Inde est le marché-clé de la croisière pour Singapour. Le STB déclarait début janvier 2020: *“India is also the number one cruise source market for Singapore. Lot of Indian travellers come to Singapore for cruising and enjoy some of the leading cruise products Royal Caribbean, Genting Dream and Costa Cruises”*.

Pour le STB, l'**Asie du Sud-est** est un important marché source pour le secteur du tourisme local, avec outre l'Indonésie et la Malaisie, les Philippines, la Thaïlande et le Vietnam tous classés dans les douze marchés sources de Singapour en 2018. **Les touristes en provenance de ces cinq pays représentent plus du tiers des arrivées en 2018 et ont généré plus de 4,17 milliards SG\$ de recettes touristiques.**

<https://travelmaker.id/2019/02/15/singapore-tourism-board-we-are-pleased-singapores-tourism-sector-performed-well-in-2018/>
<https://www.stb.gov.sg/content/stb/en/media-centre/media-releases/third-consecutive-year-of-growth-for-singapore-tourism-sector-in-2018.html>
https://etc-corporate.org/uploads/2019/09/SOUTH_EAST_ASIAN_OUTBOUND_TRAVEL_MARKET_REPORT_SHORT.pdf



Graphique 2. Arrivées par pays (en millions) en 2018

Quelque 2,06 millions d'Européens ont visité Singapour en 2018, soit une hausse de 11,3% par rapport à 2017. Les trois grands marchés européens ont tous augmenté en 2018, notamment la France avec +16,7% soit 204.769 visiteurs, mais aussi l'Allemagne avec +4,2% et 356.797 visiteurs.

Le marché britannique, quant à lui a toujours été le plus important d'Europe avec 589.009 visiteurs, soit une progression de 13,5% en 2018.

La France, 3^{ème} pays émetteur européen, est le 16^{ème} dans le monde.

Ces trois pays représentent près de 60% des touristes européens se rendant à Singapour.

<https://www.stb.gov.sg/content/stb/en/statistics-and-market-insights/tourism-statistics/international-visitorarrivals.html>

Tableau 8. Les dix premiers pays émetteurs européens

Rang	Pays	Touristes 2017	Rang	Pays	Touristes 2018	Variation 2018 vs 2017 en %
1	Royaume-Uni	519.039	1	Royaume-Uni	589.009	13,5
1	Allemagne	342.386	1	Allemagne	356.797	4,2
3	France	175.413	3	France	204.769	16,7
4	Suisse	104.759	4	Suisse	102.394	-2,3
5	Pays-Bas	86.911	5	Italie	102.006	26,8
6	Italie	80.428	6	Pays-Bas	98.332	13,1
7	Russie	80.134	7	Russie	84.527	5,5
8	Espagne	60.636	8	Espagne	66.784	10,1
9	Suède	48.011	9	Suède	53.422	11,3
10	Danemark	33.986	10	Danemark	37.417	10,1
	Total Européens	1.853.903		Total Européens	2.063.284	11,3

Le rédacteur a appliqué la règle des arrondis de l'euro pour la décimale après la virgule

L'Asie est le premier continent émetteur devant l'Europe et l'Océanie.

Tableau 9. Les grandes régions émettrices (nombre de touristes)			
	2008	2017	2018
Afrique	90.520	76.711	83.805
Amériques	505.411	758.653	861.717
<i>Part des Amériques en pourcentage</i>	<i>4,99%</i>	<i>4,35%</i>	<i>4,65%</i>
Asie	7.240.406	13.499.645	14.232.373
<i>Part de l'Asie en pourcentage</i>	<i>71,57%</i>	<i>77,47%</i>	<i>76,90%</i>
Asie de l'Ouest	113.937	174.574	163.658
Japon, Corée du Sud, Taiwan	1.170.696	1.819.721	1.882.050
Chine, Kong Kong, Macao	1.371.242	3.720.505	3.919.866
Asie du Sud	1.007.123	1.559.487	1.745.337
Asie du Sud-Est	3.571.408	6.225.114	6.520.964
Europe	1.322.361	1.853.903	2.063.284
<i>Part de l'Europe en pourcentage</i>	<i>13,07%</i>	<i>10,64%</i>	<i>11,15%</i>
Océanie	957.007	1.235.686	1.267.103
<i>Part de l'Océanie en pourcentage</i>	<i>9,46%</i>	<i>7,09%</i>	<i>6,85%</i>
NS	349	13	20
Total	10.116.054	17.424.611	18.508.302

Source : Singapore Tourism Board - International Visitor Arrivals

[Download Excel](#) (Excel Document, 3 MB)

International Tourism Receipts in 2018 (US\$ billion)*



* Note: International tourism receipts are defined (by WTO) as expenditure of international inbound visitors including their payments to national carriers for international transport. They also include any other payments or payments afterwards made for goods and services received in the destination country. For visualization purposes only countries with \$1B or more value on tourism receipts are shown.

How to Read this Map: This map shows the biggest international tourism receipts in 2018. Each country is sized to reflect the amount of tourism receipts, countries appear bigger as their tourism receipts are higher, for example: USA. Conversely, countries with smaller tourism receipts appear smaller, for example: El Salvador


























Article & Sources:

<https://howmuch.net/articles/worlds-top-tourist-destinations-money-spent>
World Tourism Organization - <https://unwto.org>

howmuch.net

Infographie. Recettes touristiques par pays (en milliards de dollars) en 2018

<https://www.visualcapitalist.com/map-countries-by-tourist-spending/>

Tableau 10. Recettes du tourisme international					
Rang	Pays	Région OMT	Recettes (2018) milliards \$	Recettes (2017) milliards \$	Part de la région en 2018 en %
1	 États-Unis	Amériques	214.468	210.747	77,6%
2	 Espagne	Europe	73.765	68.114	12,9 %
3	 France	Europe	67.370	60.681	11,8 %
4	 Thaïlande	Asie et Pacifique	63.042	56.938	14,5 %
5	 Royaume-Uni	Europe	51.882	49.049	9,1 %
6	 Italie	Europe	49.262	44.233	8,6 %
7	 Australie	Asie et Pacifique	45.035	41.732	10,3 %
8	 Allemagne	Europe	42.977	39.823	7,5 %
9	 Japon	Asie et Pacifique	41.115	34.054	9,4 %
10	 Chine	Asie et Pacifique	40.388	38.559	9,3%
11	 Macao	Asie et Pacifique	40.187	35.675	9,2%
12	 Hong Kong	Asie et Pacifique	36.703	33.339	8,4%
13	 Inde	Asie et Pacifique	27.365	14.490	6,6%
14	 Turquie	Europe	25.220	22.478	4,4%
15	 Autriche	Europe	22.979	20.460	4,0%
16	 Mexique	Amériques	22.510	21.336	6,7%
17	 Canada	Amériques	21.936	20.325	6,7%
18	 Émirats arabes unis	Moyen-Orient	21.375	21.048	29,3%
19	 Singapour	Asie et Pacifique	20.528	19.738	4,7%
20	 Portugal	Europe	19.621	17.119	3,4%
21	 Grèce	Europe	19.029	16.528	3,3%
22	 Malaisie	Asie et Pacifique	19.143	18.323	4,4%
23	 Pays-Bas	Europe	18.461	16.643	3,3%
24	 Suisse	Europe	17.042	16.274	3,0%
25	 Corée du Sud	Asie et Pacifique	15.319	13.368	3,5%

Source: OMT/UNTWO International Tourism Highlights 2019 Edition

<https://www.youtube.com/watch?v=ooqWA2kOvUU>

<https://www.youtube.com/watch?v=JfJ01RxOjY>

<https://www.stb.gov.sg/content/stb/en/statistics-and-market-insights/tourism-statistics/international-visitorarrivals.html>

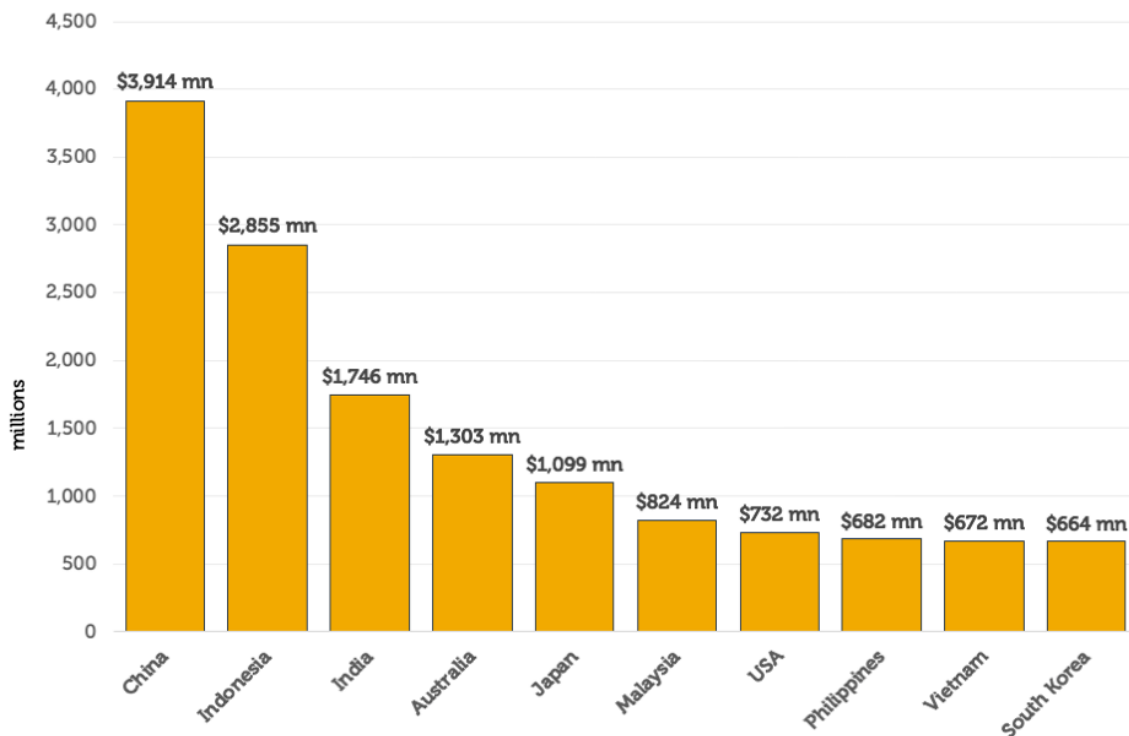
Les postes de dépenses des touristes internationaux à Singapour

Les dépenses totales des touristes internationaux ont atteint 27,1 milliards de S\$ en hausse de 1,0%. Résultats décevants dans la mesure où le nombre d'arrivées touristiques avait augmenté de 5%.

Les dépenses ont diminué pour les postes shopping (-14%), hébergement (-5%) et repas et boissons (-4%) mais ont augmenté de 6% pour le poste « Visites, spectacles et jeux »..

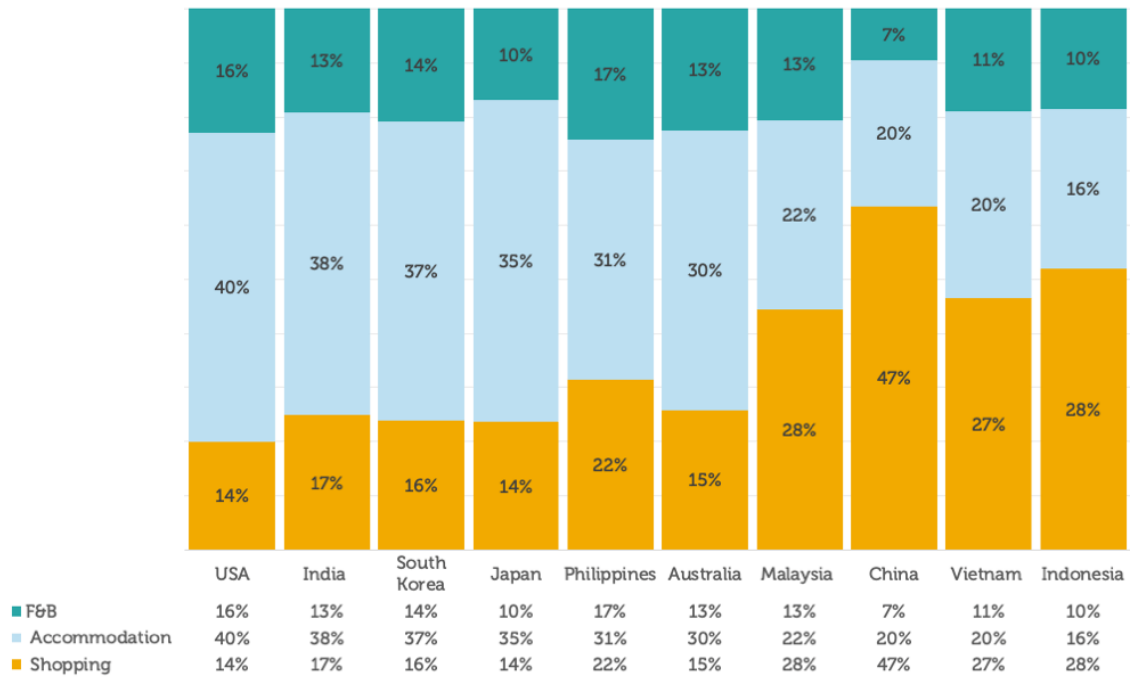
En revanche, les dépenses ont progressé pour les visites, divertissement et jeux (+6%) et autres composantes (+21%) – par exemple les prix des billets d'avion ont augmenté.

Les recettes touristiques (à l'exception des visites, divertissement et jeux) par pays d'origine reflète le poids du nombre de visiteurs de chaque destination, avec les touristes chinois en tête avec des dépenses de 3,9 milliards de S\$ suivis des Indonésiens (2,8 milliards de S\$) et des Indiens (1,7 milliard de S\$).



Graphique 3. Dépenses par pays d'origine

Parmi les touristes des 10 principaux marchés-sources en 2018, ce sont les Chinois qui dépensent le plus pour le shopping (47% des dépenses moyennes) loin devant les Malaisiens et les Indonésiens (28% dans les deux cas); les voyageurs originaires des États-Unis dépensent davantage pour l'hébergement (40% de leur budget) devant les Indiens (38%), les Sud-Coréens (37%) et les Japonais (35%); les touristes philippins ont un poste repas et boissons conséquent (17%) avec les Américains (16%).

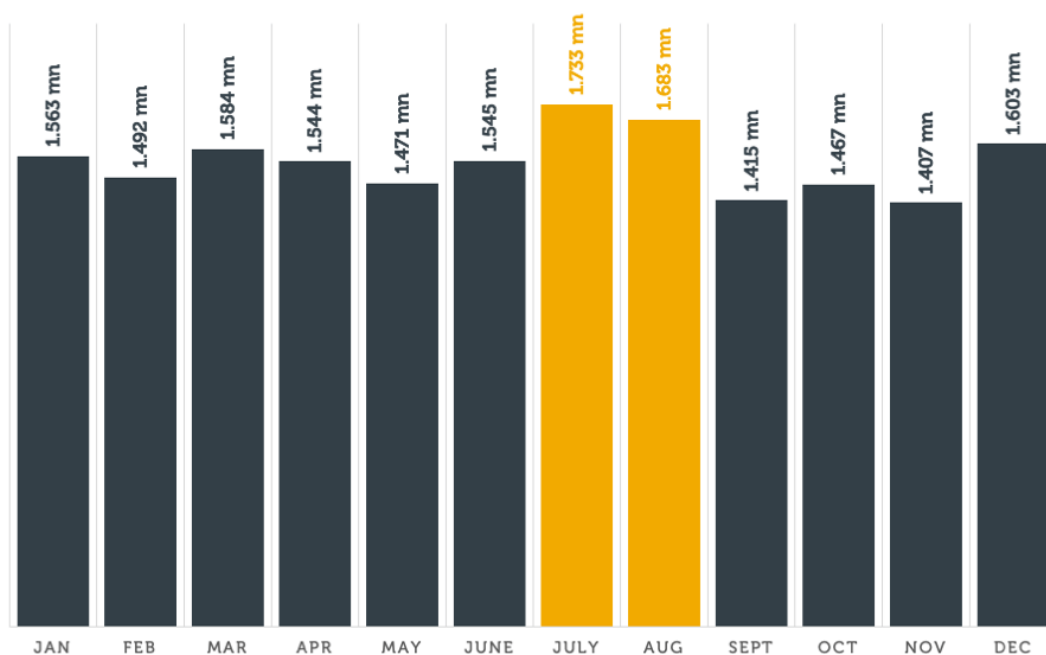


Graphique 4. Top 10 répartition des dépenses en repas et boissons, hébergement et shopping

Distribution mensuelles des arrivées touristiques internationales

Le pic des arrivées en 2018 est survenu en juillet et en août, avec 1.73 million et 1.68 million de touristes tandis que novembre enregistrait le nombre d'arrivées le plus bas, à 1.40 million.

Mais, comme beaucoup de métropoles touristiques, Singapour présente une fréquentation qui est en grande partie désaisonnalisée.



Graphique 5. Arrivées mensuelles en 2018

Il n'y a pas de corrélation évidente entre les données climatiques et celles de la fréquentation touristique. Le mois de février qui est le moins arrosé (113 mm de pluie), avec seulement 8 jours de précipitations mais qui est aussi le deuxième mois le plus ensoleillé, est le cinquième mois le moins fréquenté après novembre, septembre, octobre et mai. Décembre, le mois qui enregistre la troisième fréquentation la plus élevée après juillet et août est aussi le plus pluvieux avec plus de 318 mm de précipitations (presque 15% du total annuel).

France Diplomatie rappelle que **Singapour est fortement affectée par les orages** (186 jours par an).
 La foudre et les chutes d'arbres causent régulièrement des décès et des blessures graves.
 En intérieur, débranchez les appareils électroniques et n'utilisez pas de téléphone à fil pendant les épisodes orageux.
 A l'extérieur, sortez rapidement si vous êtes dans une piscine ou dans la mer. Ne vous abritez pas sous un arbre et évitez les espaces ouverts, mais cherchez un abri en dur ou un véhicule.

Tableau 11. Données climatiques relevées à l'aéroport de Singapour-Changi

Mois	jan.	fév.	mars	avril	mai	juin	juil.	août	sep.	oct.	nov.	déc.	année
Température maximale moyenne (°C)	30.4	31.7	32.0	32.3	32.2	32.0	31.3	31.4	31.4	31.7	31.1	30.2	31.5
Température moyenne (°C)	26.5	27.1	27.5	28.0	28.3	28.3	27.9	27.9	27.6	27.6	27.0	26.4	27.5
Température minimale moyenne (°C)	23.9	24.3	24.6	25.0	25.4	25.4	25.0	25.0	24.8	24.7	24.3	24.0	24.7
Précipitations (mm)	234.6	112.8	170.3	154.8	171.2	130.7	154.4	148.9	156.5	154.6	258.5	318.6	2 166
Nombre moyen de jours de pluie	13	8	13	14	14	12	14	14	13	15	18	18	166
Humidité relative (%)	84.4	82.0	83.4	84.1	83.5	81.9	82.3	82.2	82.7	83.1	85.7	86.5	83.5
Ensoleillement mensuel (heures)	172.4	183.2	192.7	173.6	179.8	177.7	187.9	180.6	156.2	155.2	129.6	133.5	2 022

Source #1: National Environment Agency (climatological reference period: 1981–2010; rainfall 1869–2017, humidity 1929–2017, rain days 1891–2017)

Source #2: NOAA (sun only, 1961–1990)

Le climat de Singapour est de type équatorial pur caractérisé par une chaleur humide tout au long de l'année sans déficit pluviométrique mensuel, les précipitations élevées surviennent souvent sous forme d'orages, l'alternance des phénomènes aérologiques de la Zone de convergence intertropicale (ZCIT) » et des « alizés maritimes, avec prépondérance de la ZCIT, et enfin par l'absence de cyclone tropical due à la très faible latitude (1°21'N).

Bien sûr, la le mois d'arrivée des touristes dépend de celui de leurs congés. Ainsi en février 2018, les Chinois ont été très nombreux (366.616) car le Nouvel An chinois tombait le 16 février. Faussant en quelque sorte les statistiques, ce nombre était en hausse de 36,3% par rapport à février 2017 car cette même année, le Nouvel An chinois correspondait au samedi 28 janvier. En revanche, les arrivées de janvier 2018 étaient en baisse de 8, 1%. Juillet et août 2018 enregistrèrent deux pics (361.019 et 380.108 respectivement) correspondant aux vacances scolaires.

Le pic des arrivées de touristes indonésiens en 2018 s'est produit en juin (332.990) coïncidant avec les quatre jours de congés qui suivent Lebaran (Hari Raya Idul Fitri) la fête musulmane mobile marquant la rupture du jeûne du mois de ramadan. Les visiteurs indiens sont arrivés en grand nombre en mai (196.072), mois coïncidant avec les vacances scolaires d'été. *En Inde, les vacances d'été ont lieu entre le 15 mai et le 1^{er} juillet.*

Les arrivées en provenance d'Europe ont été nombreuses en août atteignant 206.025, correspondant aux traditionnelles périodes de vacances de beaucoup d'Européens.

But de la visite

Parmi les visiteurs en provenance des plus grands pays émetteurs, les Allemands sont ceux qui viennent pour les loisirs (vacances et visites à des parents et amis) dans une proportion de 66%, tandis que beaucoup de touristes thaïlandais arrivent pour affaires et motifs professionnels à 42%. Un quart des touristes philippins viennent pour rendre visite à des parents et amis.

Une des particularités de Singapour est l'importance du nombre de voyageurs pour «affaires». De janvier à septembre 2018, les recettes touristiques du secteur *Business Travel and Meetings, Incentive Travel, Conventions and Exhibitions (BTMICE)* ont augmenté de 10% à 3,44 milliards de S\$, comparativement à la même période de 2017. Le nombre de touristes BTMICE, a progressé de 14% pour atteindre les 2 millions.

Hôtellerie

Le taux d'occupation, déjà très élevé en 2012, a faiblement augmenté de 85,7% à 86,2% en 2018. Le prix moyen d'une chambre a baissé de 243.50S\$ en 2012 à 218.60 S\$ en 2018. Le RevPAR a baissé de 204S\$ en 2014 à 189 S\$ en 2018. Le chiffre d'affaires du secteur a atteint 3.998 milliards de S\$.

	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011
Nombre d'hôtels	250	243	237	223	220	198	179	163
Nombre de chambres	60.595	58.825	56.811	52.571	50.536	47.290	44.161	42.271

Source: Singapore Tourism Board (Includes hostels with more than 4 rooms)

<https://www.stb.gov.sg/content/stb/en/statistics-and-market-insights/tourism-statistics/hotel-statistics.html>

RevPAR est l'acronyme de « **R**evenue **P**er **A**vailable **R**oom », soit le revenu par chambre disponible. Le terme de disponible signifie qu'une chambre est disponible pour la clientèle sur la période étudiée (le plus souvent l'année) et non qu'elle est vacante à un moment donné. Malgré certaines limites, le RevPAR est en général considéré comme « l'indicateur de performance commerciale » de l'activité hôtelière. Dans un environnement où les prix sont de plus en plus variables et dynamiques, il est considéré comme un indicateur plus performant et plus signifiant que le [taux d'occupation](#).

Tableau 12b. Hôtels ouverts en 2019		
Nom	Clés	Segment
Village Hotel at Sentosa	606	Midscale
Capri by Frasers China Square	304	Upscale
The Outpost Hotel (à Sentosa)	193	Upscale
YOTELAIR Changi	130	Midscale
The Barracks (à Sentosa)	40	Upscale

Tableau 12c. Hôtels ouverts en 2020-2023		
Nom	Clés	Segment et année d'ouverture prévue
Dusit Thani Laguna Singapore	208	U.Upscale
The Clan	292	Midscale 2020
Aqueen Hotel Geylang	100	Economy 2020
EDITION	190	Luxury 2021
Artyzen	150	Luxury 2021
Pullman	342	Upscale 2022
TBD (Banyan Tree to manage)	400	Luxury 2023

Source: Horwath HTL <https://www.hospitalitynet.org/file/152008568.pdf>

Le secteur poursuit sa montée en gamme depuis une dizaine d'années. Le nombre d'hôtels classés est passé de 108 en 2008 à 250 en 2018. Leur nombre de chambres de 31.727 à 60.595 sur la même période. La dynamique de la destination stimule l'industrie hôtelière haut de gamme et luxe. Dusit Thani Laguna, le premier hôtel de Singapour disposant d'un golf, ouvrira officiellement en 2020. La chaîne [Six Senses a ouvert deux hôtels à Singapour](#), le Duxton et le Maxwell, dans des styles différents à quelques mois d'intervalle en 2018. Le Capitol Kempinski et ses 157 chambres accueillent des clients depuis décembre 2018. Hyatt a ouvert un hôtel Andaz fin 2017. Chez Accor, un Sofitel a ouvert en 2017. Fermé depuis décembre 2017, l'emblématique hôtel Raffles a rouvert en octobre 2019 après d'importants travaux de rénovation de plusieurs millions de dollars.

Beyond 2019, Singapore continues to attract new and interesting brands to the city.

Particularly, half of the new brands are lifestyle brands – The Clan, Artyzen, and EDITION – representative of the shift to younger travellers who prefer interactive communal space and a differentiated experiential stay.

The market will also have homegrown Banyan Tree finally operating accommodations in Singapore as part of an eco-friendly development in Mandai, the potential segmentation of the project's 400-keys into separate products and branding have not yet been finalized.

The development will incorporate nature conservancy into its design and operations and will be part of Mandai's rejuvenation project.

The project includes the relocation of Jurong Bird Park and the development of a new Rainforest Park in the same area as the Singapore Zoo, Night Safari and River Safari.

Source: Horwath HTL

Pour attirer toujours plus de visiteurs, Singapour s'est lancée dans la construction d'une vaste zone écotouristique de 126 hectares à Mandai.

Mandai Park Holdings, filiale du fonds souverain singapourien Temasek Holdings, n'a pas dévoilé son coût. Le projet dont l'achèvement est prévu pour 2023 suscite les foudres des écologistes en raison de dégâts irréremédiables sur les écosystèmes et d'un bilan déjà négatif pour la faune locale. Les animaux fauchés ne sont pas la seule source de préoccupation des organisations écologistes, qui dénoncent aussi la pollution sonore et lumineuse.

Mais les défenseurs du projet répliquent qu'un parc écotouristique vaut mieux qu'une nouvelle forêt de gratte-ciel.

La cité-État n'est pas seulement une place financière hérissée de gratte-ciel. Une partie de son territoire est couverte d'une forêt abritant des singes, des cerfs, des lémurs volants et des pangolins de Malaisie, espèce en danger d'extinction. Ce secteur, l'un plus verts de Singapour, où sont situés notamment le zoo de Singapour et deux attractions - un safari nocturne et un safari fluvial - depuis longtemps plébiscitées des touristes étrangers comme des locaux.

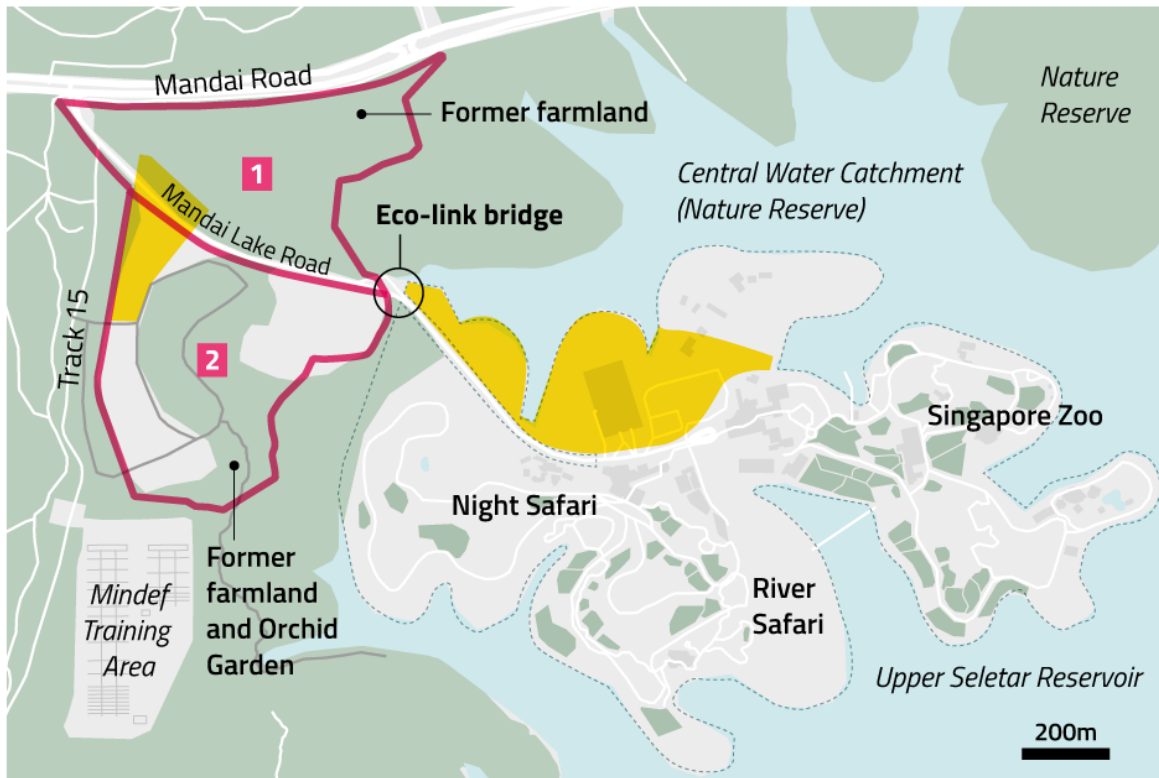
Mais la jungle à proximité est en train d'être défrichée pour laisser la place à un parc ornithologique ainsi qu'à un parc dédié à la forêt pluviale et à un complexe hôtelier de 400 chambres qui devrait ouvrir en 2023, l'ensemble formant un "pôle de tourisme vert" destiné à attirer plusieurs millions de visiteurs par an.

La controverse illustre les interrogations et inquiétudes que génère le développement urbain trop rapide sur un territoire restreint et la disparition de ses derniers refuges de vie sauvage.

<https://www.lavieimmo.com/immobilier-international/comment-un-projet-ecotouristique-a-singapour-a-cree-des-degats-irremediabes-sur-l-environnement-44420.html>

Mandai developed site

1 Rainforest Park 2 Bird Park Public areas



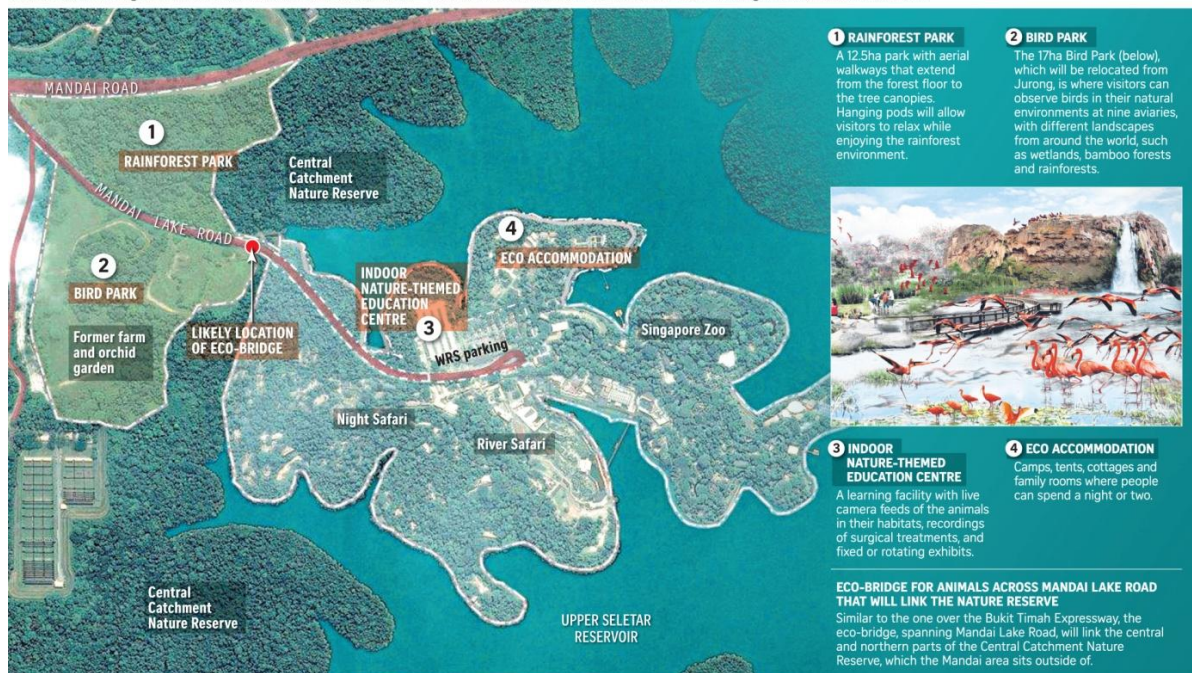
Source: Mandai Safari Park Holdings

<https://www.todayonline.com/singapore/new-bird-park-rainforest-park-mandai>

TODAY

What visitors can expect

Mandai is set to become bigger and better, with plans under way to turn it into a 126ha eco-tourism hub. The area, which houses the Singapore Zoo, River Safari and Night Safari, will feature two new attractions – the Bird Park, which will be relocated from Jurong, and the Rainforest Park.



TEXT: PANG XUE QIANG PHOTOS: MANDAI SAFARI PARK HOLDINGS STRAITS TIMES GRAPHICS

<https://www.straitstimes.com/singapore/mandai-nature-hub-could-draw-eco-tourists>

Un verdissement affiché de la ville

Un des aspects frappants de l'urbanisation est son côté vert. La Cité-État tire avantage de son climat équatorial. La forte pluviométrie, la chaleur et l'humidité constantes profitent à la végétation et en particulier aux arbres qui poussent très vite.



L'ensemble des routes et des autoroutes sont longées par de denses rangées d'arbres et très souvent en partie surplombées par une canopée verdoyante.

L'aménagement de parcs est confié au *National Parks Board* (NPB), a été systématiquement conduit presque partout dans l'île. Sous toutes les formes, y compris celle de centaines de kilomètres de couloirs de verdure (*connectors*), les 380 parcs (dont 64 nommés parcs régionaux gérés directement par le NPB) et les 4 réserves de nature couvrent aujourd'hui quelque 127 km², soit plus de 17 % du territoire, une proportion appelée à augmenter. Ainsi 77.000 arbres ont été plantés en 2018. Le gouvernement prévoit qu'en 2030, les *Nature Ways* totaliseront 180 kilomètres (94 km en 2018). Le NPB, créé en 1967, est responsable de la création et de la mise en valeur de la verdure de Singapour, la "ville dans un jardin".

En savoir davantage : <https://www.nparks.gov.sg/>

Le Singapore Garden Festival de 2018 a enregistré le nombre record de plus de 600.000 visiteurs locaux et internationaux. Cette nature domptée présente des formes inédites au cœur même du centre historique qui a été profondément transformé, conservant des vieux quartiers (sauvés par leur gentrification ?) par l'étalement urbain aux dépens de la mer qui a reculé de plusieurs centaines de mètres, voire de deux ou trois kilomètres.



Chairman's Message
Nurturing the Field

Members of the Board
Garden City Fund

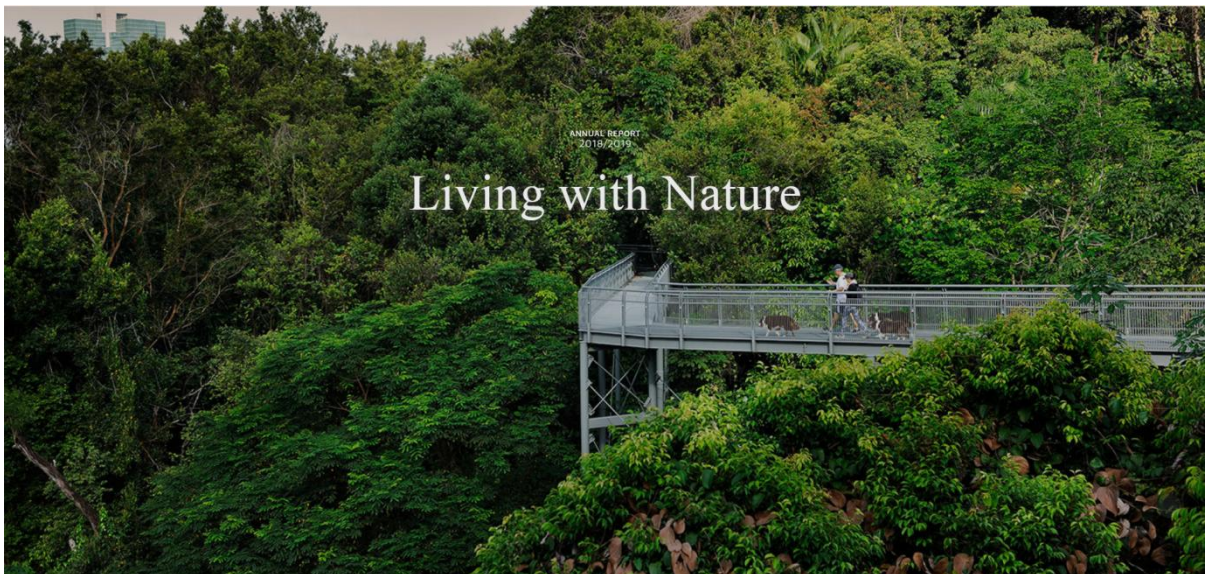
Management Team
Sustainability Report

Organisation Structure
Facts & Figures

Thriving Greenery
Corporate Governance

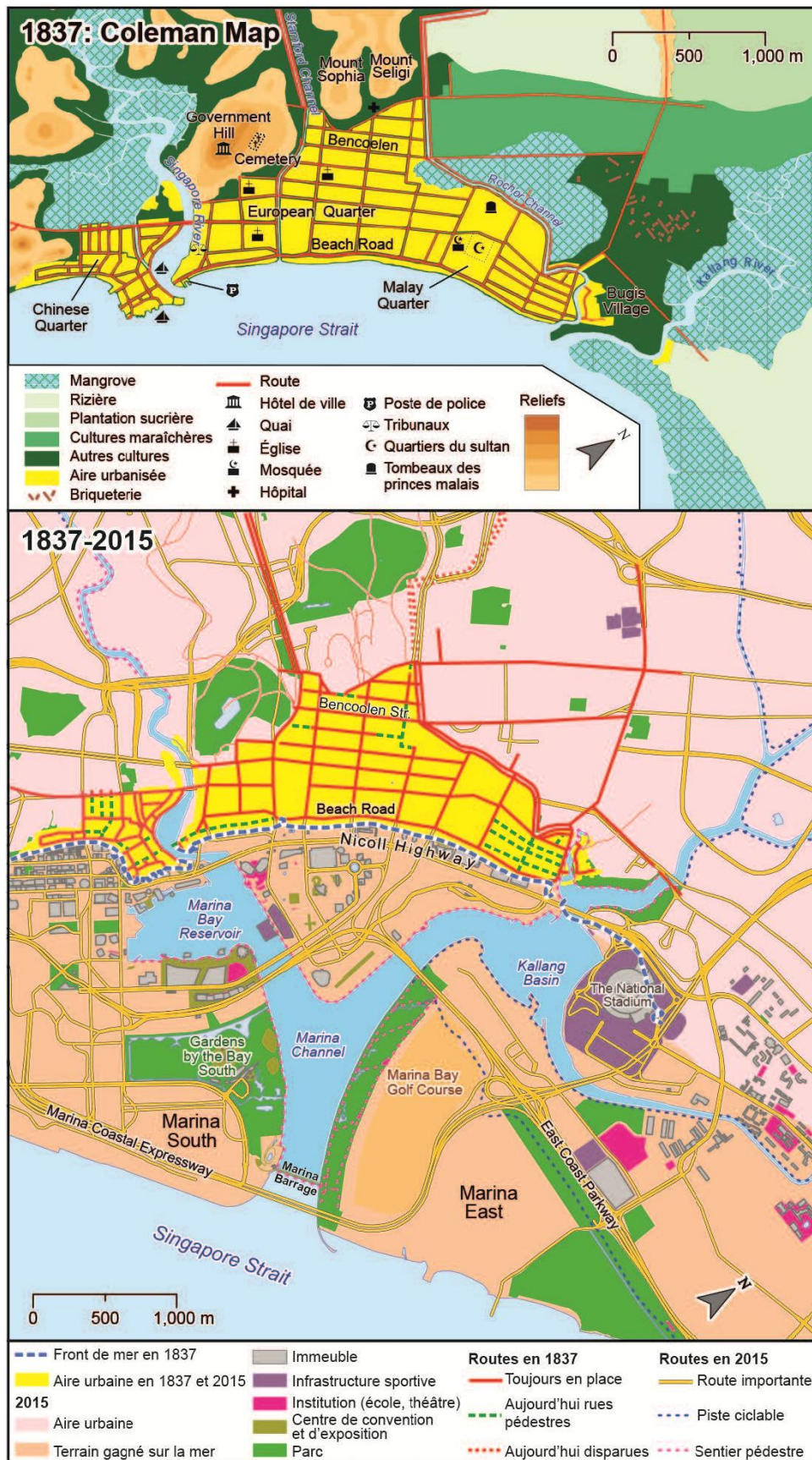
A Biophilic Home
Publications

A Growing Interest
Financial Review



Lire le rapport annuel : https://www.nparks.gov.sg/portals/annualreport/images/rb183296_npark_ar18_final.pdf
Consulté le mardi 24 décembre 2019

Le territoire s'étend, on l'aménage en espaces récréatifs comprenant des plans d'eau, des parcs et des jardins.



Ainsi, la Singapore River, aujourd'hui dominée par les gratte-ciel du district financier, se jetait avant l'indépendance directement dans la mer. Elle se déverse désormais dans Marina Bay, un vaste réservoir d'eau douce. Tout comme la Kallang River qui jadis drainait des terres marécageuses et des quartiers pauvres, situés sur le flanc est de la ville et qui se jette dans le Kallang Basin.

Marina Reservoir (formé de *Marina Bay*, *Marina Chanel* et *Kallang Basin*) est entouré de portions de territoire issues des opérations de remblaiement réalisées au cours des dernières décennies. Le barrage qui en ferme l'accès vers la mer est une merveille d'ingénierie raccordée au système de contrôle des débordements et des inondations dans le centre-ville.

Le bassin d'eau douce à proximité du *Central Business District*, est devenu une des pièces maîtresses (avec Sentosa, Upper Selatar Reservoir et Changi) des espaces récréatifs de Singapour.

Singapour : l'énigme territoriale <https://journals.openedition.org/archipel/1078>

Attractions

Newly-built attractions are proving particularly popular in Singapore.

Gardens by the Bay

This registers as the country's top-rated attraction.

Opened in 2012, the 101-hectare nature park Gardens by the Bay saw 10.2 million visitors in its 2017/2018 financial year, with the main attractions being the Cloud Forest and Flower Dome conservatories, and the Supertree Grove. The latter is a collection of 18 concrete and steel structures between 25 and 50 metres tall, some of which serve as air exhausts for the cooled conservatories. The trees serve environmental functions such as harvesting solar energy, and the trees' surfaces are planted with 158,000 plants of 700 species. A 128 metre walkway 22 metres above the ground allows visitors to take in the views.

Marina Bay Sands

This is one of the iconic buildings of the Singapore skyline. The 'integrated resort' features 2,600 hotel rooms in three 55-storey towers, with a whopping 96.7% occupancy rate; the popular Sands Sky Park across the top of the three towers, with a 150-metre infinity pool, restaurants and a viewing platform; The Shoppes at Marina Bay Sands, a 606,362 square foot (leasable area) retail mall; 1.2 million square feet of convention and meeting space; a theatre; and gaming facilities including 625 table games and 2,360 slot machines. MBS, as it is known, opened in 2010, and contributed US\$3.069 billion in net revenues to its parent company Las Vegas Sands Corp in 2018.

Resorts World Sentosa

Singapore's other, more family friendly, 'integrated resort'. The 49-hectare property is home to attractions including Universal Studios Singapore, S.E.A. Aquarium the Maritime Experiential Museum, Dolphin Island and Adventure Cove Waterpark. The resort houses six hotels, a convention centre and a casino. Visitor numbers exceed 20 million annually.

Singapore Botanical Gardens

Established in 1859, and inscribed as **Singapore's first UNESCO World Heritage Site** in 2015, the 74-hectare Singapore Botanical Gardens are also a major tourist attraction. Home to the National Orchid Gardens with 450 species on display, the Botanical Gardens see 4.4 million visitors annually.

Le commentaire de l'UNESCO: Ce jardin botanique, qui se trouve au cœur de la ville de Singapour, montre l'évolution d'un jardin botanique tropical britannique à caractère colonial, en un jardin botanique moderne de premier ordre, une institution scientifique et un lieu de conservation et d'éducation. Ce paysage culturel comprend une grande variété d'éléments paysagers, de plantations et d'édifices historiques, qui témoignent des transformations du lieu depuis sa création en 1859. Depuis 1875, il est un centre important pour la science, la recherche et la conservation des végétaux en Asie du Sud-Est, notamment en ce qui concerne la culture de l'hévéa.

Critère (ii) : Le jardin botanique de Singapour est un centre de recherche botanique pour l'Asie du Sud-Est depuis le XIX^e siècle, qui a contribué de manière importante au développement de la culture de l'hévéa au XX^e siècle, et qui continue de jouer un rôle majeur dans l'échange des idées, des connaissances et de l'expertise en botanique tropicale et en sciences de l'horticulture. Alors que les jardins botaniques de Kew (Royaume-Uni) ont fourni les semis de départ, le jardin botanique de Singapour a réuni les conditions de plantation, de développement et de distribution à une grande partie de l'Asie du Sud-Est et à d'autres parties du monde.

Critère (iv) : Le jardin botanique de Singapour est un exemple exceptionnel de jardin botanique tropical britannique d'origine coloniale et est remarquable par son aménagement paysager préservé et la pérennité de sa mission depuis sa création.

Singapore Zoo

Another popular attraction, covering 26 hectares of tropical rainforest, with an open concept zoological garden. Home to 2,400 animals of 300 different species, Singapore zoo sees 1.9 million annual visitors.

Changi Airport

Singapore is unusual in that its airport is also an attraction. The S\$1.7 billion **Jewel Changi Airport** opened in April 2019 with a preview for 500,000 pre-registered attendees and is likely to see more transit passengers clear immigration to see the world's tallest indoor waterfall amongst other attractions.

Tourisme émetteur de Singapour

En 2017, quelque 9,9 millions de Singapouriens sont partis à l'étranger où ils ont dépensé 24,543 milliards de dollars. En Asie du Sud-est, les Singapouriens sont les plus grands voyageurs proportionnellement à la population du pays. Leurs métropoles et territoires de prédilection sont Bangkok, Tokyo, Kuala Lumpur, Taipei, Johor Bahru, Séoul, Jakarta, Ho Chi Minh-Ville, Bali et Londres. Dans la région Asie et Pacifique, Singapour est le sixième pays émetteur. Plus des deux-tiers des Singapouriens partent régulièrement en vacances à l'étranger.

<https://www.businessinsider.sg/singaporean-travellers-spent-more-on-accommodation-in-2018-here-are-the-10-most-popular-destinations-and-how-much-they-paid-to-stay-in-each-of-them/>
<https://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/press-releases/five-destinations-attract-22-percent-of-all-international-traveler-arrivals-in-asia-pacific-and-a-quarter-of-travel-spend-in-the-region/>

Tableau 13. Départs en voyage à l'étranger de résidents de Singapour selon le mode de transport
Série 1997-2018

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Total	3 671 149	3 744 944	3 971 180	4 443 542	4 363 077	4 398 840	4 221 464	5 164 906
Air	2 391 808	2 197 759	2 315 637	2 563 346	2 476 099	2 617 452	2 344 492	2 999 368
Mer	1 279 341	1 547 185	1 655 543	1 880 196	1 886 978	1 781 388	1 876 972	2 165 538
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	5 159 403	5 533 357	6 024 130	6 828 362	6 960 724	7 342 276	7 752 926	8 047 808
Air	3 441 927	3 739 542	4 151 229	4 854 604	4 959 767	5 617 110	6 082 620	6 485 268
Mer	1 717 476	1 793 815	1 872 901	1 973 758	2 000 957	1 725 166	1 670 306	1 562 540
	2013	2014	2015	2016	2017	2018		
Total	8 647 066	8 902 705	9 125 331	9 474 205	9 888 852	10 378 329		
Air	6 960 428	7 163 778	7 371 377	7 770 593	8 100 687	8 361 380		
Mer	1 686 638	1 738 927	1 753 954	1 703 612	1 788 165	2 016 949		
















Contact: info@singstat.gov.sg

<https://www.singstat.gov.sg/find-data/search-by-theme/industry/tourism/latest-data>

Les classements de Singapour dans le tourisme mondial en 2018

Singapour est la 21^{ème} destination mondiale.

Tableau 14. Les quinze premières destinations asiatiques (hors Moyen-Orient)

Rang	Destination	Entrées touristiques Internationales en millions (2018)	Entrées touristiques internationales en millions (2017)	Variation (2018 vs 2017) (%)	Variation (2017 vs 2016) (%)
1	 Chine	62.90	60.74	▲3.6	▲2.5
2	 Thaïlande	38.27	35.48	▲6.8	▲8.8
3	 Japon	31.19	28.69	▲8.7	▲19.4
4	 Hong Kong	29.26	27.88	▲4.9	▲5.0
5	 Malaisie	25.83	25.94	▼0.4	▼3.0
6	 Singapour	18.50	17.42	▲6.2	▲6.2
7	 Macao	18.49	17.25	▲7.2	▲9.9
8	 Inde	17.42	15.54	▲12.1	▲6.7
9	 Vietnam	15.49	12.92	▲19.9	▲29.1
10	 Corée du Sud	15.34	13.33	▲15.1	▼22.7
11	 Taiwan	11.07	10.74	▲3.0	▲0.5
12	 Philippines	7.13	6.62	▲7.7	▲11.0
13	 Cambodge	6.20	5.60	▲10.7	▲11.8
14	 Laos	3.77	3.25	▲15.8	▼1.8
15	 Birmanie	3.55	3.44	▲3.1	▲18.4

Note : Singapour a enregistré 13.000 touristes de plus que Macao en 2018 qui est très dépendant du marché émetteur de la Chine continentale (72% des touristes) et de Hong Kong (15,4%).

Lire pour Macao : https://dataplus.macaotourism.gov.mo/Publication/document/ENG/Other/TUR/E_TUR_PUB_2018_Y.pdf

En 2018, la région Asie et Pacifique a comptabilisé plus de 347 millions de touristes internationaux, en hausse de 7,3% par rapport à 2017

>>> En conclusion

La cité-État est considérée comme une des destinations pionnières dans la mise en place et l'affirmation d'un *Nation Branding*.

La marque territoriale de Singapour s'est développée autour de trois éléments :

- **l'élaboration d'une marque cohérente** associant le développement d'infrastructures « totales » et de la qualité de la vie, allant des aspects d'un « *hard power* » fondé sur un environnement des affaires particulièrement favorable et d'une logistique performante aux aspects d'un « *soft power* » fondé sur l'image d'une ville agréable à vivre, présentant des aspects attractifs comme la propreté des espaces publics, la qualité de l'air ou encore la sécurité publique ;
- **une communication ciblée sur la marque** que les autorités ont su forger, promouvoir, faire évoluer et défendre **grâce aux acteurs institutionnels que sont le Singapore Tourism Board** (chargé d'identifier les marchés clés et les cibles touristiques) **et le Singapore Economic Development Board** s'adressant aux décideurs et entrepreneurs dans le monde afin de les attirer à Singapour et de les convaincre d'y investir ;
- **une société tournée vers l'extérieur** incarnant la valeur de la marque « Singapour » qui **l'aide à se différencier des autres sociétés**. La caractéristique essentielle est ici un multiculturalisme unique, rendu possible par les circonstances et l'histoire politique et sociale de la «*Cité du Lion*» et préservée avec détermination par des politiques sociales comme les quotas ethniques en matière de logement dans les *HDB flats* adoptés en 1980 et la loi sur l'harmonie religieuse (*Maintenance of Religious Harmony Act* abrégé en MRHA) promulguée en 1990. Ce texte permet au ministre de l'intérieur de ce pays – où quarante habitants sur cent se déclarent bouddhistes ou taoïstes, vingt sur cent chrétiens, et quinze sur cent musulmans – d'émettre des ordonnances restrictives contre les groupes religieux incitant à l'hostilité ou tentant de s'ingérer dans les affaires politiques. Dix religions sont reconnues officiellement.

Jamais réformé depuis 1990, ce texte pourrait prochainement être amendé. Des propositions en ce sens ont en effet été présentées au Parlement le 2 septembre 2019 pour prendre en compte l'impact des réseaux sociaux tout en limitant l'influence des extrémistes. Le ministre de l'Intérieur, K. Shanmugam, a affirmé qu'il fallait actualiser la loi pour faire face aux nouvelles menaces découlant de l'omniprésence d'Internet. « *Le monde est devenu très différent. Nous avons maintenant Facebook, Twitter, Google... La haine peut devenir virale en quelques secondes* », [avait-il expliqué](#). Mais certains croient y voir aussi la volonté du gouvernement autoritaire de Singapour d'empêcher les organisations religieuses de faire trop de politique, afin d'éviter toute possibilité de contestation.

<https://blog.courrierinternational.com/singapour-equatoriale/2017/05/27/des-hlm-de-reve-ca-existe/>
<https://missionsetrangeres.com/eglises-asie/revision-de-la-loi-sur-le-maintien-de-lharmonie-religieuse/>

Singapour, depuis 1965, a développé le concept de « **Total Defence** », inspirée de celui d'Israël, qui consiste à impliquer l'ensemble de la société civile dans la stratégie de défense du pays afin d'assurer la sécurité de la population et du territoire. Les forces de police et de défense civile sont dotées d'équipements très performants.

Le programme de modernisation et d'acquisition de technologies par le gouvernement est articulé autour de 3 priorités : la **sécurité urbaine** avec des opportunités en matière de systèmes de surveillance (contrôle d'accès, biométrie, vidéosurveillance, capteurs, surveillance des côtes, gestion des données), la **sécurité maritime et des marchandises** (dans une région où la piraterie n'est pas rare) et la **cybersécurité**.

En effet, Singapour est l'une des premières cibles de cyberattaques de la région Asie et Pacifique, faisant partie des « Cyber-Five » (avec l'Australie, le Japon, la Nouvelle-Zélande et la Corée du Sud), les cinq pays 9 fois plus vulnérables aux cyberattaques que les autres économies de la zone d'après Deloitte. L'enjeu est d'autant plus important que Singapour mène une politique de connectivité et de digitalisation très avancée.

La stratégie touristique mise en place s'appuie sur les 3C (Vincent Gollain) :

- **Contenu** : élargir l'offre proposée aux visiteurs, (Voir, par exemple, [Experience Wonder at Jewel Changi Airport](#)).
- **Clients** : segmenter les publics ciblés pour proposer une offre au plus près des besoins.
- **Connectivité** : jouer sur les interconnexions entre le hub aérien et le hub portuaire pour positionner Singapour comme un hub incontournable sur la zone régionale. Deuxième port mondial pour le trafic des porte-conteneurs et l'un des plus importants aéroports pour le fret en Asie, Singapour est doté d'infrastructures hors normes et d'une importante plateforme logistique.

Depuis août 2017, Singapour possède une **marque unique** rassemblant le discours touristique avec celui sur l'économie. Il s'agit de "Singapore, Passion made possible" ("Donnez vie à vos passions" en français) avec un acronyme visuel (logo) SG.

Le gouvernement a mis en place un bureau relié à celui du premier ministre, le **SNDGO** (Smart Nation and Digital Government Office) dont le but est de suivre et de soutenir les principaux projets visant au développement d'une « **Smart nation** » à Singapour.

Le pays a démultiplié les outils et les investissements comme Sentosa, Marina Bay, Mandai, les transformations de l'aéroport de Changi, etc.

Singapour, outre ses casinos et ses musées, ses parcs et jardins, ses temples, ses églises et ses mosquées, ses commerces détaxés et ses attractions, se rêve aussi en **Learning Destination** de pointe dans le cadre de « l'économie des connaissances ».

L'année 2015 a été une année fondamentale pour Singapour. La célébration du jubilé "SG50" le 9 août a suivi de quelques mois la disparition du « père de la nation », le premier ministre Lee Kwan Yew décédé le 23 mars.

Auparavant, beaucoup de Singapouriens pensaient que la marque nationale était du ressort des fonctionnaires, et donc, sans rapport avec eux.

Lee Kwan Yew avait transformé le sens de l'histoire du peuple singapourien, multipliant les réflexions et prenant de nombreuses initiatives en faveur du patrimoine national. Il avait fait revenir au pays des personnes ayant une vision de ce que pouvait être une marque nationale. Le jubilé s'est inscrit dans une vision à long terme. En quelque sorte le "SG50" ouvrait la perspective d'un "SG100" avec en ligne de mire 2065 comme prochain jalon. Il y a désormais une confiance et un engagement plus larges dans la réputation internationale de la nation.

2020 va être une autre année importante pour Singapour, les prochaines élections législatives doivent se dérouler en mars et le pays célébrera le 9 août le 55^{ème} anniversaire de son indépendance.

Koh Buck Song, un spécialiste du *nation branding*, interrogé par l'équipe éditoriale de The Place Brand Observer en juillet 2017 a répondu à la question suivante :

How/why does Brand Singapore stand out as a nation branding example? What makes it unique?

*Brand Singapore has a few brand attributes that have traditionally set it apart from rival cities, such as **administrative efficiency, a clean and green environment, very low corruption, and great ease of doing business.***

*But, to me, the most important X factor is Singapore's **multiculturalism and openness to the world.** The country's diversity of race and religion is sustained by uniquely interventionist social policies like the ethnic quota for public housing and tough, protective legislation on matters of religion.*

The country's red carpet for foreign talent is becoming an even rarer facet in today's world that is beset with protectionist tendencies and suspicion against outsiders.

Le tourisme récepteur de Singapour a contribué à 4,0% du PIB en 2018. **En raison de la faiblesse de la superficie du territoire, les touristes ne séjournent que 3,3 nuitées en moyenne, durée la plus faible de tous les pays de l'ASEAN (à l'exception de Brunei).** Mais sa situation de hub lui a permis de séduire 18,5 millions de touristes soit plus de 3 fois sa population. Robert Pailhès, auteur du Globe-Rêveur écrit « *Les organismes de voyage vouent Singapour à un rôle d'entrée des grands pays touristiques de l'Asie du Sud-Est. Mais il s'agit d'une porte aux multiples battants et qu'il ne faut surtout pas excamoter !* ».

Afin de ne plus penser le séjour touristique sur le territoire comme une succession d'activités, d'attractions et sites touristiques sans lien entre eux, les acteurs singapouriens du tourisme pensent Singapour comme une « méga attraction » qui correspond parfaitement au territoire ultra compact du pays et aux possibilités offertes par les technologies du numérique.

Singapour ambitionne d'offrir une expérience connectée, sécurisée et personnalisée en se donnant comme objectif d'occuper une position de leader dans l'innovation touristique, aussi bien en termes d'expériences pour les visiteurs que de promotion de l'offre. Singapour place le visiteur au cœur de sa réflexion, pour construire autour de lui un environnement fluide qui lui permet de s'informer, de réserver, de se déplacer, d'expérimenter de manière totalement personnalisée. L'accessibilité de Singapour est extrêmement aisée tant les transports sont efficaces, l'aéroport ultramoderne...demain de nouvelles étapes seront franchies pour que le visiteur se libère de toute contrainte...et dépense plus !

Selon l'**Indice de compétitivité du secteur du voyage et du tourisme** (Travel & Tourism Competitiveness Index) publié par le Forum économique mondial en 2018, **Singapour se classe au 17^{ème} rang des 140 pays étudiés** mais le pays a perdu quatre places par rapport à l'étude de 2017.

La cité-État est 6^{ème} de la région Asie et Pacifique après le Japon (4^{ème}), l'Australie (7^{ème}), la Chine (13^{ème}), Hong Kong dont la position s'est aussi dégradée depuis l'édition de 2017 a perdu 3 places (14^{ème}) et la Corée du Sud (16^{ème}). Singapour est classé premier en Asie du Sud-Est devant la Malaisie (29^{ème}) et la Thaïlande (31^{ème}).

Global Rank	ENABLING ENVIRONMENT					T&T POLICY & ENABLING CONDITIONS				INFRASTRUCTURE			NATURAL & CULT. RESOURCES	
	Business Environment	Safety & Security	Health & Hygiene	Human Resources & Labor Market	ICT Readiness	Prioritization of T&T	Int'l Openness	Price Competitiveness	Environ. Sustainability	Air Transport Infrastructure	Ground & Port Infrastructure	Tourist Service Infrastructure	Natural Resources	Cultural Res. & Business Travel
Japan	4	5.8	5.7	5.8	5.9	5.9	5.9	4.8	4.4	4.9	5.0	5.0	4.9	4.9
Australia	7	5.1	5.1	5.2	5.1	5.2	5.2	4.4	4.4	4.9	3.6	4.1	3.2	4.4
China	13	4.7	5.6	5.6	5.2	5.0	4.8	3.1	5.7	3.8	4.3	3.9	3.5	3.9
Hong Kong SAR	14	6.1	6.4	6.0	5.8	5.8	5.8	3.8	4.5	4.6	4.8	4.4	4.3	3.6
Korea, Rep.	16	4.8	5.9	5.2	5.0	4.7	4.9	4.2	5.0	4.7	4.5	3.2	3.8	2.4
New Zealand	18	4.9	5.2	5.9	5.2	4.7	4.9	4.2	4.7	4.9	3.8	5.2	4.9	2.0
Taiwan, China	37	5.1	5.9	6.0	5.4	5.6	4.7	3.7	5.4	4.4	3.9	5.1	4.8	2.6
Mongolia	93	4.3	5.6	6.1	4.5	4.3	4.5	1.9	4.2	3.6	2.2	2.2	2.9	3.1
Eastern Asia-Pacific		5.1	6.0	6.1	5.2	5.7	5.1	4.0	5.1	4.3	4.5	4.5	4.8	3.8
Singapore	17	4.8	5.2	5.6	5.2	5.2	4.2	5.0	4.3	4.5	4.2	5.1	2.2	2.5
Malaysia	29	4.9	5.9	5.3	5.2	5.4	4.8	4.2	4.2	4.0	4.9	4.2	4.5	3.8
Thailand	31	4.9	4.8	5.0	5.1	5.2	4.9	3.9	4.9	3.6	4.9	3.3	3.9	2.6
Indonesia	40	4.7	5.4	4.5	4.9	4.7	4.9	4.2	4.2	3.5	3.9	3.3	3.1	4.2
Viet Nam	63	4.4	5.6	5.0	4.8	4.3	4.1	3.7	3.8	3.8	3.4	3.0	2.8	3.8
Brunei Darussalam	72	4.8	5.2	5.5	4.6	5.4	3.4	3.7	4.2	4.1	3.3	3.8	4.0	2.4
Philippines	75	4.3	3.6	4.8	5.0	4.4	4.9	3.5	4.2	4.0	3.2	2.8	3.6	1.8
Lao PDR	97	4.4	5.3	4.5	4.6	3.4	4.8	3.0	3.9	3.7	2.4	2.5	3.4	2.9
Cambodia	98	3.8	5.1	4.0	4.2	3.9	5.0	3.5	5.6	3.4	2.3	2.5	3.2	3.0
South-East Asia Average		4.8	5.3	4.9	4.9	4.8	4.9	3.9	5.9	3.8	3.7	3.6	4.0	3.5

Les Indices de compétitivité des pays d'Asie de l'Est et du Sud-Est : forces et faiblesses de Singapour

Les études du World Economic Forum (WEF) au travers du « Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI) » publiées pour la première fois en 2007, puis 2009, jusqu'à la dernière publication en 2019, « mesurent » la compétitivité d'une destination à l'échelle d'un pays. Dans sa version 2019, le TTCI permet de comparer entre eux 140 pays.

Il est composé de 90 indicateurs individuels regroupés en 14 « piliers » eux-mêmes regroupés dans 4 grands groupes (voir schéma ci-contre). Une note, sur une échelle de 1 à 7, est attribuée à chaque indicateur, la moyenne global définissant le TTCI, la note globale de la destination. La démarche est récente et bien entendu perfectible. Certains indicateurs, non facilement mesurables, se voient attribuer une note « à dire d'expert », l'avis de l'expert pouvant varier d'un pays à l'autre. Pour les indicateurs mesurables, la note attribuée, conformément à une grille de notation objective, est bien entendu dépendante de la fiabilité de la mesure. Enfin (et surtout), aucune pondération n'est appliquée aux différents indicateurs, chacun d'entre eux, ayant de fait, pour tous les pays, le même poids dans la mesure de l'indice global de compétitivité. [...] Le TTCI n'a pas vocation à mesurer l'attractivité d'une destination, non objectivement mesurable, ne peut remplacer la nécessaire élaboration d'une stratégie de territoire, mais il montre bien l'intérêt de la mesure de la compétitivité dans le cadre de la réflexion stratégique, et donne des informations nécessaires pour le pilotage de l'action des décideurs.

Sacha Fournier, consultant In Extenso Tourisme Culture et Hôtellerie

Transformer le pays pour atteindre des objectifs économiques, est l'enjeu relevé par Singapour depuis 55 ans, mais depuis les années 2000, **le tourisme est identifié comme un secteur stratégique. Le pays s'est métamorphosé rapidement, un séjour aujourd'hui est bien plus intéressant qu'il y a une quinzaine d'années quand le pays était réputé un peu ennuyeux.**

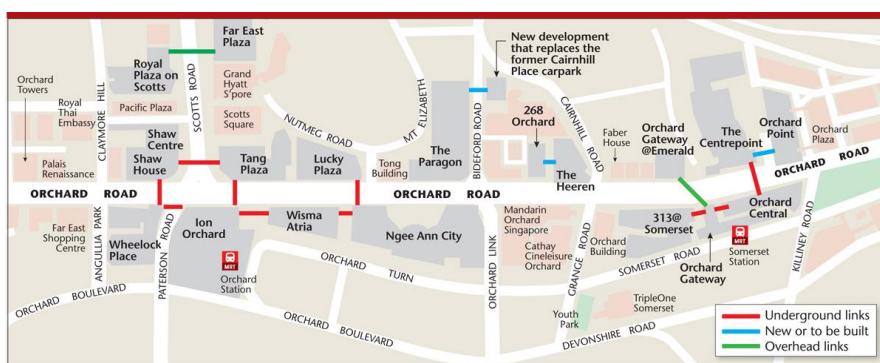
Les nombreuses réalisations menées à terme comme Garden by the Bay et Marina Bay mais également la valorisation des quartiers historiques tels que Chinatown, Kampong Glam, Little India, ou les musées qui ont vu le jour récemment (notamment la National Art Gallery of Singapore –NAGA – ouverte en 2015 dans les anciens bâtiments de la cour suprême et de l'hôtel de ville), tout comme le développement de l'île de Sentosa ou de Jewel Changi y contribuent largement. Pour tout savoir de l'histoire extraordinaire de Singapour, un passage par le Musée National de Singapour, le plus ancien de la ville, s'impose, ou dans le Musée Peranakan qui décrypte le mode de vie de la population sino-malaise.

Gillman Barracks est une enceinte d'art visuel créée dans une ancienne caserne militaire entourée d'une végétation tropicale. Ce lieu unique est une véritable plateforme de galeries d'art et d'artistes du monde entier, il développe l'art visuel de Singapour, de l'Asie du Sud-est et au-delà. Le Red Dot Design Museum sur Marina Bay, séduira les passionnés d'art et de culture contemporaine.

Des centres labellisés « Heritage » comme l'Indian Heritage Centre ou le Malay Heritage Centre permettent d'en apprendre plus sur les diverses traditions des populations immigrées. L'expérience encore plus immersive, « *Images of Singapore live* » sur l'île de Sentosa plongera le visiteur au cœur du Singapour des années 1800.

Au cours de l'année, la palette de propositions d'événements et de festivités à Singapour est incomparable, plusieurs de renommée mondiale. Expositions artistiques, festivals cinématographiques, concours gastronomiques, compétitions sportives, soirées musicales, fashion weeks, il y en a pour tous les âges et tous les goûts.

Ainsi, le Grand Prix de Singapour disputé sur le circuit urbain de Thomson Road 1966 à jusqu'à son ultime édition de 1973, est relancé depuis 2008 sur le Circuit urbain de Singapour (Marina Bay Street Circuit) tracé autour de Marina Bay. Parmi les événements les plus courus figurent le traditionnel Nouvel An chinois, 1 Night Marina Bay, Singapore Night Festival, River Hongbao, River Parade, Marina Bay Singapore Countdown, District Race, Thaipusan Festival (fête hindoue), Singapore International Festival of Arts, WTA Finals, HSBC Singapore Rugby Sevens, Chinatown Mid-Autumn Festival Light-Up and Celebrations, Deepavali (fête hindoue), Singapore Food Festival, Singapore River Festival, Hari Raya Light Up, Singapore Art Week, Orchard Fashion Runway, la liste est longue.



Orchard Road, longue de 2.200 mètres, constitue une attraction touristique majeure de la cité-État et sa principale artère commerciale, de nombreux centres commerciaux et grands magasins donnant sur la rue comme Ngee Ann City, ION Orchard, Orchard Central, Wheelock Place, Show House and Centre, etc.

Singapour est la 4^{ème} place financière mondiale, et la 2^{ème} en Asie, derrière Hong Kong. Son marché domestique est trop étroit pour permettre l'essor des marchés de capitaux, surtout face aux grands voisins d'Asie du Sud-Est. En revanche, Singapour a su s'imposer sur plusieurs créneaux à l'échelle régionale: 3^{ème} marché des changes mondial après New York et Londres ; gestion d'actifs; pôle assurance de référence dans la région Asie-Pacifique. C'est également une destination événementielle importante dans plusieurs secteurs dont la gestion d'actifs, la fintech, la finance verte et l'innovation. **Singapore Expo** possède plus de 10 halls et plus de 100 000 mètres carrés de surface d'exposition et reçoit les principaux salons professionnels internationaux. **Le voyage d'affaires et le MICE restent des valeurs sûres pour Singapour.** En 2018, le nombre de visiteurs BTMICE (business travel + MICE) a augmenté de 14% pour atteindre les 2 millions. Les recettes touristiques générées par ce segment ont progressé de 10%, par rapport à la même période en 2017.

Une transformation qui s'est également faite par l'intégration de la nature dans la ville. Depuis plusieurs décennies, Singapour a développé le concept de « ville jardin » pour ses habitants, puis de « ville dans un jardin » ; les touristes peuvent y vivre des expériences « nature » profitant des aménagements tels que Southern Ridges un parcours de randonnée pittoresque qui s'étend sur 10 km, les canopées walks qui permettent de surplomber la cime des arbres de la forêt tropicale au cœur du tissu urbain.

Un modèle d'intégration de la nature en ville ? Mais c'est dans ce domaine que Singapour est le plus mal noté par le Travel & Tourism Competitiveness Index (2,2/7), la faiblesse de la superficie du pays – le plus petit de l'Asie du Sud-Est – explique cela.

Singapour encourage une pensée disruptive sur l'offre et le marketing... et continue à se réinventer, à enrichir l'offre avec l'exemple de Resorts World Sentosa qui prévoit d'ajouter le Minion Park et le Super Nintendo World au parc d'attractions Universal Studios Singapore, ou à déplacer des sites comme celui en cours du Jurong Bird Park prévu pour 2020 à Mandai...

La destination a ainsi multiplié les voyages de bloggeurs et autres influenceurs sur le thème [quoi voir en 3, 4 ou 5 jours?](#), les [10 endroits à voir](#), [quoi faire pendant une escale](#), etc.

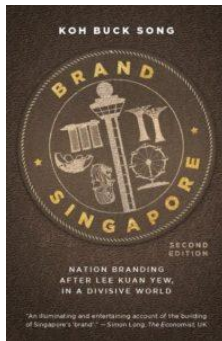
.....



Get the full picture and [download Singapore Tourism Statistics 2019 Infographics](#)

Lire aussi Singapour : l'énigme territoriale par Rodolphe De Koninck p. 241-268
<https://journals.openedition.org/archipel/1078>

Lire aussi : *Brand Singapore: Nation Branding After Lee Kuan Yew, In A Divisive World* (Marshall Cavendish, 2017) by Koh Buck Song is a new edition of a book first published in 2011 as an introduction to the subject of [nation branding](#), with Singapore as an extended case study.



Sitographie

<https://www.tablebuilder.singstat.gov.sg/publicfacing/createDataTable.action?refId=15301>
<https://www.lesechos.fr/monde/asia-pacifique/quand-singapour-profite-de-la-crise-a-hong-kong-1155435>
<https://www.stb.gov.sg/content/stb/en/about-stb/overview.html>
<https://www.stb.gov.sg/content/stb/en/statistics-and-market-insights/tourism-statistics/international-visitorarrivals.html>
<https://www.singstat.gov.sg/find-data/search-by-theme/industry/tourism/latest-data>
<https://newsroom.mastercard.com/press-releases/big-cities-big-business-bangkok-london-and-paris-lead-the-way-in-mastercards-2018-global-destination-cities-index>
<https://www.businessinsider.sg/singaporean-travellers-spent-more-on-accommodation-in-2018-here-are-the-10-most-popular-destinations-and-how-much-they-paid-to-stay-in-each-of-them/>
<https://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/press-releases/five-destinations-attract-22-percent-of-all-international-traveler-arrivals-in-asia-pacific-and-a-quarter-of-travel-spend-in-the-region/>
https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_busiest_cruise_ports_by_passengers
<https://edition.cnn.com/travel/article/worlds-busiest-airports-2018-preliminary/index.html>
<https://www.visualcapitalist.com/map-countries-by-tourist-spending/>
<https://www.singstat.gov.sg/-/media/files/publications/ghs/ghs2015/findings.pdf>
https://www.stb.gov.sg/content/dam/stb/documents/statistics-marketing-insights/Quarterly-Tourism-Performance-Report/STB%20Q4%202018%20Tourism%20Sector%20Performance%20Report_Final.pdf
https://data.gov.sg/dataset/overseas-visitors-survey-visitors-profile-data-purpose-of-visit?view_id=bb793b17-9864-4612-bf82-ffa020e880e8&resource_id=9adcfe5f-9d97-4d6a-a557-bacce967cff9
<https://www.indexmundi.com/facts/indicators/ST.INT.ARVL/rankings>
https://en.wikipedia.org/wiki/World_Tourism_rankings
<https://www.budgetdirect.com.sg/travel-insurance/research/singapore-tourism-statistics>
<https://www.budgetdirect.com.sg/-/media/budgetdirect/files/pdf/research/2019-singapore-tourism-statistics.pdf>
<https://knoema.fr/atlas/Singapour/D%3a9penses-touristiques>
http://geotourweb.com/nouvelle_page_239.htm
<https://www.hospitalitynet.org/file/152008568.pdf>
https://www.nparks.gov.sg/portals/annualreport/images/rb183296_npark_ar18_final.pdf
<https://www.todayonline.com/singapore/new-bird-park-rainforest-park-mandai>
<https://www.lavieimmo.com/immobilier-international/comment-un-projet-ecotouristique-a-singapour-a-cree-des-degats-irremediables-sur-l-environnement-44420.html>
<https://www.straitstimes.com/singapore/mandai-nature-hub-could-draw-eco-tourists>
<https://www.lefigaro.fr/horlogerie/singapour-centre-du-monde-et-des-montres-20191001>
<https://interfacetourism.fr/2016/07/08/analyse-singapour-linnovation-au-coeur-du-renouveau-touristique/>
https://asean.org/wp-content/uploads/2012/05/ASEAN_Tourism_Marketing_Strategy_2017-2020.pdf
<https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>
<http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/rankings/#series=TTCI>
<https://www.inextenso-tch.com/actualites/article-la-mesure-de-la-competitivite-un-enjeu-pour-le-pilotage-du-developpement-des-destinations-touristiques/>
<https://sd-magazine.com/europe-monde/singapour-place-strategique-asiе-sud>
<https://www.bretagnecommerceinternational.com/donnee/singapour-hub-regional-pour-la-distribution-de-produits-agroalimentaires-en-asiе/>
<https://www.tresor.economie.gouv.fr/Articles/2019/07/11/horizon-asean-28-juillet-2019>
<https://journals.openedition.org/archipel/1078>
<https://blog.courrierinternational.com/singapour-equatoriale/2017/05/27/des-hlm-de-reve-ca-existe/>
<https://missionsetrangeres.com/eglises-asiе/revision-de-la-loi-sur-le-maintien-de-lharmonie-religieuse/>
https://www.tourmag.com/Singapour-pour-les-passionnes-de-culture_a91217.html
<https://edition.cnn.com/travel/article/aviation-year-in-review-2019/index.html>
<https://skift.com/2019/12/20/why-singapore-must-keep-tour-startups-well-oiled/>
https://eresources.nlb.gov.sg/infopedia/articles/SIP_130_2005-01-22.html
<https://www.bangkokpost.com/travel/1829634/singapore-shift>
First Stop Singapore <https://www.firststopsingapore.com/fr/place/southern-ridges/>

Annexe : Le document à l'origine de la réalisation du dossier documentaire

Singapore Tourism Industry Buoyed by Tourists Avoiding Hong Kong

Faris Mokhtar, Bloomberg - Dec 11, 2019 6:40 am



Singapore's tourism sector has plenty of things going for it currently. Unfortunately for Hong Kong, travelers choosing to skip the protests there and visit Singapore instead appears to be one of them.
— Rosie Spinks

Hotel deals in Singapore are set for a record amid a surge in tourist arrivals buoyed by people wanting to avoid the protests in Hong Kong. Hospitality transaction volumes were an unprecedented S\$5.7 billion (\$4.2 billion) as of Nov. 30, according to preliminary figures from Colliers International Group Inc., about five times 2018 and the most in at least a decade.

A record 5 million visitors came to the island in the third quarter, led by tourists from Greater China, Singapore Tourism Board data show. That brought arrivals so far this year to 15.8 million. Govinda Singh, executive director of valuation and consultancy services at Colliers, said that Singapore “no doubt” benefited from the protests that have [rocked Hong Kong](#) for the past six months.

The opening of a vast new entertainment complex [Jewel Changi Airport](#) — which boasts the world's tallest indoor waterfall — as well as the re-opening of the iconic Raffles Hotel and additional business generated by the F1 Singapore Grand Prix also helped, he said.

A few major Singapore real estate investment trust mergers boosted transactions too, according to Tricia Song, head of research for Singapore at Colliers. The biggest deal this year was the purchase of Mandarin Orchard for S\$1.2 billion following the merger of OUE Commercial REIT and OUE Hospitality Trust. The group also bought the Crowne Plaza hotel at Changi Airport for

S\$486 million, in what was 2019's third-biggest deal. Barring an economic crisis, the near- to mid-term outlook for the hospitality market is favorable, said Christine Li, head of research for Singapore and Southeast Asia at Cushman & Wakefield Plc. With some large bi-annual events and exhibitions making a return and new ones surfacing, 2020 is expected to be another bumper year, Li said. A slew of new attractions should also help solidify Singapore's position as a Southeast Asia tourism hub. Resorts World Sentosa plans to add Minion Park and Super Nintendo World to Universal Studios Singapore, while the Mandai wildlife project should boost eco-tourism when it opens in 2023. ©2019 Bloomberg L.P.

This article was written by Faris Mokhtar from [Bloomberg](#) and was legally licensed through the [NewsCred](#) publisher network. Please direct all licensing questions to legal@newscred.com.

<https://skift.com/2019/12/11/singapore-tourism-industry-buoyed-by-tourists-avoiding-hong-kong/>



Singapore's Raffles Hotel recently reopened after undergoing an 18-month facelift. Photo: Handout

<https://www.cnbc.com/2019/10/28/singapore-raffles-hotel-opens-after-two-year-restoration.html>