



CHINA WORKSHOP 2022

Dominika MICHOT – 7-8 juin 2022

Contexte

En 2019, la Chine était le premier émetteur de touristes au niveau mondiale avec le volume de 155 mln de voyageurs et les dépenses qui atteignaient plus de 250 milliards dollars américains. Cette tendance était aussi bien présente en France (2,2 mln de visiteurs) et dans notre région (3ème clientèle étrangère).

Cependant, depuis le début de la pandémie COVID-19 les voyages en groupe ont été suspendus en Chine. La France ne délivrant plus de visa tourisme (réciprocité), la clientèle s'est tarie. Sur les 42 432 agences de voyage, 19 541 avaient déposé le bilan à la fin de 2021. En outre, la délivrance de passeports par la Chine a été interrompue. Le renouvellement s'effectue au compte-goutte (*source Atout France*).

Le gouvernement chinois maintient la politique Zéro Covid qui freine les perspectives de réouverture sur la Chine Continentale qui est peu probable en 2022, mais nous constatons des signes de reprise et d'ouverture sur les marchés de Hong Kong et Taiwan.

Dans un premier temps, ce sont les voyageurs d'affaires et une clientèle aisée puis une clientèle individuelle expérimentée, plutôt jeune, qui devraient se rendre en France. La France reste bien classée dans les palmarès et intentions de voyage dans plusieurs enquêtes, celle de Dragon Trails où la France est positionnée en 4ème place après le Japon, la Thaïlande, l'Australie. Une récente enquête CET (Commission Européenne du Tourisme) place la France en première position loin devant ses concurrents : France plébiscitée à 55% Italie 29 Allemagne 28 Autriche 26 UK 23 (*source Atout France*).

Cette période de Covid entraîne des changements importants de comportements des clients chinois – très positives pour notre destination. Atout France Chine observe désormais une sensible montée en gamme des hébergements, de l'autotour avec des centres d'intérêts élargis (un désir de nature, de grands espaces...) et un tourisme plus expérientiel et thématique avec un désir d'immersion (une hôtellerie de charme, des activités culturelles, la gastronomie et les vins, l'art de vivre etc). Ce nouveau touriste devrait rester adepte du shopping.

Comité Régional du Tourisme de Bourgogne-Franche-Comté

5 av. Garibaldi - BP20623 - 21006 Dijon Cedex

Tél +33(0) 3 80 28 02 80 - Fax +33(0) 3 80 28 03 00

info@bfctourisme.com

SIRET 820 657 971 00017 - APE 7990Z

www.bourgognefranchecomte.com



Action

Malgré l'impossibilité de voyager pour les touristes de la Chine Continentale, les agences de voyage et les tour operators chinois se sont tournés vers les clientèles chinoises vivant en Europe, aux Etats Unis et au Canada.

Ainsi, les organisateurs du China Workshop ont décidé d'explorer ce marché potentiel en attendant la réouverture de la Chine Continentale. C'est dans cette objectif qu'une centaine de prescripteurs chinois basés en France, en Europe et en Amérique du Nord ont été invités pour rencontrer les professionnels du tourisme français.

Pendant les deux jours du workshop, La Bourgogne a eu l'occasion de rencontrer 31 agences et TO, en grande majorité des nouveaux contacts.

Ces rencontres confirment les nouvelles tendances que nous observons depuis le début de la pandémie : des plus petits groupes et des touristes individuels, à la recherche de nouvelles découvertes en France hors Paris. Petits hôtels de charme, voire des hébergements insolites – des demandes qui reflètent bien l'intérêt grandissant de touristes chinois pour les destinations et activités nature. En Bourgogne la demande de l'œnotourisme est toujours en tête avec des activités expérientiels et participatifs. En comparaisons avec notre dernière participation au China Workshop en 2018, nous avons eu plus de demandes de séjours d'au moins 2 jours pour des petits groupes.

Conclusion :

Malgré le contexte toujours difficile en Chine Continentale, il est très important de garder un lien avec ce marché, car, compte tenu de la concurrence forte au niveau français et mondial, la notoriété et la connaissance de notre destination pourrait se perdre facilement.

Bourgogne-Franche-Comté Tourisme maintient les actions de promotion en Chine sous forme de participations aux workshops ou l'organisation des évènements dédiés à la Bourgogne en Chine, à Taiwan et à Hong Kong en partenariat avec Atout France. Nous animons également nos comptes officiels sur les réseaux sociaux chinois : WeChat, Weibo et, depuis le début de 2022, sur Douyin.