



LE MARCHÉ CHINOIS

Avant la crise du COVID, les Chinois représentent la troisième clientèle internationale des hôtels de Bourgogne-Franche-Comté ; la région, où ils se rendaient en 2019 de plus en plus fortement depuis une dizaine d'années, était la 2^{ème} de France pour le nombre de nuitées chinoises en hôtellerie. Jouissant d'une grande notoriété grâce à ses vins et à sa gastronomie, la Bourgogne-Franche-Comté attire cette clientèle d'abord grâce à sa situation géographique, l'enjeu étant de fixer ces touristes qui disposent de peu de temps mais de moyens financiers importants.

Données économiques

Source : Banque Mondiale



POPULATION
1 412,4 millions

SUPERFICIE
9 600 013 km²

CAPITALE
Pékin

LANGUE OFFICIELLE
chinois

mais également le mandarin,
le cantonais et de nombreux
dialectes

MONNAIE
yuan

2^{ème} puissance
économique mondiale



TAUX DE CROISSANCE
8,1%

TAUX DE CHÔMAGE
5,1%

TAUX D'INFLATION
1,0%

PIB 2021
17 734,1 milliards \$
(en dollars courants)

PIB PAR HABITANT
12 556 \$

RÉGIME POLITIQUE : République socialiste unitaire et multinationale. La République Populaire de Chine occupe la très grande majorité du territoire administratif. Le reste du territoire administratif est composé de Hong-Kong et Taïwan.

PRÉSIDENT :
Xi Jinping depuis le 14 mars 2013.



SITUATION POLITIQUE
DU PAYS :
Stable.

Données touristiques

Source : Atout France



FRÉQUENTATION INTERNATIONALE

170 millions de voyages des Chinois à l'étranger en 2019

CULTURE ET CADRE DE VIE

- Pour les Chinois, **le respect de l'ordre et de la hiérarchie sont des vertus extrêmement importantes.**
- La **famille et le réseau** sont très importants.
- **Les couleurs ont une signification particulière** pour les Chinois :
 - Rouge : couleur du feu, est symbole de prospérité, de bonheur et de chance.
 - Doré : représente la fortune et le luxe.
 - Violet : la sagesse et la puissance.
 - Attention à l'utilisation du blanc, qui est porté lors des funérailles et du noir, couleur de la mort...
- **Les chiffres clés** : le 4 est maléfique. Au contraire, le 8 apporte fortune et bonheur et le 6 est annonciateur d'une vie calme et prospère. Le 9 était le chiffre de l'Empereur, il est glorieux.
- Il est **très mal venu de gesticuler, de parler avec les mains et de s'énerver.** Montrer une personne du doigt ou de la tête est un signe d'agression.
- Dans les musées, **toucher les œuvres fait partie intégrante d'une visite.**

INFOS PRATIQUES POUR CONQUÉRIR, ACCUEILLIR ET FIDÉLISER LE VOYAGEUR

Avant le séjour

- Afin de répondre aux attentes de la clientèle chinoise, il est conseillé de proposer aux tour-opérateurs et aux agences de voyage une offre qui peut facilement s'intégrer dans un voyage organisé, de groupe et multi-destinations mais de plus en plus multi régions
- Travailler le marché chinois nécessite avant tout de développer des relations fortes et régulières avec les professionnels chinois tour-opérateurs et agences de voyages et les leaders d'opinion, qui influencent de plus en plus la clientèle individuelle. Il faut également avoir un relais chinois dans le pays.
- La traduction d'un site internet en chinois est vivement recommandée (a minima en anglais) car le rôle d'internet et des réseaux sociaux comme outil de promotion est incontournable, en particulier Wechat et Weibo.
- Amplifier les actions de promotion du marché émetteur dans les villes secondaires pour accroître le nombre de primo-partants est une stratégie à adopter.

GRANDES TENDANCES DE CONSOMMATION

- Culture et patrimoine, tourisme urbain, Art.

VACANCES SCOLAIRES

- Période de voyages : de janvier à octobre.
- 1 mois de vacances scolaires en janvier.
- Les salariés ont droit à 2 semaines de congés annuels en janvier-février et en octobre et quelques jours fériés.
- Fête nationale : elle suit le calendrier chinois, ses dates sont donc mobiles dans le calendrier grégorien.

ASPIRATIONS ET USAGES

- Ils viennent en France en avion et sont amateurs de train pour leurs déplacements en France.
- Ils voyagent seuls ou en couples pour 85%.
- 2/3 ont plus de 40 ans.

Pendant le séjour

L'accueil :

- Le touriste chinois attend un accueil soigné, précis et efficace. Il faut être obstiné et patient, proactif, régulier et aller à la rencontre des Chinois. Pour les hébergements, un mot d'accueil en mandarin dans les chambres est particulièrement apprécié.
- La ponctualité est très importante, c'est une preuve de respect. La poignée de main en Chine est moins ferme que dans d'autres pays, mais elle dure plus longtemps. Il est préférable de baisser les yeux pendant que l'on serre une main.
- Respecter le statut social des personnes présentes est primordial.
- Maîtriser quelques phrases de mandarin sera très bien perçu.

L'hébergement :

- Au moment de l'attribution des chambres : les chiffres 6, 8 et 9 ont une connotation positive, contrairement au 4.

- Les touristes chinois en groupe préfèrent occuper des chambres mitoyennes. Les chambres Twins sont à privilégier plutôt que les lits doubles.
- Les chambres doivent être très standardisées, afin qu'aucun membre du groupe ne se sente lésé.
- Il est important de mettre à disposition une bouilloire dans la chambre, afin que le touriste puisse boire de l'eau chaude, comme à son habitude en Chine.
- Des adaptateurs électriques sont nécessaires, car les appareils Chinois ne sont pas compatibles en France.

La journée alimentaire :

- **Le petit déjeuner (7h) :** copieux et salé.
- **Le déjeuner (12h précise) :** il doit être servi et consommé rapidement.
- **Le dîner (18h30) :** plat chaud et des fruits en dessert.

En termes de nourriture, les Chinois apprécient particulièrement le foie gras dont la consommation est limitée en Chine. Le client Chinois apprécie la présence de sauce soja et de pâte pimentée sur la table de repas, pour relever les plats français qu'il trouve parfois un peu fades. Proposer une serviette chaude et humide pour le début et la fin du repas est très apprécié.

Les habitudes de séjour :

- Le touriste chinois est un voyageur pressé. Les visites, le passage à la boutique de souvenirs (10-15 minutes), le repas (moins d'une heure), tout doit aller à l'essentiel.
- Il est très bien vu de laisser un souvenir pour faciliter la bouche à oreille. La vente de produits du terroir ou de vins qu'ils ont pu consommer dans le restaurant ou proposer une photo en fin de repas avec le chef seront des choses appréciées.
- Les chinois ont une grande appétence des moyens de paiement wechat, alipay, union pay.

○ Après le séjour

La mise en place d'un suivi régulier et l'instauration d'une relation de confiance durable est très important lorsque l'on traite avec la clientèle chinoise. Cette dernière privilégie les relations commerciales avec des interlocuteurs qu'elle connaît bien ou qui lui ont été recommandés. L'important est de leur montrer qu'on ne les a pas oubliés, il ne faut donc pas hésiter à envoyer les nouvelles offres et relancer les touristes déjà venus.

Le marché chinois en France

Source : Atout France - Données pré-Covid

LA FRANCE :
2^{ème} destination
des Chinois en
Europe

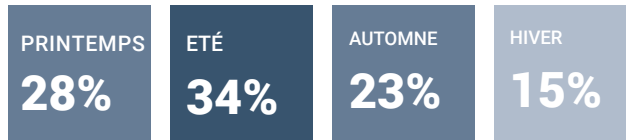


2,2 millions d'arrivées de
Chinois en France en 2019



1 milliard € de recettes
pour la France en 2022
(-62% par rapport à 2019)

Saisonnalité des séjours :



Le marché chinois en Bourgogne-Franche-Comté

Source : Flux Vision Tourisme / Orange.

15^{ème} marché étranger en
Bourgogne-Franche-Comté

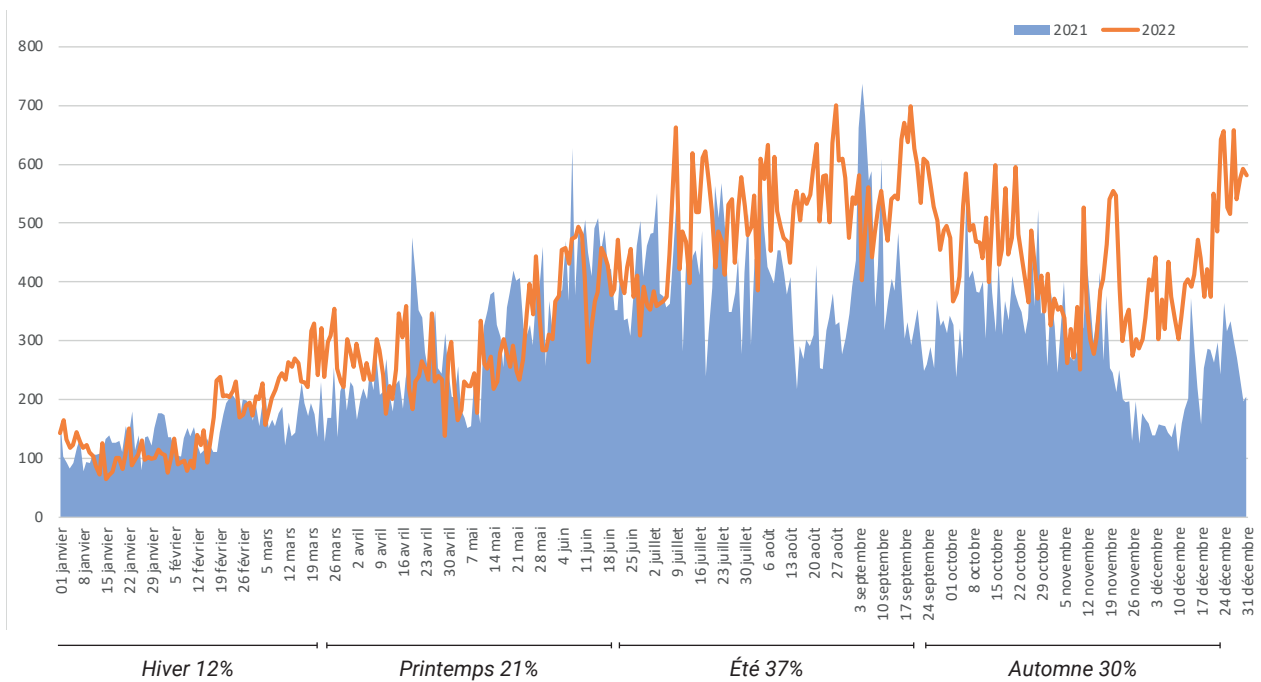


131 000 nuitées
en 2022

E-RÉPUTATION DE LA BFC
AUPRÈS DES CHINOIS
Note moyenne Fairquest 2022 :

8,1/10
sur 55 avis déposés

EVOLUTION DES NUITÉES CHINOISES EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ 2021-2022



Nuitées chinoises dans les hébergements marchands

Source : INSEE

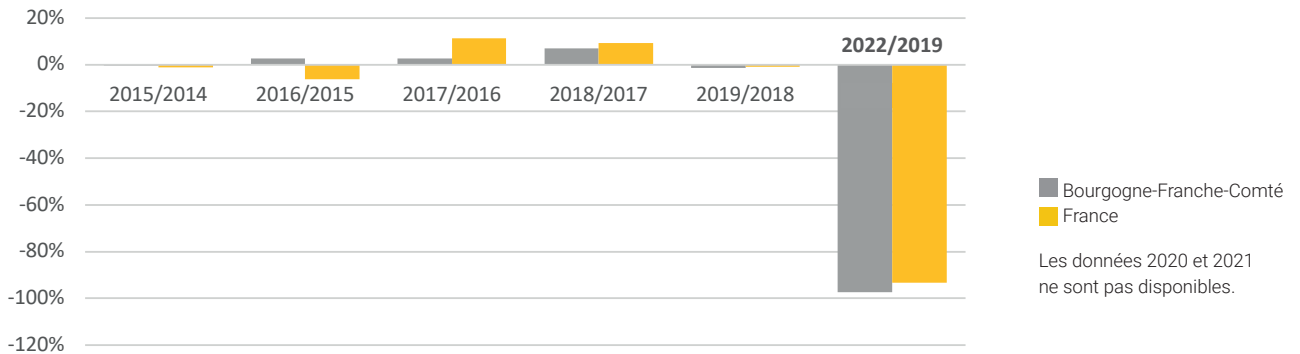
HÔTELS

7 700 nuitées en 2022,
0,4% des nuitées étrangères dans les hôtels
de Bourgogne-Franche-Comté.

La Chine : 17^{ème} clientèle internationale
des hôtels de Bourgogne-Franche-Comté
en 2022 (3^{ème} clientèle avant le Covid)



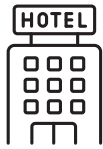
Évolution annuelle des nuitées chinoises dans l'hôtellerie



Durée moyenne de séjour 2022



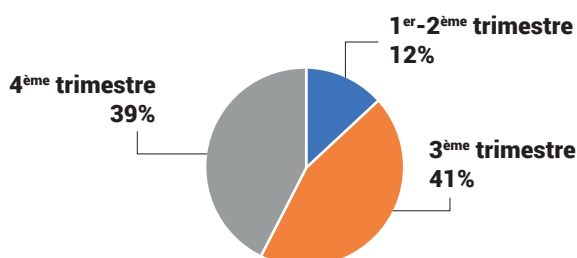
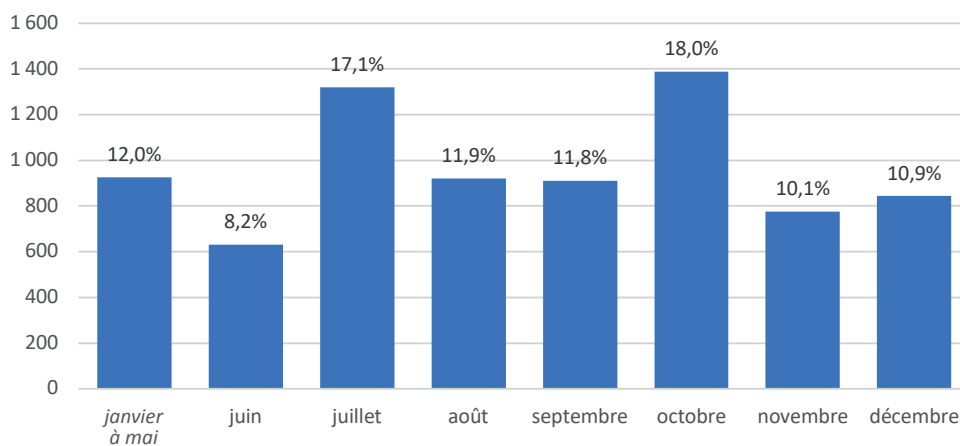
1,32 jour



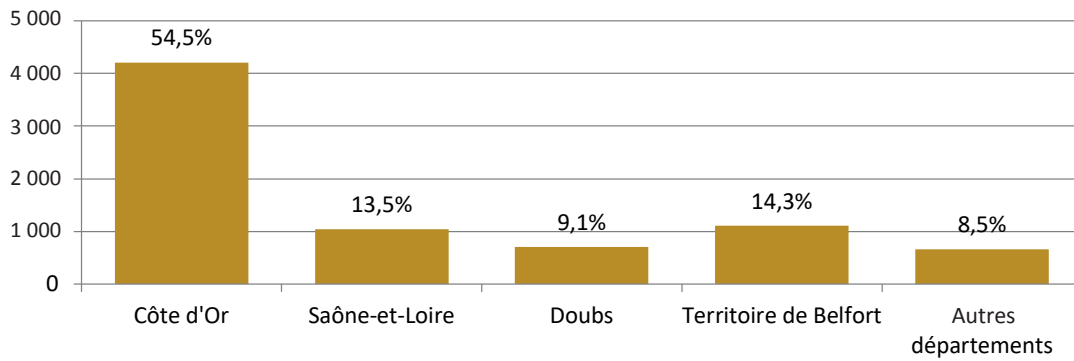
Palmarès des régions françaises 2022

- 1** Ile-de-France
344 000 nuitées
- 2** Provence-Alpes-Côte d'Azur (Sud)
43 000 nuitées
- 3** Auvergne-Rhône-Alpes
24 000 nuitées
...
- 7** **Bourgogne-Franche-Comté**
7 700 nuitées
soit 1,6% des nuitées chinoises dans les hôtels en France

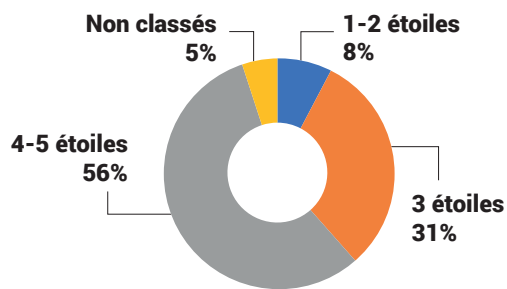
Saisonnalité des nuitées chinoises 2022



📊 Répartition des nuitées chinoises 2022 par département



📊 Répartition des nuitées chinoises 2022 par catégorie de confort



📊 Répartition des nuitées chinoises 2022 par type d'établissement

