

LE MARCHÉ CHINOIS

Avant la crise du COVID, les Chinois représentaient 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 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 (2022)
1 412,2 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
3,0%

TAUX DE CHÔMAGE
5,1%

de la population active
(estimation nationale)

TAUX D'INFLATION
2,0%

PIB 2022
17 963,2 milliards \$
(en dollars courants)

PIB PAR HABITANT 2022
12 720 \$
(en dollars courants)

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 Taiwan.

PRÉSIDENT :

Xi JINPING depuis le 14 mars 2013.



**SITUATION POLITIQUE
DU PAYS :**

Stable.

Données touristiques

Source : Atout France / FTO



FRÉQUENTATION INTERNATIONALE

44,4 millions de départs à l'étranger des Chinois en 2023

vs 9,1 millions en 2022

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 vu 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.**

GRANDES TENDANCES DE CONSOMMATION

- Art de vivre ; tourisme expérientiel ; luxe, mode et shopping ; tourisme urbain ; famille ; tourisme des jeunes ; tourisme sportif et de nature, tourisme festif.

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.**
- **hébergements** : hôtels 4-5*, châteaux hôtels, hôtels de charme pour les touristes individuels, Hôtels 3-4* avec grande capacité et chambres uniformisées pour les groupes. Taux d'intermédiation : environ 70%

INFOS PRATIQUES POUR CONQUÉRIR, ACCUEILLIR ET FIDÉLISER LE VOYAGEUR

O 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.

O 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 le 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 / FTO

LA FRANCE :
13^{ème} destination
étrangère des
Chinois

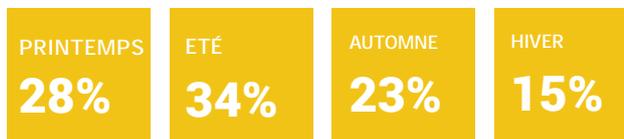


833 000 départs vers la
France en 2023
vs 167 000 en 2022



1,2 milliard € de dépenses
en France en 2023
vs 937 millions € en 2022

SAISONNALITÉ DES SÉJOURS :



Le marché chinois en Bourgogne-Franche-Comté

Source : Flux Vision Tourisme / Orange.

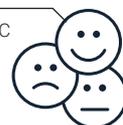
10^{ème} marché étranger
en Bourgogne-Franche-Comté



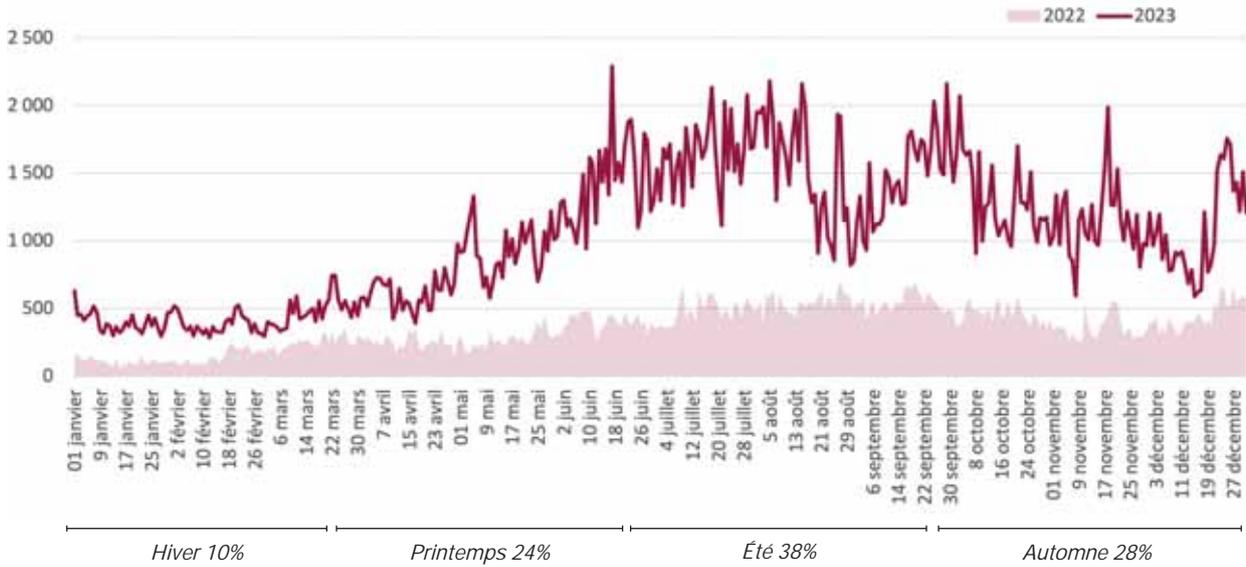
380 000
nuitées en 2023
vs 131 000 en 2022

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

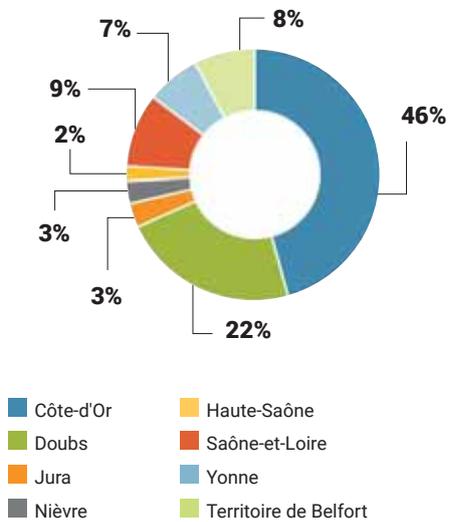
8,2/10
sur 150 avis déposés



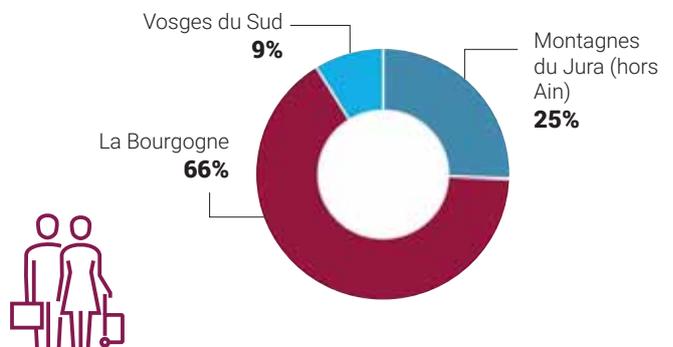
ÉVOLUTION DES NUITÉES CHINOISES EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ 2022-2023



RÉPARTITION PAR DÉPARTEMENT DES NUITÉES CHINOISES 2023



RÉPARTITION PAR DESTINATION DES NUITÉES CHINOISES 2023



Nuitées chinoises dans les hébergements marchands de BFC

Source : INSEE

HÔTELS



28 200 nuitées en 2023

soit 1,5% des nuitées étrangères dans les hôtels de Bourgogne-Franche-Comté

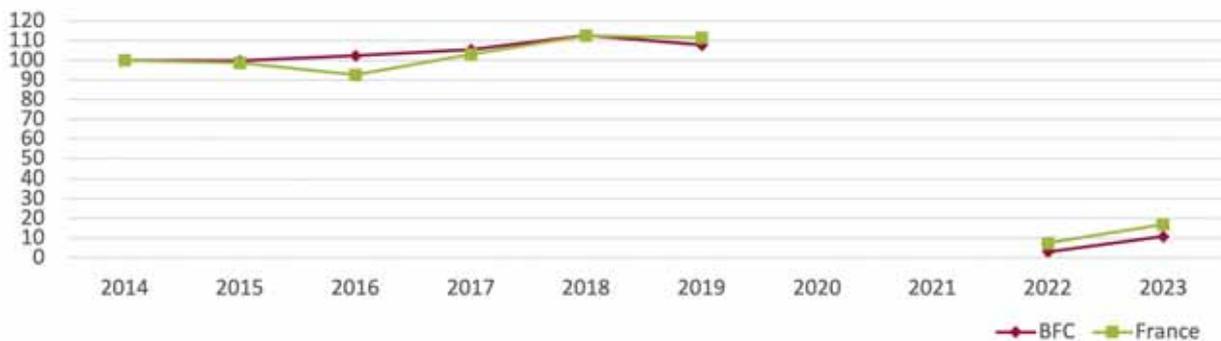
La Chine : 10^{ème} clientèle internationale des hôtels de Bourgogne-Franche-Comté en 2023 (17^{ème} en 2022 - 3^{ème} clientèle avant le Covid)



DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR 2023

1,14 nuit

EVOLUTION ANNUELLE DES NUITÉES CHINOISES DANS L'HÔTELLERIE

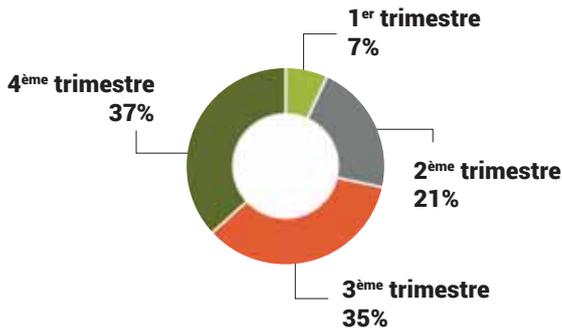
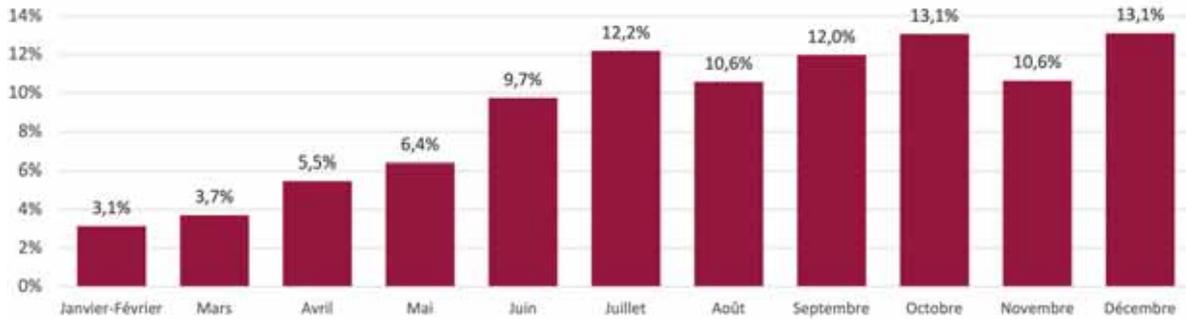


Les données 2020 et 2021 ne sont pas disponibles.

PALMARÈS DES RÉGIONS FRANÇAISES 2023

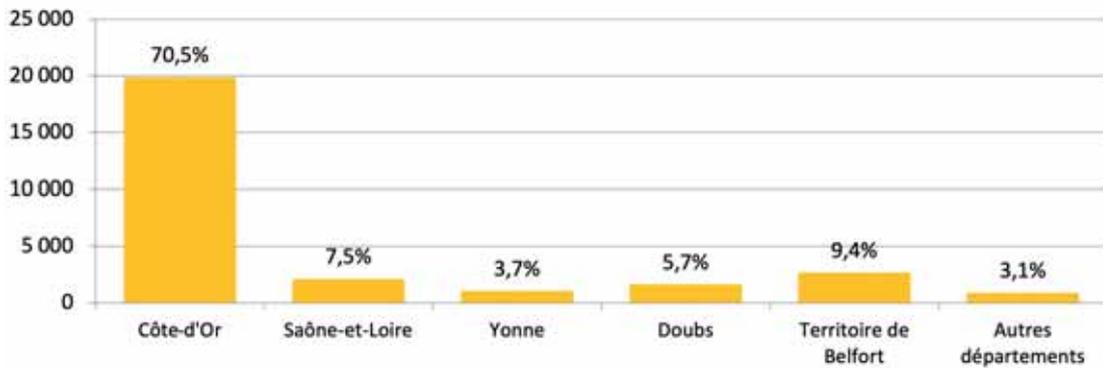
- 1 Ile-de-France**
788 200 nuitées
- 2 Provence-Alpes-Côte d'Azur (Sud)**
81 700 nuitées
- 3 Auvergne-Rhône-Alpes**
53 600 nuitées
...
- 5 Bourgogne-Franche-Comté**
28 220 nuitées
soit 2,6% des nuitées chinoises dans les hôtels français

SAISONNALITÉ DES NUITÉES CHINOISES 2023



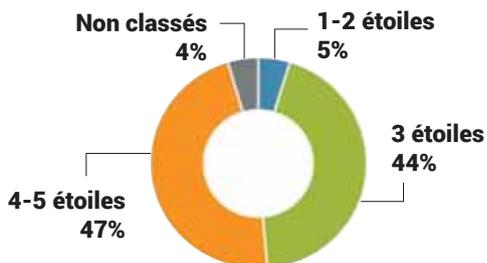
En 2023, les touristes chinois sont de plus en plus nombreux dans l'hôtellerie au fur et à mesure des mois.

RÉPARTITION DES NUITÉES CHINOISES 2023 PAR DÉPARTEMENT

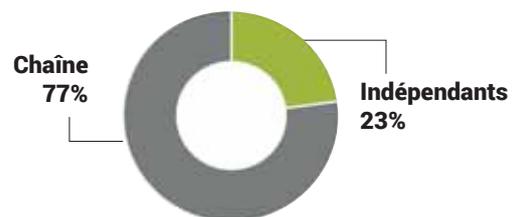


Les Chinois sont très présents en Côte-d'Or, attirés par l'oenotourisme.

RÉPARTITION DES NUITÉES CHINOISES 2023 PAR CATÉGORIE DE CONFORT



RÉPARTITION DES NUITÉES CHINOISES 2023 PAR TYPE D'ÉTABLISSEMENT



Près d'une nuitée sur deux se déroule dans l'hôtellerie haut de gamme, particulièrement de chaîne.