

LE MARCHÉ CHINOIS



A RETENIR ...

Avant la crise du Covid, les Chinois représentent la 3^{ème} 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.

Après le Covid, le tourisme de loisirs a tardé à redémarrer, principalement en raison du faible nombre de vols entre la Chine et la France. En cause également, l'augmentation du coût des billets et surtout les délais de délivrance de visas bien plus longs qu'avant Covid. Toutefois, en 2024 les Chinois sont de retour en région. En effet, parmi les destinations lointaines qui fréquentent la Bourgogne-Franche-Comté, la Chine revient en 2^{ème} position en nombre de nuitées (623 000) après les USA (1 000 000). Dans l'hôtellerie, la fréquentation se redresse également fortement en 2024, avec une progression de 121,4% des nuitées sur un an.

Données économiques

Source : Banque Mondiale

POPULATION 2023
1 410,7 millions



CAPITALE
Pékin

SUPERFICIE
9 600 013 km²

LANGUE OFFICIELLE
chinois

mais également le mandarin,
le cantonais et de nombreux
dialectes

MONNAIE
yuan

2^{ème} puissance
économique mondiale



EN 2023 :
TAUX DE CROISSANCE
5,2%

TAUX DE CHÔMAGE
4,7%
de la population active
(estimation nationale)

TAUX D'INFLATION
0,2%

PIB 2023
17 795 milliards \$
(en dollars courants)

PIB PAR HABITANT 2023
12 614 \$
(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

75,1 millions de départs à l'étranger des Chinois en 2024

vs 41,8 millions en 2023 et 7,8 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.
- Période de voyages : de janvier à octobre.

👉 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, Webchat, Little Red Book 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 envisager.

👉 VACANCES SCOLAIRES

- 1 mois de vacances en janvier-février (autour du nouvel an Chinois) et 6 à 8 semaines en juillet-août.
- Le nombre de jours de congés annuels des salariés varie en fonction de l'ancienneté allant ainsi de 5 à 15 jours.
- A cela s'ajoutent 11 jours fériés dans l'année.
- La fête nationale 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.**
- **La tendance du voyage en groupe diminue au profit des voyages en famille et en couple.**
- **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% pour les voyages longs courriers notamment vers l'Europe. Cette tendance tente à diminuer avec les nouvelles générations plus indépendantes.

○ 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 / FTO

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



1,1 million de départs vers
la France en 2024

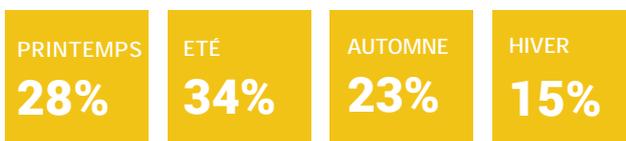
vs 561 000 en 2023 et
187 000 en 2022



1,4 milliard € de dépenses
en France en 2024

vs 1,2 milliard € en 2023 et
937 millions € en 2022

SAISONNALITÉ DES SÉJOURS EN 2023 :



Le marché chinois en Bourgogne-Franche-Comté

Source : Orange / Flux Vision Tourisme

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



623 000
nuitées en 2024

vs 380 000 en 2023 et
131 000 en 2022

E-RÉPUTATION DE LA BFC
AUPRÈS DES CHINOIS
Note moyenne Fairguest 2024 :

8,6/10
sur 98 avis déposés

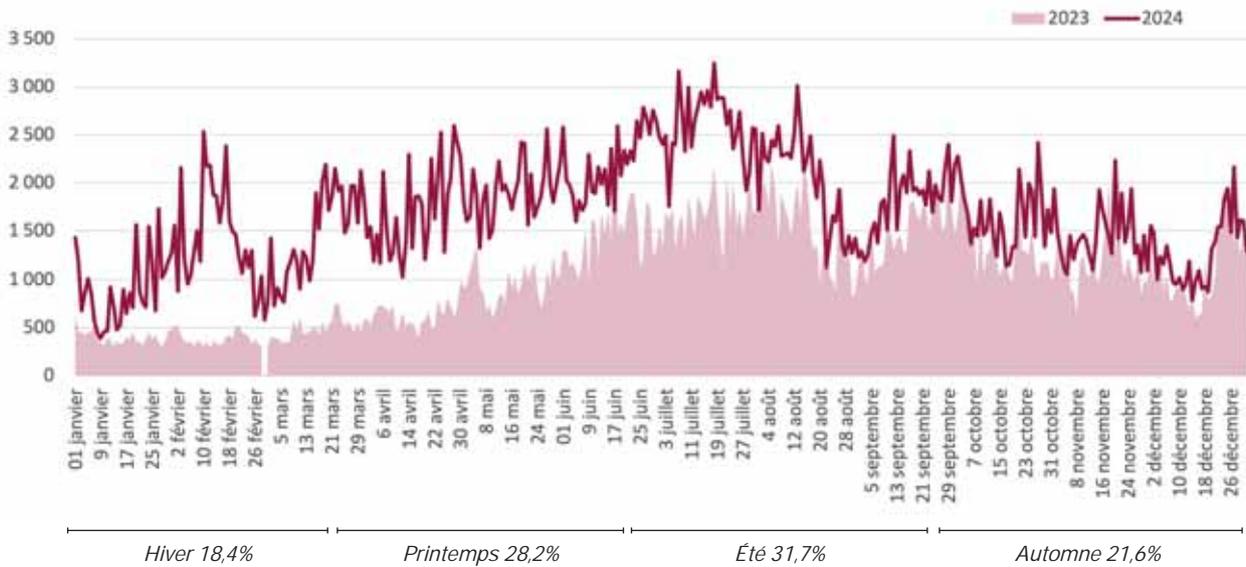


NUITÉES CHINOISES EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ DE 2019 À 2024 (TOUS MOTIFS CONFONDUS)

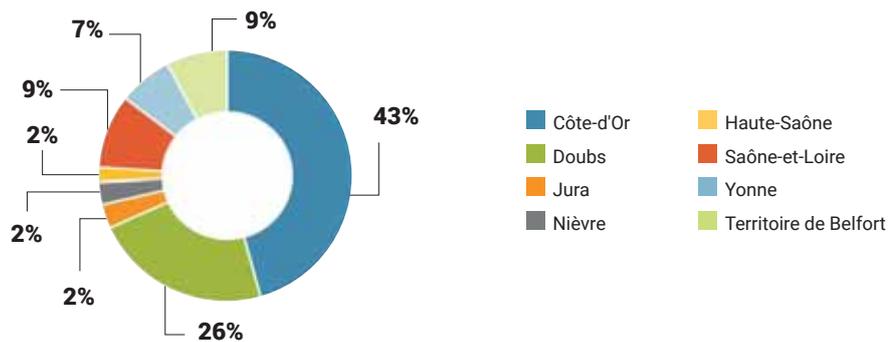
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Nombre de nuitées (en millions)	0,819	0,129	0,106	0,131	0,380	0,623

(Données 2019 à partir du 16 janvier)

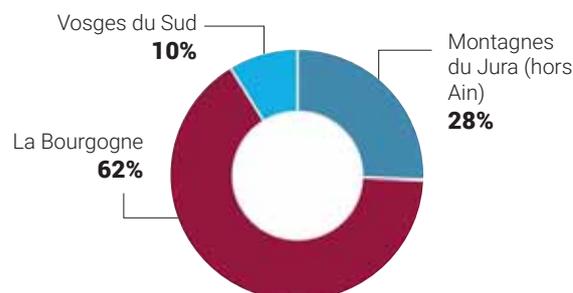
ÉVOLUTION JOURNALIÈRE DES NUITÉES CHINOISES EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ 2023-2024



RÉPARTITION PAR DÉPARTEMENT DES NUITÉES CHINOISES 2024



RÉPARTITION PAR DESTINATION DES NUITÉES CHINOISES 2024



Nuitées chinoises dans les hébergements marchands de BFC

Source : INSEE

HÔTELS



62 400 nuitées en 2024

soit 3,2% des nuitées étrangères dans les hôtels de Bourgogne-Franche-Comté

soit 4,3% des nuitées chinoises en hôtellerie en France métropolitaine

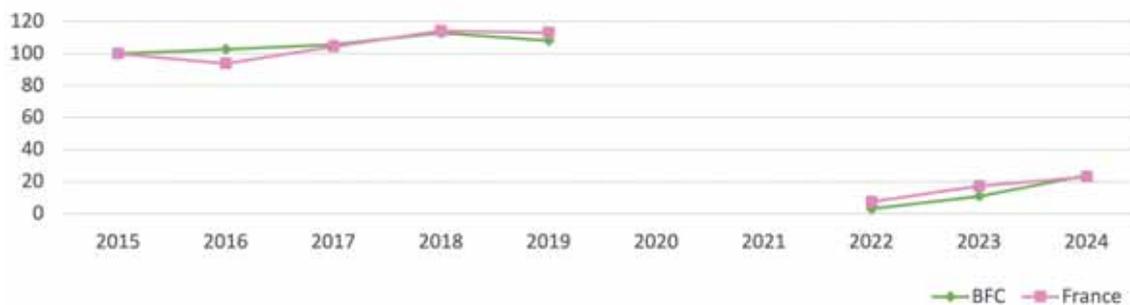
La Chine : 8^{ème} clientèle internationale des hôtels de Bourgogne-Franche-Comté



DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR 2024

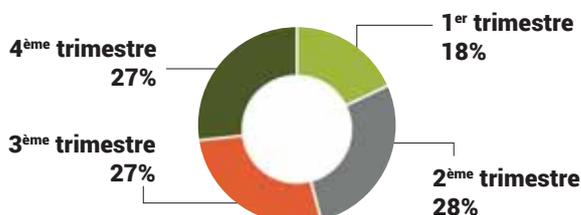
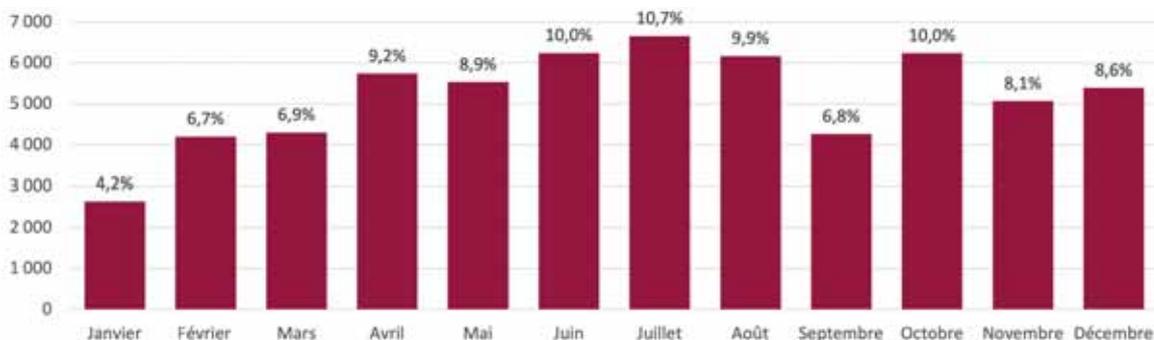
1,08 nuit

ÉVOLUTION DES NUITÉES CHINOISES 2015-2024 DANS L'HÔTELLERIE EN FRANCE MÉTROPOLITAINE ET EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ (EN BASE 100 EN 2015)



Les données 2020 et 2021 ne sont pas disponibles.

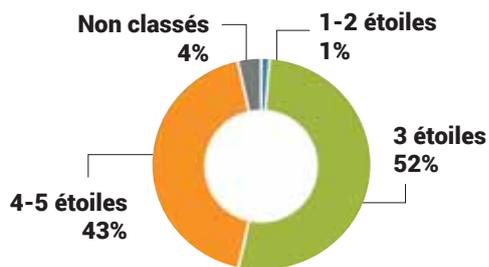
SAISONNalité DES NUITÉES CHINOISES 2024



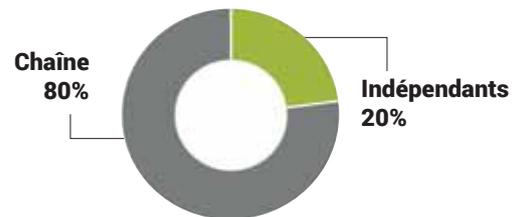
RÉPARTITION DES NUITÉES CHINOISES 2024 PAR DÉPARTEMENT

	2019	2022	2023	2024	Part en % en 2024
Côte-d'Or	168 100	4 200	19 900	41 500	66%
Doubs	55 400	700	1 600	7 100	11%
Jura	6 300	ND	ND	ND	moins de 1%
Nièvre	ND	ND	ND	500	1%
Haute-Saône	5 100	ND	ND	ND	moins de 1%
Saône-et-Loire	29 700	1 000	2 100	2 300	4%
Yonne	8 800	ND	1 000	2 300	4%
Territoire de Belfort	8 500	1 100	2 700	8 200	13%
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ	282 200	7 700	28 200	61 900	100%

RÉPARTITION DES NUITÉES CHINOISES 2024 PAR CATÉGORIE DE CONFORT



RÉPARTITION DES NUITÉES CHINOISES 2024 PAR TYPE D'ÉTABLISSEMENT



Document édité et réalisé par Bourgogne-Franche-Comté Tourisme avec le soutien financier du Conseil régional de Bourgogne-Franche-Comté • **Directeur de publication** : Patrick AYACHE, Président de BFC Tourisme, Vice-Président du Conseil régional de Bourgogne-Franche-Comté • Les informations communiquées dans ce document ont été arrêtées le 31 mars 2025 - BFC Tourisme ne saurait ainsi être tenu pour responsable des évolutions et modifications intervenues après cette date • **Crédits photos** : Shutterstock / BFC Tourisme - Alain Doire / BFC Tourisme - My destination / BFC Tourisme - Nicolas Gascard / BFC Tourisme - Bestjobers Elisa & Max / BFC Tourisme - Anne-Gaëlle LABORDE CEYRAC, Histoire de patrimoine • **Carte illustration** : Mélanie Masson • **Edition 2025** • **Impression** : Estimprim (France) • ISSN 2971-4176



Contacts :

Observatoire régional du tourisme en Bourgogne-Franche-Comté

Frédéric LAROCHE • f.laroche@bfctourisme.com

Fanny TESSUTO • f.tessuto@bfctourisme.com

Autres contacts (destinations, filières, ...) :
consultez notre site professionnel
pros.bourgognefranche-comte.com

**BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ**

TOURISME