

FICHE MARCHÉ HONG-KONG

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME



COUP D'OEIL SUR LE PAYS



- ÉCONOMIE -

Hong-Kong est porté par une solide économie, la croissance a été revue à la hausse pour 2017 et en 2018 celle-ci oscille entre +2,8 à +3%.

La consommation intérieure est dynamique et le marché émetteur se positionne en 3^{ème} place mondiale.

EN 2017

Taux de croissance : +2,8% à 3%

Taux de chômage : 2,8%

Taux d'inflation : 2,4%

PIB par habitant : 41 200 \$ USD

Monnaie : dollar de Hong-Kong (1 = 0,11 €)



- GÉOGRAPHIE ET POPULATION -

Ancienne colonie britannique, Hong-Kong est un territoire indépendant situé au sud-est de la Chine. L'anglais et le chinois cantonais sont les deux langues officielles.

Hong-Kong compte 7,3 millions d'habitants.



- POLITIQUE -

La région administrative spéciale de Hong-Kong dispose de son propre Conseil législatif et de son chef de l'exécutif.

C'est en 1997 que la souveraineté de Hong-Kong est transférée à la République populaire de Chine, mettant fin à plus d'un siècle et demi de lois britanniques.



- CONJONCTURE TOURISTIQUE -

Avec une économie favorable, le tourisme émetteur est en progression en 2018: on comptabilise près de 92 millions de départ à l'étranger (Chine et Macao compris). Hong-Kong est le 3^{ème} marché émetteur en Asie et le 10^{ème} émetteur mondial en termes de dépenses.

C'est le 1^{er} marché en dépenses par habitant avec 3,280 US\$. La majorité des Hongkongais sont des voyageurs fréquents, 56% d'entre eux effectuent 3 voyages et plus par an.

Les voyages thématiques sont de plus en plus populaires tels que l'écologie, le sport, l'aventure, les mariages ou encore les croisières.



- PLACE DE L'EUROPE ET DE LA FRANCE -

L'accessibilité pour l'Europe et la France reste excellente, on dénombre 17 vols hebdomadaires entre Hong-Kong et Paris.

La France reste une des destinations Européennes préférées, environ 180 000 visites en 2017. C'est une destination appréciée pour son art de vivre, l'oénotourisme et la gastronomie. Les destinations les plus visitées sont Paris, la Côte d'Azur, Bordeaux et la Bourgogne.

Les 3 principales destinations concurrentes de la France sont le Royaume-Uni, l'Allemagne et la Suisse. L'impact des attentats de 2016 ont eu une répercussion notable, favorisant la promotion d'autres destinations en Europe.

FICHE MARCHÉ HONG-KONG

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME



COMPORTEMENT TOURISTIQUE

- A L'INTERNATIONAL -



7,3 millions
d'habitants



3 à 5 voyages par an
à l'étranger



24,1 milliards d'euros
de dépenses
touristiques à l'étranger



5 millions
de départs à l'étranger (Hors
Chine continentale et Macao)

- TENDANCES DU MARCHÉ -

Comme Hong-Kong est une ville très urbanisée et très peuplée, les voyages sont essentiels pour le ressourcement et l'anti-stress des habitants. C'est un marché mature, composé majoritairement de voyageurs individuels, on compte près de 80% de FIT (Free Individual Travelers). La clientèle est expérimentée et exigeante.

La majorité des voyageurs se rend en Asie-Pacifique et en Amériques du Nord.

Les Hong-kongais partent 3 à 5 fois par an en voyage.

Les voyageurs sont à la recherche d'expériences touristiques authentiques et non standardisées.

La clientèle est largement instruite, plus de 70% des visiteurs possèdent un diplôme universitaire.

Les périodes de voyage sont le Nouvel an chinois, avril, et juillet à octobre.

La majorité des réservations ont lieu un mois avant le départ.

Le taux d'intermédiation atteint 60% en agences de voyages traditionnelles pour les destinations long courrier.

Les motifs de déplacement sont les loisirs à 85% et les affaires à 15%.

- LES CLIENTELES CIBLES -

Les millenials

Les jeunes mariés pour les voyages de nocces

La clientèle affaire et les familles

Les séniors actifs (50-60ans), qui voyagent en couple ou entre amis

- EVOLUTION DE L'OFFRE -

Concernant les tours Européens pour les groupes, les Hongkongais visitent 2 ou 3 pays sur 8 à 13 jours.

Paris est systématiquement programmée, avec 2 ou 3 nuits.

FICHE MARCHÉ HONG-KONG

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME



BONNES PRATIQUES

- THEMATIQUES A FORTE VALEUR AJOUTEE -



L'art de vivre



L'écotourisme



Les produits croisières



Le tourisme sportif



La romance



Les séjours linguistiques

- DONNES COMPLEMENTAIRES -

L'achat en ligne connaît une forte croissance, notamment pour les packages sur mesure à destination des voyageurs individuels.

Les principales OTA (online travel agency) sont expedia, booking.com, Zuji, Hutch.go

Le canal de distribution privilégié des voyageurs individuels reste cependant la réservation directe auprès des fournisseurs (compagnies aériennes et hôtels notamment).

La recherche d'information pour un voyage se fait en grande partie via google et you tube, ils sont les deux premiers points de contact numériques de nombreux voyageurs.

Les recherches les plus récurrentes des Hongkongais sur le web sont en premier lieu le voyage, ensuite le billet d'avion. L'iphone 8 arrive en 3^{ème} position, juste devant pokemon go à la 4^{ème} place.

L'usage de l'internet mobile à Hong-Kong est parmi l'un des plus répandus au monde et la plupart des Tours Opérateurs ont d'ailleurs développés des applications mobiles de réservation d'achat pour suivre cette tendance.

- POUR EN SAVOIR PLUS -

Consultez le site : pros.bourgognefranche-comte.com

Dominika MICHOT

Chargée de promotion (groupes)

Tel : 03 80 280 295

d.michot@bfctourisme.com

Sources : INSEE, DGE, ATOUT France, CRT Bourgogne-Franche-Comté, Mémento du Tourisme