

Les voyageurs chinois sont ceux qui dépensent le plus dans le tourisme international

Écrit par jocelyne.hubert@finances.gouv.fr (Jocelyne Hubert)
Jeudi, 22 Août 2013 00:00 -

"Les voyageurs chinois sont ceux qui dépensent le plus dans le tourisme international, avec 102 milliards d'USD en 2012, soit 40 % de plus qu'en 2011, dépassant l'Allemagne et les Etats-Unis*.

Hotels.com, la référence mondiale en matière de réservations hôtelières en ligne, publie aujourd'hui sa seconde étude annuelle des pratiques du tourisme international des voyageurs chinois. Celle-ci révèle les nouveaux comportements des voyageurs chinois et nous apprend comment l'industrie hôtelière s'y prend pour s'y adapter.

Après avoir interrogé plus de 3 000 voyageurs internationaux d'origine chinoise et plus de 1 500 hôteliers dans le monde pour ce rapport, Hotels.com nous apprend que 75 % des hôteliers dans le monde confirment que les voyageurs chinois représentent aujourd'hui 5 % de leur fréquentation et ils sont 45 % à avoir constaté une augmentation de clients chinois l'an dernier, surtout en provenance de la région APAC (61 %). Pour les hôteliers, la Chine constituera un marché en croissance sur les 3 prochaines années. Ils sont 1 sur 10 à espérer une augmentation de plus de 50 % de la fréquentation de cette clientèle et près de la moitié (47 %) à prévoir une hausse comprise entre 11 et 50%.

Selon le rapport d'Hotels.com, la grande majorité des déplacements hors de Chine (96 %) relevait du tourisme, avec quand même un peu plus de la moitié (52 %) des déplacements pour affaires ou pour études.

Une tendance semble se dégager : près de deux tiers (62 %) des voyageurs chinois disent préférer voyager seuls plutôt qu'en groupe, ce que confirment les hôteliers qui ont constaté que 70 % de leur clientèle chinoise optait pour le tourisme individuel, bien plus qu'en 2012. Johan Svanstrom, directeur général de Hotels.com pour l'Asie Pacifique, commente : « Notre étude Chinese International Travel Monitor (CITM) pour l'année 2013 confirme la tendance identifiée l'an dernier selon laquelle les voyageurs chinois préféreraient désormais majoritairement le tourisme indépendant. Les gouvernements vont devoir en tenir compte et continuer d'adapter leurs procédures et conditions de délivrance de visas ».

Le CITM relaie également les attentes des voyageurs chinois vis-à-vis des établissements d'accueil. La demande qui se démarque le plus est que les hôtels acceptent les modes de paiement chinois ; c'est même la principale amélioration attendue par plus d'un quart des voyageurs chinois sondés (26 %).

Trois quarts des voyageurs chinois (75 %) souhaitent que les hôteliers fassent l'effort de traduire les informations dans leur langue (brochures d'accueil, sites Web, programmes TV, abonnements à la presse chinoise), et près de la moitié (42 %) aimerait qu'il y ait davantage de personnel parlant le mandarin dans les hôtels.

Le rapport souligne l'écart entre les souhaits des voyageurs chinois et les prestations des hôteliers : 25 % de ces derniers disent sensibiliser leur personnel aux spécificités culturelles, mais 1 sur 10 seulement (11 %) propose sa documentation d'accueil en mandarin. A peine plus de la moitié des hôtels dans le monde (56 %) a investi moins de 10 000 USD** dans le développement de programmes et de produits spécifiques pour la clientèle chinoise au cours

Les voyageurs chinois sont ceux qui dépensent le plus dans le tourisme international

Écrit par jocelyne.hubert@finances.gouv.fr (Jocelyne Hubert)

Jeudi, 22 Août 2013 00:00 -

des 12 derniers mois.

Concernant le choix des destinations et les réservations, près d'un tiers des voyageurs chinois (30 %) privilégie les recommandations de proches et amis, suivies par les sites de réservation en ligne et les portails d'information. Plus d'un quart des voyageurs chinois (27 %) consulte les médias sociaux avant de se décider pour une destination touristique, un chiffre qui monte à 33 % dans la catégorie des voyageurs de moins de 35 ans.

« Au vu des conclusions de notre étude, les hôteliers qui veulent séduire des voyageurs chinois ont tout intérêt à adapter leurs stratégies marketing, et notamment leur présence sur Internet et sur les médias sociaux. Le CITM confirme les efforts des hôteliers pour adapter leurs prestations à cette clientèle chinoise de plus en plus mobile et informée, mais il en ressort aussi la nécessité pour l'industrie hôtelière mondiale d'adapter davantage encore ses équipements et ses services pour satisfaire les attentes de ce marché, le plus important au monde en nombre de voyageurs. »

« Les programmes mis en oeuvre par les gouvernements et administrations du tourisme de nombreux pays pour attirer les voyageurs chinois et faciliter leur séjour sont perçus comme très positifs, mais la rapidité d'adaptation de l'industrie hôtelière apparaît insuffisante au regard du rythme d'augmentation du nombre de voyageurs chinois », ajoute M. Svanstrom pour conclure".

Consultez la source sur Veille info tourisme: [Les voyageurs chinois sont ceux qui dépensent le plus dans le tourisme international](#)