Écrit par jocelyne.hubert@finances.gouv.fr (Joce Hubert)
Vendredi, 12 Septembre 2014 00:00 -

Sorti du cliché du touriste chinois appareil photo autour du cou et voyageant en groupe, que révèle le rapport CITM Hotels.com ?

- Alors qu'ils sont 97 millions à s'être rendus à l'étranger pour voyager en 2013, les touristes chinois représentent une réelle opportunité pour le marché du tourisme. A travers son Chinese International Traveler Monitor (CITM), Hotels.com dresse le profil de ces voyageurs qui visitent de plus en plus notre doux pays.

Affaires ou plaisir, il faut choisir ?
A travers son CITM, Hotels.com révèle que, en 2013, 97 % des voyageurs chinois se sont rendus hors de leurs frontières pour du tourisme de « loisir » et la moitié s'est déplacé à l'étranger pour affaires. Les hôteliers indiquent que 22% de leurs hôtes chinois combinent maintenant loisir et business. On prédit surement à la hausse le nombre de visiteurs chinois pour 2014 en France, année du 50ème anniversaire de l'amitié franco-chinoise.

Le touriste chinois en car, un cliché ?
De plus en plus confiants, autonomes et affranchis, les chinois indiquent préférer prendre leurs propres dispositions et s'écarter des voyages organisés (67% contre 62% en 2013). Ce qui est confirmé par les hôteliers qui chiffrent maintenant à 71% le nombre de leurs clients chinois voyageant indépendamment. 54% d'entre eux privilégient leur partenaire et leurs enfants comme compagnons de voyage, 46% leur famille au sens plus large et 45% voyagent avec leurs amis. En revanche, ils sont très peu à préférer voyager seuls (16%).

Les vacances, c'est sacré !
Bénéficiant de peu de congés payés par rapport aux Français (seulement 21 jours par an), lorsqu'ils partent en vacances, les Chinois en profitent. Ainsi, ils partent en général une à deux semaines lors de leurs vacances à l'étranger. Les voyages pour le loisir sont généralement plus courts (1,4 semaine) que lorsqu'il s'agit de rendre visite à de la famille ou à des amis. (1,6 semaines). Mais même s'il reste longtemps dans sa destination de voyage, que l'on ne s'y trompe pas, le touriste chinois a la bougeotte ! En effet, dans son rapport, Hotels.com a interrogé les hôteliers qui constatent que leurs clients chinois ont tendance à ne rester que 2 ou 3 nuits dans le même hôtel (58%), ou 1 nuit (28%). Peu prolongent leur visite entre 4 et 5 nuits (11%).

Boutiques de luxe et hôtels 3 étoiles...
D'après l'étude menée par Hotel.com, les voyageurs chinois sont parmi les plus riches. Ils dépensent en moyenne 847 euros par jour, hors hébergement. Côté logement, ils séjournent majoritairement dans les hôtels 3 ou 4 étoiles, pour 59% d'entre eux. Le confort et le nombre d'étoile représentent d'ailleurs le facteur le plus essentiel dans leur choix d'hébergement (30%).

Le touriste chinois est ultra-connecté
Plus de la moitié des touristes Chinois interrogés affirment ainsi réserver leurs hébergements dans les hôtels via internet ou à l'aide d'applications installées sur leurs appareils mobiles ; ils étaient 45 % en 2013. 59% des chinois considèrent qu'une connexion Wi-Fi est un des services les plus importants apportés par un hôtel lors de leurs voyages à l'international. Ils sont en effet connectés à chaque étape de leur voyage et en particulier via leurs smartphones.

Ils recherchent des informations, réservent pour diner et partagent leurs photos et leurs expériences par le biais des médias sociaux.

lire le rapport [PDF - 8 Mo]

Consultez la source sur Veille info tourisme: Hotelscom dresse le profil du voyageur chinois