



LE TOURISTE CHINOIS

➡	QUI EST LE TOURISTE CHINOIS?	2
➡	SEGMENTATION DE LA CLIENTELE	3
➡	COMPORTEMENT DE LA CLIENTELE	4
➡	RECOMMANDATIONS	7

➡ QUI EST LE TOURISTE CHINOIS?

- ➡ **35 - 45 ans en Moyenne**,
Une clientèle qui rajeunit
- ➡ **Citadin de CSP+**
Principalement de Pékin, Shanghai et Guangdong
- ➡ **Voyage en couple, en famille, amis, entre collègues**
Tendance à l'individuel et au sur-mesure
- ➡ **Périodes de voyage** : Janvier-Février et Octobre
- ➡ **Internaute averti**, il utilise massivement **internet** comme source principale d'information touristique et réserve de plus en plus en ligne et via mobile.

Attentes de la clientèle

- **Un bon rapport qualité/prix** : clientèle exigeante en termes de qualité d'offre et de prix
- **La langue** : bien qu'ils soient de plus en plus nombreux à s'exprimer en anglais, la langue reste une barrière pour eux. Ils accordent donc une importance à l'accueil et aux informations touristiques en anglais ou en mandarin.
- **La sécurité** : un facteur important dans le choix du voyage. Ils ont besoin d'être informés et rassurés sur les problématiques de sécurité.

Motivations de voyage

Une clientèle sensible **aux marques** et à la consommation haut de gamme (luxe, vins, shopping...)

Shopping

Incontournable dans les séjours des Chinois à l'Étranger, le Shopping, notamment de luxe, est leur principale occupation et source de dépense (sacs, bijoux, montres, prêt-à-porter, cosmétiques et spiritueux). Ils aiment acheter des cadeaux, souvenirs et choisissent des produits typiques et traditionnels ou de grande marque. La Chine est le **1^{er} pays consommateur de produits de luxe**, avec un budget shopping parmi les plus élevés du monde.

Gagner en prestige et acquérir des **connaissances nouvelles** sont des motivations importantes.

Patrimoine historique

Expériences culturelles

Visites et découvertes

Produits thématiques

- Le patrimoine et la culture, la visite de sites historiques et la découverte de l'art de vivre
- Les lieux populaires, renommés et évocateurs
- La visite des **hauts lieux touristiques**
- Le prestige, l'image, la **notoriété** de la destination (par les médias)
- Les **thématiques à Haute Valeur ajoutée** : patrimoine et culture, nature et pureté, remise en forme, bien-être, voyages de noce, golf, jeu, œnotourisme, photographie... Ils sont de plus en plus sensibles à la gastronomie et au vin.

➔ SEGMENTATION DE LA CLIENTELE

A l'Etranger

Milieu de gamme

➔ Voyage organisé

Qui? Les groupes qui viennent pour la 1^{ère} fois
Hébergement **majoritairement en hôtels 2, 3***
 en périphérie des villes.

➔ Economie sur l'hébergement
 En moyenne des circuits de **10-12 jours**.

Comportements:

Multi-destinations mais tendance à la baisse
 Visiter les endroits renommés, incontournables
 Fréquents repas « chinois » durant le séjour
 Prendre la photo témoin et faire du Shopping

Milieu de gamme « Plus »

➔ Forfait à la carte

Qui? Les groupes plus petits
Hébergement **majoritairement en hôtels 4***

➔ Hébergement inclus dans le forfait

En moyenne des circuits de **10 à 15 jours**.

Comportements:

Nombre de destinations réduit (1 à 3)
 Introduction de thématiques (oenotourisme...)
 Découverte de la cuisine locale
 Le shopping demeure essentiel avec plus d'argent

Moyen à haut de gamme

➔ Voyage d'affaires, Incentive

Qui? Hommes d'affaires, entreprises (groupes)
Hébergement **majoritairement en hôtels 4*, 4*+**

➔ Prestations haut de gamme

En moyenne des circuits de **5 à 10 jours**.

Comportements:

Mixe de voyage business et de découvertes,
 activités touristiques lors des incentives
 Le shopping demeure essentiel

Haut de gamme

➔ Voyage individuel sur mesure

Qui? La clientèle individuelle
Hébergement **majoritairement en hôtels 4*+**

➔ Services personnalisés

En moyenne des circuits de **15 jours**.

Comportements:

Tendance à la Mono-destination
 Services personnalisés hors des sentiers battus
 Se plonger dans la culture locale
 Le shopping demeure essentiel avec plus d'argent

Luxe

➔ Voyages de luxe ultra personnalisés

Qui? Les riches, les élites chinoises fortunées

Hébergement **majoritairement 5***,

Hautes enseignes, villa privées

➔ Consommation haut de gamme

En moyenne des circuits de 15 à 20 jours

Comportements:


Tendance à la Mono-destination
 Sur-mesure, activités exclusives et uniques
 Consommation haut de gamme (gastronomie,
 vins, produits de grandes marques de luxe)

➔ COMPORTEMENT DE LA CLIENTELE

Le choix de la destination de voyage

Destination de voyage

Facteurs de choix (+ au -)

- Sécurité
- Sites historiques et patrimoine
- Rapport Qualité-Prix
- Cuisine
- Qualité de l'hébergement disponible
- Facilité d'obtention d'un visa
- Climat, temps
- Shopping
- Evènements festifs, local, saisonnier
- Situation Politique
- Hospitalité des locaux  **La Langue**
- Bon système de transport public
- Propreté
- Temps de Voyage depuis l'aéroport
- Equipements médicaux

Les activités les plus pratiquées (+ au -)

- Points de vue touristiques
- Restauration
- Shopping
- Plages
- Musées et Galeries
- Activités rurales
- Arts et Culture
- Sports
- Jeux d'argent

Le choix des hébergements

Les Chinois séjournent majoritairement en Hôtels. Ils accordent une grande importance aux équipements de l'hébergement et aux prestations associées.

Hébergements

Importance des Equipements (+ au -)

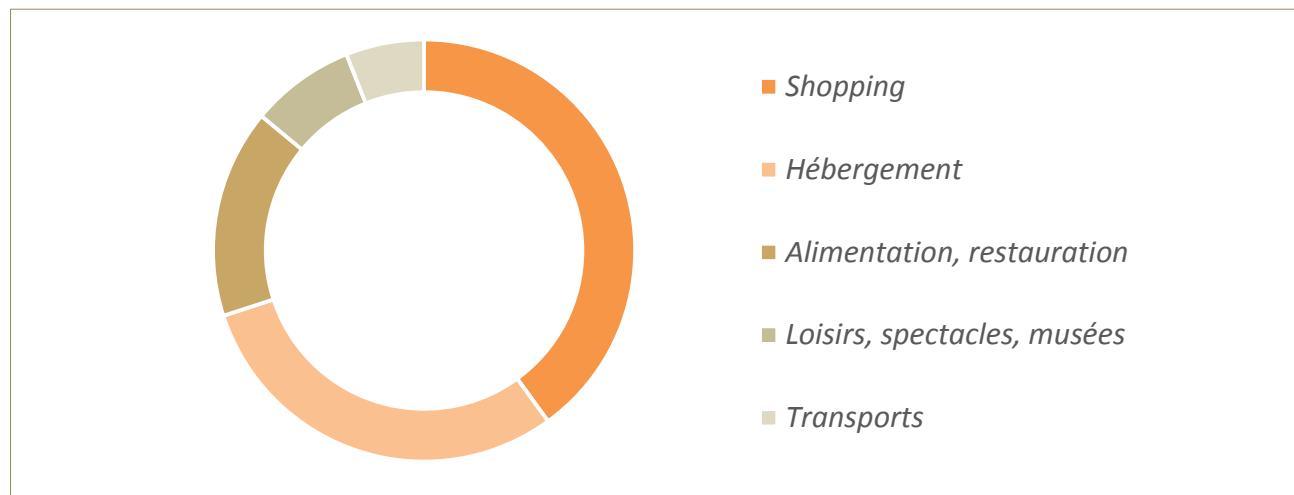
- Restauration sur place
- Accès gratuit au Wifi
- Personnel parlant chinois
- Supports d'informations en chinois
- Restauration chinoise, petit-déjeuner chinois
- Programmes de Télévision chinois
- Site internet de l'Hôtel en chinois
- Options de service en chambre
- Boutiques sur place
- Centres d'affaire sur place
- Piscine, centre de remise en forme...

Facteurs de choix (+ au -)

- Confort, nombre d'étoiles et équipements
- Réputation
- Personnel parlant chinois, signalétiques et supports en Chinois
- Recommandation sur les sites de voyages
- Recommandation par les amis et la famille
- Prix
- Localisation
- Qualité de la restauration

Répartition des dépenses à l'étranger

- Dépense moyenne/jour/personne : 171 euros
- *Dépense en shopping : 1400 euros /touriste/voyage*



Comment bien les accueillir?

Quelques mots

Bonjour : Ni Hao (prononcer : ni rao) / 你好

Bienvenue : Huan ying guang lin (prononcer : rouanne ing gouang linne) / 欢迎光临

Merci : Xie (prononcer : sié) / 谢谢

De rien : Bu Keqi (prononcer : pou kreti) / 不客气

Au revoir : Zai Jian (prononcer : dzaï djienne) / 再见

Je ne comprends pas : Wo Ting Bu Dong (prononcer : wo ting pou tong) / 我听不懂

Je ne parle pas chinois mais je peux vous renseigner en anglais ! : Wo Bu Hui Shuo Hanyu. Wo Yong Yingyu Neng Gei Ni Xinxi / 我不会汉语。我用英语能给你信息。

Politesse

- Ils sont particulièrement **sensibles à l'hospitalité** de la population des pays qu'ils visitent: *un simple sourire et un bonjour dans leur langue les satisfont pleinement.*
- Le principe fondamental de l'accueil est la **valorisation de l'invité**: *il convient de se concentrer sur le bien-être de l'hôte en adoptant une attitude de retenue et de discrétion. Ils attendent un personnel attentif et efficace.*
- Ils sont très attachés aux **marques de respect** (Ponctualité, courtoisie, diplomatie...)
- Ils ont besoin d'explications et sont très sensibles à la **qualité de l'accueil** : *Toutes les informations données en mandarin soit via différents supports, soit via du personnel qualifié, seront très appréciées, et montreront une véritable considération envers eux, chose essentielle à leur satisfaction.*

Comment bien les accueillir?

Services à l'hôtel

- Les Chinois sont exigeants en termes de **services, équipements et accueil**
 - *Des documents d'informations rédigés en chinois et présentant les services de l'hôtels et les sites touristiques alentours sont fortement recommandés*
- **Attribution des chambres:**
 - ***Les chiffres** ont une signification importante pour les chinois. Il faut éviter d'utiliser le chiffre 4, et préférez les chiffres 3, 8 ou 9 lors de l'attribution des chambres (3= la vie, 4= la mort, 8= l'Empire, 9 = la longévité)*
 - *Les chinois qui viennent **en groupe** apprécient particulièrement d'occuper des chambres mitoyennes et équipées de lits jumeaux plutôt que de lits doubles.*
- **Dans les chambres:**
 - *Le **Wifi gratuit** est indispensable*
 - *Bouteille d'eau, bouilloire ou thermos, adaptateur électrique, paires de pantoufles ou mules jetables, et kit de toilettes (Shampoings, peigne, coton-tige, lime à ongles petite brosse à dents et dentifrice) dans la chambre sont des incontournables...*
 - *Il convient de prendre les dispositions nécessaires dans les zones où les moustiques sont présents : moustiquaires, insecticides...*
 - *Le **cadeau de bienvenue** est traditionnel en Chine et c'est une marque de respect incontournable : une fleur, un fruit, du chocolat seront toujours grandement appréciés.*
- Pour répondre aux attentes des chinois, proposer un petit déjeuner et des **spécialités chinoises** serait un atout parmi d'autres attentions comme des journaux et des chaînes de TV chinoises.
- Ils apprécieront également des suggestions originales de **shopping**.

Alimentation et restauration

COMPORTEMENTS EN VOYAGE

- Ils ont besoin de **manger chinois régulièrement**, mais ils sont de plus en plus nombreux à goûter à la cuisine locale.
- Ils se lèvent tôt et mangent tôt. L'heure des repas est sacrée :
 - Petit-déjeuner** : 7h-8h, petit-déjeuner copieux et salé (soupe de riz, œufs, riz, nouilles, fruits)
 - Déjeuner** : 11h30-12h, servi chaud, simple et souvent composé ou accompagné de féculents
 - Dîner** : 18h30-19h, chaud également, composé de plusieurs plats variés et servis en même temps*Mais la jeune génération souhaite de plus en plus pouvoir se restaurer à n'importe quelle heure, même tard le soir.*

Comment bien les accueillir?

HABITUDES ALIMENTAIRES

- Ils aiment manger ensemble sur de **grandes tables** et **rapidement**, et apprécient qu'on leur propose de manger avec les baguettes chinoises. Pour eux, le repas fait l'objet de tous les soins et se doit d'être bon, abondant et raffiné.
- Ils apprécient de manger **plusieurs plats** plutôt qu'un gros plat, et ils n'aiment pas les gros morceaux de viande. Les viandes et poissons sont consommés bien cuits tandis que les légumes sont préférés croquants et sautés. Un léger bouillon ou une soupe sont servis à tous les repas pour favoriser la digestion.
- Les Chinois ne digèrent en général pas ou très mal le lactose (contenu dans le fromage). Il est possible d'utiliser les produits laitiers avec modération.
- Ils boivent du thé très régulièrement, mais aussi de l'eau, de la bière, des soft drinks (coca-cola etc.). Ils boivent aussi de plus en plus du vin, des spiritueux (cognac, du café).

SERVICES

- ⇒ Il faut prévoir une carte/menu en chinois ou à minima une carte avec les photos des plats.
Sur la table : prévoir sauce soja et piment mais aussi cure-dents, baguettes et grosse cuillère.

La cuisine réunionnaise avec le riz comme aliment de base et avec plusieurs morceaux de viande est très adaptée. Les plats salés et relevés conviennent bien aux chinois.

Pour les chinois, la diversité des plats proposés est plus importante que la quantité de nourriture.

➔ RECOMMANDATIONS POUR LA DESTINATION

*Les chinois qui ont déjà beaucoup voyagé, vont à la découverte de lieux encore relativement peu connus: **un atout pour la destination Réunion**. Ils présenteront un fort intérêt pour les produits thématiques à haute valeur ajoutée tels que le patrimoine et la culture, la nature et la pureté, la remise en forme, les voyages de noce, les activités sportives, la photographie...*

*Il s'agit donc de marier la découverte des **hauts lieux touristiques remarquables** et authentiques dont les chinois raffolent et l'introduction de **thématiques à valeur ajoutée** qui apportent un aspect qualitatif et personnalisé au séjour.*

Points d'attention et d'amélioration :

- Langage** : personnel parlant chinois dans les aéroports, hôtels... et supports d'informations touristiques en chinois
- Restauration**, nourriture en accord avec leurs habitudes alimentaires
- Services d'information** : personnel qualifié et efficace, points d'informations
- Services de transport** : bon système de transport et transfert
- Shopping** : suggestions originales de shopping
- Services d'hôtels** : Wifi, équipements, services en chambre, restauration sur place, boutique sur place...
- Bon rapport qualité-prix**

Type de circuits et activités

Culture et histoire

- Visites de **sites culturels et historiques** (musées, vestiges, édifices religieux, architecture typique), découverte de la **culture locale** et interaction avec l'habitant
- Découverte de la production locale, des produits de tradition dont la fabrication relève d'un savoir-faire original
- Manifestations culturelles (spectacles)

Les Chinois aiment contempler de beaux paysages naturels, notamment des montagnes ou collines, sources d'apaisement et de sérénité.

Nature et paysages

- Intérêt pour les **sites classés** patrimoine mondial de l'UNESCO : « Les pitons, cirques et remparts de La Réunion »
- Points de vue touristiques, découverte des **paysages, panoramas**:
 - Paysages diversifiés : plage, montagne, plaines...
 - Routes touristiques : route des laves, route du volcan, route du Maïdo...
- Parc National et réserves naturelles
- Circuits courts et spectaculaires, voir un maximum de choses en un minimum de temps :
 - Paysage unique de l'île: volcan, plaine des sable, cirques, cascades... (survol en hélico)
- Attrait particulier pour la montagne et les **activités de nature**

La plage/farniente est de plus en plus pratiquée si elle est associée à d'autres activités. Il convient de leur proposer des excursions courtes et faciles (ils sont rarement équipés, et la présence de pluie ou d'insectes doit être anticipée).

Bien-être et pureté

- Intérêt pour le **Bien-être** et la remise en forme: le thermalisme, les soins du corps, de beauté et les massages. Escapade en Montagne, associée à « l'air pur » et l'absence de pollution.
- Ils apprécient également les **produits naturels** et la médecine douce : tisanes, plantes aromatiques, huiles essentielles, cosmétiques...

Voyages de noce

- **Romantisme** : pique-nique, balade en calèche, dîner aux chandelles, promenade nocturne, spas et massages ...

Photographie

- La photo souvenir restant incontournable, il est primordial qu'ils aient des moments consacrés à la prise de clichés.

Incentive

- Visites de sites historiques et culturels
- Découvertes des hauts lieux touristiques
- Activités sportives ludiques