



Chine: tourisme/relations avec la Suisse.

Faits et chiffres.

- La Chine compte plus de 1,4 milliard d'habitants. Le pays est toujours en pleine expansion économique (croissance estimée du PIB en 2017: 6,4% - *Source: OCDE*).
- Outre les voyages de groupe, les Chinois se rendent à l'étranger toujours plus fréquemment dans le cadre de voyages individuels. Ces touristes sont issus d'une classe sociale aisée en progression constante, composée essentiellement de jeunes cadres.
- Les hôtes chinois en Suisse proviennent principalement de zones urbaines, qui constituent un bassin de population de 170 millions d'habitants¹.
- En 2017, de janvier à octobre, le nombre de nuitées de l'hôtellerie des visiteurs chinois en Suisse a augmenté de 10,8% en comparaison de la même période en 2016².
- Un comparatif sur cinq ans (2012-2016) montre une croissance importante des nuitées de 52,8%².
- En 2016, les touristes chinois (Chine et Hong Kong) ont généré en Suisse un chiffre d'affaires de près de CHF 422 millions.
- Le marché chinois compte parmi les quatre plus importants marchés étrangers pour le tourisme suisse (n° 1: Allemagne, n° 2: Etats-Unis, n° 3: Royaume-Uni, n° 4: Chine – y c. Hong-Kong, n° 5: France).
- Le potentiel de croissance pour le tourisme des Chinois en Suisse reste considérable, puisque notre pays, avec la France et l'Italie, compte parmi les destinations européennes les plus prisées.
- En 2022, les touristes chinois devraient générer deux millions de nuitées dans les hôtels suisses³.
- Les Chinois viennent en Suisse principalement en été: plus de 67% des nuitées générées par les touristes chinois sont enregistrées entre juin et octobre (2016)².
- 38% des touristes chinois séjournent en Suisse pendant 1 à 3 jours, 35% d'entre eux entre 4 et 7 nuits et 27% plus de 8 jours.³
- La visite de sites touristiques combinée au shopping est l'une de leurs activités préférées en Suisse.
- Les Chinois font partie des touristes dépensant le plus pendant leurs séjours à l'étranger. La dépense moyenne des touristes chinois en Suisse est estimée à CHF 330 par personne et par jour. A titre de comparaison, les touristes étrangers dépensent en moyenne CHF 180 par personne et par jour⁴.

¹ *Beijing, Guangzhou, Harbin, Hong Kong, Shanghai, Shenzhen, Taipei, Chengdu, Chongqing, Dalian, Hangzhou, Nanjing, Qingdao, Nanjing, Tianjin, Xi'an, Xiamen, Changsha, Jinan, Kunming, Nanchang, Nanning, Ningbo, Suzhou.*

² *Source: Office fédéral de la statistique (OFS) (y c. Hong Kong).*

³ *Source: Tourism Decision Metrics by Oxford Economics, estimations de Suisse Tourisme.*

⁴ *Source: Monitoring du Tourisme Suisse, Suisse Tourisme 2013.*



Evolution des nuitées dans l'hôtellerie

Evolution des nuitées de l'hôtellerie (y c. Hong-Kong)

Année	Nuitées	Variation en %
2010	477 425	
2011	677 220	+41,8%
2012	835 699	+23,4%
2013	994 546	+19,0%
2014	1 142 438	+14,9%
2015	1 519 100	+33,0%
2016*	1 277 977	- 15,9%
2017 (janv.-oct.)	1 270 737	+10,8%

* commentaire, voir p. 4 «recul des nuitées en 2016».

Evolution des nuitées de l'hôtellerie de novembre à avril – hiver (y c. Hong-Kong)

Années	Nuitées	Variation en %
2005/06	95 301	
2006/07	110 566	+16,0%
2007/08	122 778	+11,0%
2008/09	122 937	+ 0,1%
2009/10	156 172	+27,0%
2010/11	196 488	+25,8%
2011/12	257 038	+30,8%
2012/13	298 882	+16,3%
2013/14	348 428	+16,6%
2014/15	443 979	+27,4%
2015/16	422 893	-4,7%
2016/17	453 072	+7,4%

Evolution des nuitées de l'hôtellerie par région touristique 2014-2016 (y c. Hong-Kong)

Région	2014	2015	2016	Variation 15-16*
Suisse centrale	320 883	468 597	392 849	-16,2%
Zurich	197 370	266 594	213 311	-20,0%
Oberland bernois	257 735	346 396	284 810	-17,8%
Genève	87 865	107 137	88 061	-17,8%
Vaud	73 518	77 308	68 297	-11,7%
Berne	30 685	42 946	31 982	-25,5%
Argovie	32 886	42 046	33 301	-20,8%
Valais	37 433	48 941	57 178	+16,8%
Tessin	23 158	27 964	24 476	-12,5%
Bâle	29 026	24 554	22 122	-9,9%
Grisons	18 173	21 271	26 243	+23,4%
Jura & Trois-Lacs	13 968	14 306	11 894	-16,9%
Suisse orientale	11 749	15 474	13 769	-11,0%
Fribourg	8 039	15 566	9 684	-37,8%

* commentaire, voir p. 4 «recul des nuitées en 2016».



Marché d'origine: Chine⁴.



Chine	Part en %	
	Habitants	Nuitées
Hong Kong	0,5	25,6
Beijing	1,5	16,5
Shanghai	1,7	14,0
Province de Guangdong	7,8	9,3
Province de Jiangsu	5,9	5,6
Autres régions de l'est	21,7	10,2
Régions du sud-ouest	14,4	5,5
Régions du nord (sans Beijing)	26,2	9,5
Autres régions centre et sud	20,3	3,8

³ Source: *Monitoring du Tourisme Suisse (TMS)*, Suisse Tourisme 2013.



«Approved Destination Status» (ADS): un facteur de croissance décisif.

- Le 15 juin 2004, la Suisse signait une convention avec la République populaire de Chine portant sur le statut de destination de voyage agréée (Approved Destination Status «ADS»).
- Grâce à l'«ADS», depuis le 1^{er} septembre 2004, les Chinois peuvent se rendre en Suisse en groupes (d'au moins cinq personnes) sans autorisation de sortie officielle de l'Etat chinois. Depuis, le nombre de nuitées générées par les touristes chinois a massivement augmenté.
- L'«ADS» a permis aux organisateurs de voyages locaux, aussi bien qu'à Suisse Tourisme, de faire de la publicité sans restrictions en Chine, autrement dit, d'y commercialiser activement la destination touristique Suisse.

Visa biométrique Schengen depuis octobre 2015.

- En tant qu'État membre de la zone Schengen, la Suisse a introduit mi-octobre 2015, de même que les autres pays de la zone Schengen, le visa biométrique pour tous les ressortissants chinois souhaitant voyager en Suisse.
- Chaque voyageur/voyageuse chinois(e) à destination de la zone Schengen doit depuis lors se rendre en personne dans une représentation diplomatique ou un centre accrédité pour l'attribution du visa biométrique afin d'y faire enregistrer ses données biométriques (empreintes digitales). En raison des déplacements qu'elle impose, cette contrainte entraîne un surcoût considérable pour les voyageurs.
- Depuis fin juillet 2016, outre les quatre représentations diplomatiques à Beijing, Guangzhou, Hong Kong et Shanghai, 15 centres de traitement des demandes ont ouvert à travers tout le pays⁵. Ils traitent les demandes de visas déposées sur mandat de la Confédération. À cette fin, l'ambassade de Suisse collabore avec un prestataire externe chargé de l'administration et donc aussi de la collecte des données biométriques.

Recul des nuitées en 2016

- L'affaiblissement de la conjoncture économique chinoise au cours des 18 derniers mois a pénalisé le pouvoir d'achat des consommateurs et eu des répercussions sur le budget des voyages.
- En Asie en 2016, la crainte d'attentats terroristes en Europe a également freiné le désir de voyager. Comme de nombreux touristes chinois combinent souvent un voyage en Suisse avec la visite d'autres pays d'Europe, la Suisse, bien que réputée relativement sûre, a également été touchée. Les touristes se sont réorientés en partie sur de nouveaux circuits en Europe centrale (Budapest – Prague – Vienne).
- L'introduction du visa biométrique de Schengen (cf. ci-dessus) a également eu une influence négative sur les voyages des Chinois en Europe et en Suisse.

⁵ *Beijing, Changsha, Chengdu, Chongqing, Fuzhou, Guangzhou, Hangzhou, Jinan, Kunming, Nanjing, Shanghai, Shenyang, Shenzhen, Wuhan, Xi'an.*



La nette simplification du processus d'obtention de visas grâce à l'ouverture de centres supplémentaires a cependant atténué cet effet en 2017.

Suisse Tourisme en Chine/commercialisation de la destination Suisse.

- Suisse Tourisme (ST) dispose d'une représentation à Hong Kong depuis 1993.
- Depuis 1998, ST est aussi présente en Chine continentale. Grâce à une coopération intensive avec la China National Tourism Administration (CNTA), ST a été la première organisation touristique européenne dotée de son propre bureau en République populaire de Chine (Beijing, nord de la Chine, sud-ouest de la Chine).
- Depuis 2005, ST possède un bureau à Shanghai.
- Au total, treize personnes travaillent dans les succursales de ST en Chine. Elles lui assurent une forte présence sur le marché chinois et font la promotion de la destination de vacances, de voyages et de congrès suisse auprès des tour-opérateurs chinois.
- Depuis juin 2015, ST est également présente à Taïwan par le biais d'un mandat (poste à 30%) assumé par le TOSI (Trade Office of Swiss Industries).

Evolution de la demande et de l'intérêt pour la Suisse touristique.

Durée moyenne des voyages/séjours et comportement des touristes.

- Dans les principales régions d'où sont issus actuellement les touristes chinois (Beijing, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen et Hong Kong), le produit Europe/Suisse est en train de subir des modifications qualitatives: la tendance est à une évolution de la demande en direction d'«expériences de voyage plus approfondies» et plus longues, dans un à trois pays (Suisse et deux pays voisins). Ce type de séjour génère de trois à huit nuitées.
- Pour l'ensemble des touristes chinois, la durée moyenne du séjour en Suisse devrait rester stable, voire diminuer dans les années à venir. En effet, les touristes venus de régions qui connaissent un développement prometteur (Chengdu, Chongqing, Nanjing, Hangzhou, Wuhan, Shenyang, Qingdao, Harbin, Nanning etc., toutes des villes de plus d'un million d'habitants) commencent à découvrir les voyages à l'étranger et optent d'abord pour des voyages multi-pays (15 jours/10 pays) lors de leurs premières visites en Europe.

Voyages de groupes et tourisme individuel.

- Dans les nouvelles régions d'origine des touristes, en règle générale, c'est le voyage en grand groupe (40 personnes) qui prédomine.
- Dans les régions d'origine traditionnelles, une tendance aux plus petits groupes (15 à 25 personnes) et au tourisme individuel se développe.



- En 2014, près de 25% des nuitées de l'hôtellerie de touristes chinois ont été générées par des touristes voyageant individuellement. Il y a 2-3 ans, cette proportion était bien moindre (env. 10%). D'ici 2019, selon les estimations de ST, 40 à 50% des nuitées de l'hôtellerie devraient être générées par des touristes chinois voyageant individuellement (FIT). L'augmentation massive de la vente de Swiss Travel Pass (billets pour le réseau de transports en commun suisse destinés aux voyageurs étrangers). Le chiffre d'affaires du Swiss Travel Pass a augmenté de 36,8 % entre 2014 et 2015 (CHF 10'550'038 / CHF 14'434'700) et de 4,7 % entre 2015 et 2016 (CHF 14'434'700 / 15'110'295).
- Dans le secteur des congrès, les voyages de motivation (de 20 à 500 personnes) continueront à augmenter.
- Aujourd'hui, la proportion de femmes voyageant dans le segment du tourisme de loisirs atteint déjà env. 50%. Dans le secteur du tourisme individuel, le nombre de femmes devrait augmenter, car les voyages ne se font pas forcément en famille, mais souvent dans un cercle restreint d'amis/d'amies.

Destinations préférées.

- La Suisse centrale, Zurich, l'Oberland bernois et Genève restent les destinations phares des touristes chinois en Suisse.
- Des régions jusqu'alors moins fréquentées comme le Valais et les Grisons ont cependant connu une croissance importante des nuitées en 2017.
- Certaines autres régions (Engadine, Suisse orientale) commencent seulement à être découvertes et vont donc connaître un développement moins marqué.
- A Bâle, le tourisme d'affaires (foires) représente un nombre de visiteurs chinois non négligeable, mais qui n'a, cependant, qu'un faible impact sur le tourisme de loisirs.

Evolution des demandes des touristes.

- Une génération plus jeune et plus ouverte sur le monde (âgée de moins de 40 ans) commence à voyager, avec plus d'expérience des voyages et plus d'intérêt pour la culture locale.
- La visite des principaux sites touristiques et le shopping demeureront les intérêts prioritaires de la grande majorité des touristes chinois, mais les activités en plein air (hiver et été) ainsi que l'art et la culture gagneront du terrain, surtout dans le domaine des voyages individuels (sans séduire pour autant le plus grand nombre).
- Les activités sportives et de plein air ne font pas encore partie des intérêts principaux des touristes chinois, mais depuis peu, elles connaissent néanmoins une progression (visiblement liée à un quotidien urbain fait de stress au travail, d'air pollué, d'embouteillages ou d'activité physique insuffisante). En conséquence, les touristes chinois devraient aussi s'intéresser de plus en plus aux expériences offertes par la randonnée ou l'agritourisme.



Potentiel des vacances d'hiver et de ski.

- En Chine, le nombre de «journées-skieurs» (valeur pour déterminer la fréquentation des stations de ski) était de 12 millions durant la saison hivernale 2014/2015 (les chiffres pour 2015/2016 ne sont pas encore connus). En 1996, le nombre de skieurs était estimé à env. 10 000⁵.
- Une industrie du ski en plein boom: en 2015, les quelque 568 domaines skiables de Chine (dont 122 avec remontées mécaniques) – la plupart situés à proximité de Beijing (Hebei, Shandong), dans les provinces du Nord-Est (Heilongjiang, Jilin) et du Nord-Ouest (Shanxi, Xinjiang) – ont enregistré 12,5 millions d'entrées⁶.

La plupart de ces domaines skiables ciblent uniquement les débutants et disposent d'infrastructures relativement simples. On n'en compte qu'une vingtaine qui sont conformes aux normes occidentales, bien qu'étant souvent dépourvues d'hébergements, et seulement une minorité d'entre elles peuvent être considérées comme de véritables stations de ski. Néanmoins, ce petit cercle s'est élargi ces dernières années et comprend à présent les domaines skiables de Beidahu, Genting Resort Secret Garden, Songhua Lake, Wanda Changbaishan, Wanlong et Yabuli. Bientôt, Thaiwoo et quelques autres, ouverts toute l'année, vont se joindre à ce groupe⁴.

— Jeux Olympiques d'hiver en 2022:

- L'intérêt des Chinoises et des Chinois pour les sports d'hiver va croissant. Le pays ambitionne actuellement de compter 300 millions de skieurs chinois d'ici 2022. Le slogan «300 millions de personnes dans la neige» ("San Yi Ren Shang Xue") émane de Zhao Yinggang, secrétaire adjoint du Beijing Winter Olympic Bidding Committee et du Winter Sports Administrative Center du PRC Central Sports Bureau; à présent, il est utilisé et cité partout comme objectif pour 2022⁶.
- Dans le cadre de la préparation des Jeux Olympiques d'hiver de 2022, la Chine va devoir réaliser d'importants investissements et présente une forte demande de transfert de connaissances internationales.
- Depuis la décision de l'attribution des Jeux Olympiques d'hiver à Beijing, le marché des voyages de ski et des équipements de sports d'hiver est en plein développement.

Le ski en Chine: évolution et démographie.

– Le ski en tant que sport d'hiver en Chine.

- 1957: ouverture d'une première station de ski (Yabuli)
- 1966: Asian Winter Games à Yabuli
- Récents investissements dans des stations «full service»:
 - Club Med, Yabuli (Heilongjiang)
 - Secret Garden, Chongli (Beijing)
 - Ouverture de la station de Songhua Lake en hiver 2014/15, Jilin City (Jilin)
 - Ouverture de la station de Thaiwoo en hiver 2015/16, Chongli (Beijing)

⁴Source: «2016 International Report on Snow & Mountain Tourism», Laurent Vannat, p. 164.

⁵ Source: China Ski Industry White Book, 2015.

⁶ Source: <http://www.chinanews.com/ty/2014/12-24/6908729.shtml>.



- **Le skieur chinois (profil)⁷**
 - o Démographie
 - Actif, de 25 à 54 ans
 - Plus d'hommes que de femmes
 - Revenu mensuel > 10'000 CNY (CHF 1'500)
 - Pratique une à trois fois par saison
 - Activité familiale
 - o 35% des skieurs chinois prévoient des vacances de ski à l'étranger dans les 2 prochaines années
 - o La Suisse jouit d'une forte notoriété.
 - o Le Japon, la Suisse et le Canada/les USA arrivent en tête des destinations favorites.
 - o Budget par voyage: CHF 3'000 – 4'000 par personne.
 - o En moyenne, les touristes font du ski pendant 2,1 jours.
 - o Critères pour le choix d'une destination de ski à l'étranger:
 - Garantie d'enneigement, sécurité, paysages, prix, offre de sports d'hiver de la destination, accès, disponibilité des offres de voyages
- La saison d'hiver représente actuellement un tiers du total des nuitées générées par les touristes chinois en Suisse⁸. Il faut cependant noter que la majorité des hôtes chinois qui viennent en Suisse ne le font pas pour faire du ski, ou pas uniquement: ils souhaitent vivre une expérience de neige et découvrir l'hiver suisse.
- La majorité des touristes chinois continuera à venir en Suisse dans le cadre de voyages en groupes dans plusieurs pays d'Europe. Les séjours hivernaux continueront à augmenter, mais resteront à un niveau modeste dans un avenir proche; la part des touristes venus principalement pour la pratique des sports d'hiver devrait se situer entre 3 et 5% du total des nuitées chinoises.
- La sécurité de l'enneigement, la stabilité, les paysages uniques, la diversification des offres de sports d'hiver et la grande qualité des transports publics sont des critères, qui, pour les Chinois, favorisent clairement la Suisse lors du choix de destinations de ski à l'étranger.

Evolution des nuitées de l'hôtellerie des touristes chinois en hiver

Saison	Suisse entière	Var. en %	Montagnes	Var. en %
13/14	343 428		135 608	
14/15	443 979	+27,4%	194 648	+43,5%
15/16	422 893	-4,7%	189 148	-2,8%
16/17	453 072	+7,4%	195 038	+3,1%
21/22*	700 000*	--	400 000*	--

* Estimations de Suisse Tourisme

⁷ Source: Canadian Tourism Commission, 2012 China Ski Study, Desk Research Report, avril 2012.

⁸ Estimation de Suisse Tourisme.



Le ski et la Chine: contexte et activités de Suisse Tourisme.

- Depuis la fin de 2012, ST promeut les voyages d'hiver en Suisse de manière proactive. Au cours des premières saisons d'hiver, l'accent a porté sur la diffusion de l'image de la Suisse en tant que destination de sports d'hiver de premier plan. Désormais, les activités se concentrent sur l'accès aux canaux de distribution. En collaboration avec les agences de voyages bien établies, mais de plus en plus aussi avec de nouveaux partenaires tels que les clubs de ski chinois, les domaines skiables ou les réseaux sociaux, ST propose des programmes de voyage d'hiver: des séjours classiques avec initiation au ski d'une demi-journée jusqu'aux voyages consacrés exclusivement à la pratique du ski durant sept jours.
- Lancée au début de la saison d'hiver 2016/17, une nouvelle offre «First Ski Experience» a suscité un grand intérêt auprès des clients chinois; pour la saison d'hiver 17/18, 24 destinations suisses proposent, pour un prix forfaitaire, de bénéficier d'un abonnement de ski, de tout l'équipement (en location), et d'un cours (en chinois dans certaines destinations) pour une première journée sur les pistes et la découverte des sensations de glisse sur la neige: www.myswitzerland.com/skiexperience

Commercialisation de la destination de voyage Suisse.

- Dans ses activités de commercialisation de la Suisse en Chine, ST se concentre avant tout sur la coopération avec les tour-opérateurs majeurs des principales régions d'origine des touristes et avec les leaders de la branche qui émergent dans les régions où le tourisme vers l'étranger connaît actuellement une forte expansion.
- L'accent est mis, d'une part, sur la formation relative aux produits touristiques suisses et sur le développement de ces produits (nouveaux itinéraires et nouvelles destinations, extension des durées de séjour actuelles en Suisse, «First Ski Experience») et, d'autre part, sur le soutien apporté aux tour-opérateurs pour leurs activités de promotion et de communication.
- En parallèle, la communication grand public demeure un aspect crucial des activités de Suisse Tourisme. Elle se concrétise, entre autres, par des actions classiques entreprises dans les médias traditionnels (presse écrite, radio, TV), mais aussi, et de plus en plus, dans de nouveaux canaux digitaux (influenceurs et réseaux sociaux tels que Weibo et Wechat).



2017: année du tourisme sino-suisse.

Une année touristique binationale Suisse – Chine offrira de nouvelles impulsions pour l'ensemble de la branche et renforcera le tourisme dans sa globalité dans les deux pays. Il s'agit, entre autres, d'instaurer une collaboration plus intense dans le domaine des études de marché, afin de disposer de données toujours meilleures pour la définition de stratégies touristiques futures. En outre, de nombreuses mesures et manifestations conjointes se sont déroulées en Chine et en Suisse tout au long de cette année (*voir page suivante*).



Manifestation / lieu	Date	Description
Belt and Road Forum for International Cooperation OBOR (<i>one belt, one road</i> , projet de la Route de la soie), Beijing	Du 13 au 16.05.2017	Forum de coopération internationale qui s'est tenu en présence de la présidente de la Confédération Doris Leuthard https://en.wikipedia.org/wiki/Belt_and_Road_Forum
ECO Forum Global, Guiyang	17 juin 2017	Forum consacré au développement durable.
Beautiful China / Genève	Du 01.09 au 01.10.17	Promotion touristique et culturelle.
Forum de management hôtelier sino-suisse, Beijing	Du 05 au 06.09.17	Forum destiné aux hôteliers chinois, co-organisé par la China National Tourism Administration (CNTA), l'association hôtelière chinoise et Suisse Tourisme. 300 hôteliers chinois ont participé à ce forum où sont intervenus des représentants de l'EHL, d'hotelleriesuisse et de Suisse Tourisme.
Deux Saint-Bernard en tournée en Chine	Du 07 au 18.09.2017	Tournée chinoise (à Beijing et Shanghai) de deux Saint-Bernard, «Apéro» et «Bricotine», venus de Suisse dans le but de créer un lien émotionnel entre des touristes chinois potentiels et la Suisse (en particulier à travers les réseaux sociaux). Ils ont été présents à de nombreuses manifestations et les médias chinois ont largement fait écho à cette visite.
World Winter Sports Expo, Beijing	Du 07 au 10.09.17	2 ^e édition de la plus importante foire professionnelle et publique consacrée aux sports d'hiver en Chine qui a accueilli plus de 120'000 visiteurs et où la Suisse a été l'hôte d'honneur avec un stand de 300m ² .
Great Wall Climb / Chine	Du 15.09 au 30.09.17	100 touristes suisses ont escaladé la Grande Muraille de Chine. Evénement organisé par la CNTA.
Exposition spéciale «Cent ans de promotion touristique en Suisse», Westbund Art & Design, Shanghai	Du 25.10 au 11.11.17	Importante foire d'art contemporain à Shanghai à laquelle Suisse Tourisme a participé pour présenter l'offre artistique et culturelle suisse.
Clôture de l'année du tourisme Suisse-Chine, Lausanne	7 décembre 2017	Manifestation de clôture et Forum du tourisme sino-suisse avec des orateurs majeurs des deux pays à Lausanne. A cette occasion, un protocole d'accord visant à renforcer durablement la coopération entre les deux pays en matière de promotion touristique a été ratifié par Suisse Tourisme et la CNTA.