

# rapport trimestriel sur le marché

Chine

Juillet à septembre 2007

## Faits saillants au sujet du marché

Nombre de visites à l'étranger :	18,9 millions (janvier à juin 2007)
% de variation par rapport au trimestre précédent :	14 % par rapport à la même période en 2006
Nombre de visites au Canada :	81 576 (janvier à juillet)
% de variation par rapport au trimestre précédent :	+9 % par rapport à la même période en 2006

## Commentaires / autres renseignements :

Source : Statistique Canada

Le nombre d'agents faisant état de refus de visas semble être à la hausse. Des rencontres sont prévues sous peu avec l'ambassade du Canada et la section des visas.

## Capacité aérienne

Air Canada a doublé ses vols quotidiens sur la route Beijing-Vancouver et augmenté la fréquence des vols Shanghai-Toronto. Le vol supplémentaire entre Beijing et Vancouver est offert du 2 juillet au 30 septembre. Le 7 avril, Air Canada a commencé à offrir trois connexions par semaine entre Shanghai et Toronto. Les vols ont ensuite été quotidiens à compter du 1<sup>er</sup> juillet. Air Canada a offert au total cinq vols quotidiens sans escale entre la Chine et le Canada cet été.

Le 29 août, Qantas a ajouté un vol hebdomadaire entre Shanghai et Sydney, pour un total de cinq vols par semaine.

China Eastern offre des vols quotidiens entre Shanghai et Melbourne durant la

haute saison de l'été et, à compter de novembre 2007, desservira la route Shanghai-Brisbane à raison de deux fois par semaine.

Air China ajoutera des vols et des membres d'équipage à l'approche des Jeux olympiques de 2008 pour satisfaire l'augmentation de la demande de vols à destination de Beijing. La ligne aérienne compte accroître son nombre de vols offerts en partance du Royaume-Uni, de la France, de la Russie et des États-Unis.

United Airlines a annoncé qu'elle participe à un appel d'offres en vue de devenir le transporteur autorisé à offrir des vols sans escale entre Los Angeles et Shanghai à compter de 2009.

Swiss International Airlines commencera à offrir des vols sans escale entre Shanghai et Zurich en mars 2008.

Singapore Airlines a ajouté des vols entre Shanghai et Singapore, ce qui porte dorénavant le total à cinq vols par jour et 69 vols par semaine. Singapore Airlines offre des vols de correspondance vers cinq villes carrefours de l'Australie.

Viva Macau, un transporteur à bas prix, offre trois vols hebdomadaires entre Macau et Sydney depuis août.

### Contexte économique et politique

Croissance du PIB : L'économie de la Chine a augmenté de 11,5 % au cours du premier semestre de 2007, une hausse de 0,5 % par rapport à l'année précédente selon le National Bureau of Statistics. Le deuxième trimestre a affiché la croissance trimestrielle la plus élevée en 12 ans. En effet, la croissance économique enregistrée au cours du deuxième trimestre de 2007 dépasse de 0,8 % les 11,1 % enregistrés au cours de la période de janvier à mars 2007. Le PIB national s'est chiffré à 1,405 milliard de dollars américains au cours des six premiers mois de l'année.

Croissance économique prévue : Le PIB de la Chine devrait croître de 10,8 % en 2007. On prévoit une croissance des investissements de 21,8 % tandis que la consommation devrait augmenter de 16,2 % et

	l'excédent commercial, de plus de 60 %.
Taux de chômage :	Milieu urbain : 4,3 %
Inflation :	Le principal indice d'inflation est l'IPC
Indice des prix à la consommation :	Le taux d'inflation a atteint 4,4 % en juin, comparativement à l'année précédente, et a augmenté de 3,2 % au cours du premier semestre de l'année par rapport à la même période en 2006. La Banque centrale s'est fixé une cible d'inflation de 3 %.
Taux de change :	1 \$CA = 7,16 yuans (septembre 2007) – aucun changement par rapport à 2006
Revenu national disponible net :	<p>Au cours de la première moitié de 2007, en milieu urbain, le revenu disponible par habitant a augmenté de 14,2 % en chiffres absolus pour se chiffrer à 7 052 yuans. Il s'agit d'une hausse annuelle de 4 %. En milieu rural, l'augmentation en chiffres absolus a été de 13,3 % pour atteindre 2 111 yuans, soit une hausse de 1,4 % par rapport à l'année précédente.</p> <p>Les ventes au détail ont augmenté de 15,4 % par rapport à la même période en 2006. Il s'agit de la plus forte croissance enregistrée depuis 1997.</p>
<b>Commentaires / autres renseignements :</b>	
<p>La Chine a augmenté ses taux d'intérêt pour la cinquième fois en 15 mois le 20 juillet. Elle a annoncé que le taux d'imposition sur les intérêts de dépôts bancaires serait réduit de 20 % à 5 % à compter du 15 août. Bon nombre d'experts prédisent que la Chine se prépare à dépasser l'Allemagne sous peu et à devenir la troisième économie mondiale en importance.</p>	

### Tendances touristiques émergentes

L'expansion continue de l'économie chinoise et une classe moyenne grandissante ayant un revenu disponible alimentent l'essor du tourisme international et intérieur.

Le marché asiatique des voyages court-courriers continue de refléter les impacts négatifs du magasinage avec commission et des voyages sans frais au sol.

Le transporteur à bas prix Oasis a commencé à offrir six vols hebdomadaires entre Vancouver et Hong Kong.

Les voyageuses asiatiques constituent un segment de marché en plein essor avec 125 millions de voyages par année.

L'Administration générale de l'aviation civile de Chine (CAAC) a annoncé qu'elle ne considérera aucune nouvelle demande de ligne aérienne avant 2010. Cela signifie qu'aucune nouvelle ligne aérienne ne desservira la Chine avant 2011 au plus tôt. La CAAC a également annoncé que 17,5 milliards de dollars américains seront alloués à l'expansion et à la construction aéroportuaires au cours des cinq prochaines années.

Selon un sondage mené par la compagnie émettrice de cartes de crédit internationale MasterCard, comparativement à d'autres pays, les nouveaux riches issus des milieux urbains de la Chine sont plus jeunes, mieux éduqués et plus attirés par les voyages. En règle générale, Hong Kong et Macau demeurent les deux destinations étrangères les plus courues; cependant, parmi ceux ayant voyagé à l'étranger à au moins cinq reprises, l'Europe et les États-Unis sont en voie de devenir des destinations long-courriers préférées.

Ctrip.com, le premier agent de voyages en ligne de la Chine, rapporte une nette augmentation de ses revenus de 52 % au cours du deuxième trimestre par rapport à la même période en 2006, avec 38 millions de dollars américains. L'entreprise a vendu quelque 2,5 millions de billets d'avion entre avril et juin, et les résultats globaux indiquent une tendance croissante en matière de réservation de vols, de chambres d'hôtel et de forfaits de vacances en ligne.

L'Organisation mondiale du tourisme prévoit que la Chine pourrait bien devancer l'Espagne, d'ici 2010, et rafler le titre de deuxième destination touristique en termes de popularité après la France.

### Activités visant l'essor du marché

En l'absence de SDA, les activités d'exploitation du marché se limitent à celles de la CCT et sont décrites dans Activités de la CCT ci-dessous.

## Activités de la CCT

### À l'intention des professionnels du tourisme

Poursuite des visites de familiarisation au cours du troisième trimestre.

Juillet – 71 visites de familiarisation auprès de représentants de l'industrie et des médias télévisuelles en Alberta.

Août – Visite de sept agents de Beijing, Shanghai et Guangzhopu en Colombie-Britannique et en Alberta.

Août – Visite de 13 agents de Beijing, Shanghai, Guangzhou et Tianjin en Ontario et au Québec.

Septembre – Visite de quatre agents RCVM en Ontario et au Québec.

Septembre – Visite de sept agents de visites VIP en Colombie-Britannique et en Alberta.

Pénétration de nouvelles villes et régions dans des marchés clés partout en Chine et ventes initiales enregistrées dans les villes de Harbin, Shenyang, Qingdao, Hangzhou, Suzhou, Nanjing et Shenzhen. Total d'environ 50 agents. À ce jour, 40 agents ont été autorisés à participer à Showcase Canada en novembre, où ils pourront rencontrer des fournisseurs canadiens.

Assouplissement par l'ambassade des exigences d'émission de visas à un nombre de petits groupes RCVM de Beijing.

Confirmation de la participation à CITM Plus de 26 fournisseurs canadiens au CITM de Kunming, suivie d'une semaine de formation d'agents de voyages et de commerce interentreprises à Shanghai et à Beijing.

Rencontre avec le président de l'administration du tourisme de Shanghai concernant l'émission par erreur d'unités de conformité par le ministre de la Culture de Shanghai à des agents vendant des forfaits sans SDA qui avaient précédemment nui aux ventes dans la région.

Projet d'annonce au cours du prochain trimestre de l'ouverture de centres d'émission de visas dans certaines villes chinoises.

Planification provisionnelle des activités de la Maison du Canada en Colombie-Britannique en juin 2008.

Mission des TNO à Shanghai et à Beijing en septembre – présentation de la mission aux agents dans le cadre d'une table ronde et d'un dîner.

Publication du guide touristique du Canada en chinois traditionnel pour le marché de Hong Kong.

### **À l'intention du grand public**

En l'absence de SDA, la réglementation actuelle nuit grandement à notre capacité de nous adresser aux consommateurs. Nous continuons de bénéficier d'une couverture médiatique considérable : communiqués de presse émis par la CCT et ses partenaires provinciaux et rapports sur les visites de familiarisation par les journalistes y ayant participé.

### **À l'intention des médias**

Poursuite des visites de familiarisation au cours du troisième trimestre.

Juillet – Visite de sept représentants de la presse écrite en Alberta et en Colombie-Britannique.

Juillet – Visite de sept représentants de la presse écrite en Ontario et au Québec.

Août – Visite de représentants (deux des médias, un de l'industrie et deux organisateurs d'événements) en Ontario pour planifier le Rose Wedding.

Septembre – Visite de quatre représentants des médias télévisuelles en Colombie-Britannique.

Septembre – Visite de deux représentants des médias en Alberta.

Participation de journalistes spécialisés au CITM Plus et couverture de l'avant-CITM dans Travel Trade News.

### **À l'intention des professionnels des relations publiques**

La plateforme intégrant les relations avec les médias et les relations publiques continue de porter fruit. La CCT, Tourism BC, Travel Alberta, Tourisme Ontario et, bientôt, Tourisme Québec/Tourisme Montréal sont représentés par l'agence Ruder Finn en Chine.



### Environnement concurrentiel

L'Italie et la France ont resserré leur procédure de demande de visa pour les voyages de groupe.

La Corée du Sud et la Chine poursuivent leurs discussions en vue d'assouplir les exigences applicables aux touristes chinois qui font une demande de visa.

Tourism Australia rapporte un total de 180 200 visiteurs au cours du premier semestre, soit une hausse de 20 % par rapport à la même période l'année précédente.

China Union Pay a annoncé que ses titulaires de carte de crédit pourront, à compter de juillet 2007, bénéficier d'un remboursement fiscal lorsque la carte sert à régler des achats effectués en France, en Italie, en Allemagne ou à Singapour.

L'ANTC et les États-Unis poursuivent leurs pourparlers sur une forme de SDA, mais aucune entente n'a été conclue à ce jour.

### Perspectives d'avenir

À ce jour, l'ANTC et l'ambassade du Canada n'ont pas poursuivi leurs discussions concernant la négociation du SDA. À l'heure actuelle, rien n'indique que la Chine souhaite conclure une entente à cet égard.

On compte maintenant 132 pays ayant le statut de destination approuvée, les plus récents étant Oman, Monaco, le Maroc, la Syrie, la Namibie, la Bulgarie et le Mozambique.

Le marché des voyages en ligne poursuit sa croissance : plus de 2,75 millions de Chinois réservent désormais leurs chambres d'hôtel, billets d'avion et forfaits de vacances en ligne tous les ans, ce qui représente une augmentation de plus de 72 % par rapport à l'année précédente. Il s'agit principalement de voyages intérieurs ou vers des marchés asiatiques court-courriers, mais on constate également une tendance à la hausse au sein du marché des voyages long-courriers.

En l'absence du statut de SDA, le Canada continue de perdre du terrain au

profit de destinations long-courriers concurrentes, particulièrement l'Europe et l'Australie.

Fait intéressant à noter, au cours des six premiers mois de 2007, la Chine, Hong Kong et Taïwan représentent collectivement le deuxième marché outre-mer en importance après le Royaume-Uni pour ce qui est du nombre de visiteurs au Canada.