



# rapport trimestriel sur le marché

Chine

Octobre – Décembre 2008

## Faits saillants au sujet du marché

nombre de voyages à l'étranger pendant les deux premiers trimestres :	26,5 millions de janvier à juillet 2008
variation (en %) par rapport au même trimestre l'an passé (T4) :	+17,72 % par rapport à la même période en 2007
nombre de visiteurs au Canada pendant les trois premiers trimestres :	139 462 de janvier à octobre
variation (en %) par rapport au même trimestre l'an passé (T4) :	+ 5,8 % par rapport à la même période en 2007

## Commentaires / autres renseignements :

Le nombre de touristes chinois continuera d'augmenter à un rythme plus lent, en raison de la crise financière mondiale. Le tremblement de terre survenu en mai 2008 dans la province du Sichuan, ainsi que les Jeux olympiques au mois d'août, ont entravé le trafic vers les destinations éloignées à partir du mois de mai 2008.

D'autres statistiques sur le marché sont disponibles dans [Tourisme en bref](#).

## Capacité aérienne

1. Air China a mis en service un appareil A300 sur quatre vols internationaux entre Beijing et Rome, Londres, Dubaï et Munich. Le transporteur a aussi mis ce nouvel appareil en circulation sur ses itinéraires de Vancouver, Francfort, Paris, Madrid et l'Australie.
2. Air Canada entend réduire sa capacité totale entre le Canada et la Chine. Ainsi, le transporteur n'offrira plus de vols quotidiens entre Vancouver et Beijing, mais plutôt trois vols par semaine, et quatre vols par semaine entre Toronto et Beijing. Les départs quotidiens de Vancouver à Shanghai passeront à quatre vols par semaine, et les départs quotidiens de Toronto à Shanghai, à

trois par semaine. Ces réductions entreront en vigueur à l'hiver 2008-2009.

3. Air China a éliminé un vol par semaine entre Beijing et Vancouver, et offre maintenant six vols hebdomadaires au lieu d'un vol quotidien.

### Contexte économique et politique

Croissance du PIB : 9 % au troisième trimestre, la première baisse à moins de 10 % au cours des cinq dernières années

Croissance économique prévue : En raison de la crise financière mondiale, on prévoit un PIB de 4,6 % pour la Chine au quatrième trimestre

Taux de chômage : 4 % depuis septembre

Inflation : voir l'IPC

Indice des prix à la consommation : 7 %

Taux de change : Juin 2007 : 1 \$CA - 7,16 yuans  
Septembre 2008 : 1 \$CA - 6,39 yuans  
Août 2008 : 1 \$CA - 6,69 yuans  
Décembre 2008 : 1 \$CA - 5,52 yuans

(Revenu disponible national net)

(Sens à vérifier) De janvier à septembre 2008, le revenu des citoyens chinois a augmenté de 14,4 % pour atteindre 11 865 yuans (2 032 \$CAN), et celui des Chinois habitant à la campagne, de 19,6 %, pour se fixer à 3 891 yuans (676 \$CAN).

### Commentaires / autres renseignements :

Le taux de change du yuan en dollars canadiens a diminué de 20 à 30 % depuis le deuxième trimestre. Cette situation a eu des répercussions sur les dépenses promotionnelles en monnaie nationale.

## Tendances touristiques émergentes

1. La Chine a accordé le statut de destination approuvée (SDA) à Israël, et le premier groupe de touristes s'y est rendu en septembre. On s'attend à ce que 15 000 voyageurs chinois visitent Israël d'ici la fin de l'année 2008.
2. Le nombre de voyages intérieurs en Chine a augmenté pendant la fête nationale, soit entre le 1<sup>er</sup> et le 7 octobre. Les villes olympiques, y compris Hong Kong, Beijing et Qingdao, ont représenté les destinations les plus populaires. Environ 56 000 Chinois ont effectué des voyages à l'étranger pendant cette période du congé national. De ce nombre, 23 000 se sont rendus en Asie du Sud-Est, à Hong Kong et Macao, et environ 4 000 habitants du continent se sont rendus à Taïwan.
3. On estime que le nombre de skieurs chinois va plus que doubler et s'établira à 10 millions d'ici 2010. Les stations de ski chinoises ont signalé leur intention de se conformer aux normes internationales dans le nord de la Chine.
4. China Southern Airlines prévoit ouvrir de nouveaux bureaux de ventes et de marketing à New York, Londres, Vancouver, Dubaï, Brisbane et Taipei, et on espère que le transporteur pourra éventuellement offrir des vols directs vers Vancouver, bien que rien n'ait encore été annoncé en ce sens.
5. Les agences de voyages de Guangdong ont commencé à supprimer les frais de dépôt pour les voyages SDA à destination de l'Asie du Sud-Est, du Japon et des États-Unis. En revanche, les voyageurs qui se rendent en Europe et en Australie devront encore verser un dépôt de 50 000 à 100 000 CNY.
6. En 2009, 11 hôtels et centres de villégiature Fairmont ouvriront leurs portes en Chine, y compris un hôtel de 222 chambres à Beijing et un autre comptant 210 suites et chambres au lac Yangcheng.
7. Selon le plus récent rapport publié par Nielsen China Outbound Travel Monitor, près de la moitié des voyageurs internationaux chinois achètent des produits de luxe de marque à l'étranger, près du deux-tiers d'entre eux préférant les parfums et les produits de beauté à prix d'aubaine, suivis des accessoires de mode et produits en cuir, et des souvenirs et confiseries. À ce titre, l'Europe et l'Amérique du Nord constituent les destinations de choix des Chinois. Près de 59 % d'entre eux achètent des produits de luxe de marque lorsqu'ils se rendent en Europe, et plus de 56 % s'en procurent lorsqu'ils se rendent en Amérique du Nord. En moyenne, les voyageurs chinois dépensent 900 \$US pour des articles de luxe lorsqu'ils voyagent à l'étranger, le montant le plus élevé étant dépensé en Europe et aux États-Unis, à savoir 1 359 \$US par

voyage.

8. Le 1<sup>er</sup> novembre dernier, en raison de la crise financière, Finnair a annulé son vol direct entre Guangzhou et Helsinki. United Airlines a reporté l'inauguration de son vol à destination de Gangzhou, et Northwest Airlines a reporté ses vols directs vers Shanghai. Depuis le mois de novembre, Lufthansa, Asiana Airlines et Continental Airlines ont aussi réduit le nombre de leurs vols à destination de Beijing.

9. Influencé par la crise financière, le taux de change du yuan par rapport à l'euro et au dollar australien a accusé une baisse de l'ordre de 20 %. Le prix des forfaits vers l'Australie a donc chuté de 3 000 yuans, et celui des voyages en Europe a enregistré une baisse de 1 000 à 3 000 yuans. Les billets d'avion vers l'Europe et l'Australie coûtent de 1 000 à 2 000 yuans de moins que les billets vers le Canada. Les voyages en Australie connaissent une grande popularité en raison de leur prix et du taux de change.

10. Compte tenu de l'augmentation du prix du pétrole et de la diminution du trafic, cinq importants transporteurs chinois accusent des pertes au troisième trimestre.

Air China : 1,9 milliard CNY

Shanghai Airlines : 437,4 millions CNY

Hainan Airlines : 260,8 millions CNY

China Eastern Airlines : 2,33 milliards CNY

China Southern : 810 millions CNY

11. À partir du 15 décembre, l'ambassade de Suisse délivrera des visas Schengen d'une durée de trois mois à l'intention des voyageurs chinois. La Suisse sera comprise dans le programme des visites de l'espace Schengen.

12. Qantas entend élargir son réseau chinois en offrant des vols à code partagé avec China Eastern entre Shanghai, Chengdu et Xi'an. À l'heure actuelle, Qantas offre sept vols vers Shanghai et trois vers Beijing, de même que 31 vols par semaine vers Hong Kong au départ de Brisbane, de Melbourne, de Perth et de Sydney.

13. La Chine et Taïwan ont inauguré le 15 décembre des vols quotidiens directs. Au cours de la première semaine des services quotidiens, 12 transporteurs aériens autant de Taïwan que de Chine ont soumis des demandes pour 101 vols, afin d'assurer la liaison entre quatre villes taïwanaises et 12 villes chinoises.

14. Le bureau du tourisme de Beijing vient d'approuver trois autres agences de

voyages de catégorie '5A' à Beijing. Au total, on y compte 11 agences de voyages de ce type : CITS, CYTS, CTS, CITIC Travel, China Woman Travel, Comfort Travel, CTI, Beijing Spring, Hua Yuan International Travel, CAISSA Travel et Beijing Destination International Travel.

### **Activités visant l'essor du marché**

Voir les informations ci-dessous dans Activités de la CCT.

### **Activités de la CCT**

#### **À l'intention des professionnels du tourisme**

1. En décembre, création de bulletins électroniques de la CCT et diffusion auprès des professionnels du marché en collaboration avec Tourism BC, Travel Alberta, Tourisme Ontario et Tourisme Québec.
2. Diffusion d'un communiqué de presse à l'intention des professionnels du tourisme portant sur le Programme des spécialistes des voyages au Canada (PSVC) et diffusion de publicités dans trois grands magazines de l'industrie pour les spécialistes des voyages au Canada (SVC) de niveau Explorateur; près de 1 000 agences étaient déjà inscrites au début du mois de décembre. Nous en sommes à la production de certificats SVC que nous distribuerons en janvier aux agents qui ont réussi le programme Explorateur.
3. Dix agences de voyages chinoises ont participé à l'événement Canada West Marketplace, qui s'est tenu à Calgary à partir du 23 novembre, avant de participer à une visite de familiarisation en Alberta et en Colombie-Britannique.
4. La CCT et 26 de ses partenaires canadiens ont participé au CITM, le plus important salon du voyage d'Asie, pour y faire la promotion du Canada. Ce salon avait lieu à Shanghai, du 20 au 23 novembre dernier, dans un pavillon de 200 mètres carrés. Des vedettes de l'émission « Perfect Family », des comédiens, ainsi que deux gardes de Fort Henry et un artiste canadien, étaient sur place pour faire de la promotion et s'adresser aux médias, aux professionnels du voyage et aux consommateurs. Les trois mascottes olympiques, qui en étaient à leur premier voyage en Asie, ont fait l'objet d'une présentation officielle au marché chinois. Voici le nombre de visiteurs qui se sont rendus au CITM.  
Professionnels du voyage : 30 000 agences de voyages

Consommateurs : 60 000 sur place pendant les journées qui leur étaient consacrées

Exposants : 106 pays et régions y ont participé

Acheteurs : 1 200 acheteurs se sont inscrits aux journées de l'industrie

5. En décembre, le bureau de la CCT en Chine a remporté le prix annuel Tourist Destination Promotion Award décerné par le magazine du voyage China Travel Agent.

6. En novembre, le Canada a été nommé Première destination pour les RCVM par le groupe World Traveller Media.

7. Rencontre avec les principales agences de Beijing et de Shanghai pour discuter des plans promotionnels de 2009, y compris les plans de formation, les voyages de golf et de ski, les événements spéciaux et les promotions pour 2010.

8. La CCT a fait parvenir 2 400 calendriers de table aux principales agences de voyages et aux clients d'entreprises de la Chine.

9. La CCT a fait de la publicité dans les brochures des principales agences de voyages pour l'année 2008 et a distribué des articles promotionnels, y compris des brochures et des cadeaux à l'occasion des soirées annuelles des principales agences de voyages.

10. Le Canada s'est vu refuser une soumission pour un projet de 2 500 voyageurs des RCVM à destination de Vancouver en janvier 2009 en raison du manque de capacité aérienne et du prix élevé des billets. Nous avons établi une bonne relation avec la société en question (Astrazeneca); une brochure du guide des voyages du Canada sera insérée dans la trousse de voyage des 2 500 voyageurs afin de promouvoir le Canada à titre de destination future.

### **À l'intention du grand public**

1. La CCT et 26 de ses partenaires canadiens ont participé du 20 au 23 novembre au salon du voyage CITM, le plus important du genre en Chine. Deux jours y étaient réservés aux professionnels du voyage et deux autres aux consommateurs. La brochure des produits « Perfect Family » distribuée aux consommateurs comprenait quantité d'articles promotionnels, comme des balles élastiques, des médaillons clignotants et des épinglettes à feuille d'érable de la CCT. Les 22 et 23 novembre, le CITM a accueilli 60 000 visiteurs.

2. On a finalisé les itinéraires améliorés « Perfect Family ». Ils couvrent la Colombie-Britannique, l'Alberta et l'Ontario. On ajoutera de nouveaux itinéraires dans la brochure modifiée et sur le site Web « Perfect Family ».

## À l'intention des médias

1. Projet « Rose Wedding » en Ontario, en collaboration avec la Société du Partenariat ontarien de marketing touristique (SPOMT), Tourisme Toronto et Tourisme Ottawa.

Du 9 au 17 octobre, près de 60 personnes se sont rendues au Canada dans le cadre du projet « Rose Wedding ». Le groupe tout entier comptait 13 nouveaux couples et plus de 40 personnes ayant participé à l'organisation du projet, y compris des employés de sohu.com, une équipe de la chaîne de télévision Shanghai TV, les commanditaires du projet RWF, des représentants officiels, l'organisateur du projet RWF et des représentants de l'agence CYTS de Shanghai. Les chutes Niagara et Niagara-on-the-Lake sont des destinations de renommée mondiale pour les mariages et les lunes de miel; elles sont aussi très prisées du public chinois.

La majorité des nouveaux couples étaient de fidèles téléspectateurs de l'émission « Date on Saturday ». Ils ont obtenu les renseignements sur la promotion des lunes de miel au Canada par l'entremise des publicités de l'organisateur du projet RWF dans les journaux locaux de Shanghai et des annonces diffusées pendant l'émission « Date on Saturday ».

Tout comme les médias, nos partenaires régionaux de l'Ontario ont réservé un accueil chaleureux à ces couples. La chaîne de télévision Canada TV ainsi que le quotidien local Ottawa Citizen, tous deux établis à Ottawa, ont interviewé les couples et ont immédiatement diffusé des nouvelles à leur sujet. Tous les couples étaient heureux et satisfaits de leur voyage au Canada. On a remis à chacun d'entre eux un exemplaire de la couverture médiatique qui leur avait été réservée dans le journal Ottawa Citizen.

2. Le président de la CCT, M. Steve Allan, a prononcé une allocution devant 300 étudiants et des représentants des principaux médias à l'East China Normal University, le 19 novembre dernier, dans le cadre d'un séminaire sur le tourisme canadien. C'était la première activité du genre en Chine. On verra à ce qu'elle se déroule sur d'autres campus.

3. Près de 40 représentants des médias ont participé aux événements du CITM, y compris la cérémonie d'ouverture du pavillon de la CCT, le 20 novembre, la tournée des kiosques et les entrevues amicales avec nos partenaires canadiens. Six représentants de la presse écrite, d'Internet, de la télévision et de la radio ont réalisé des entrevues en profondeur avec M. Steve Allan. Pour la CCT, la valeur totale de l'exposition aux médias dans le cadre du salon CITM se chiffre aux environs de 700 000 \$CAN.

4. Nous avons fait parvenir 700 calendriers de table aux journalistes de Beijing, de Shanghai et de Guangzhou qui ont diffusé des reportages sur les

événements de la CCT en 2008.

5. Au quatrième trimestre, nous avons publié des bulletins électroniques à l'intention des médias en collaboration avec Tourism British Columbia (TBC), Tourism Alberta (TAB), SPOMT et Tourisme Québec.

6. Nous en sommes à l'organisation des dîners de remerciement à l'intention des médias et à la planification de la remise de cadeaux aux principaux médias de Beijing, de Shanghai et de Guangzhou.

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

### **Environnement concurrentiel**

1. Activités commerciales australiennes - la Mission asiatique 2008 de l'Australie s'est rendue à Hong Kong et Shanghai à la fin septembre pour y rencontrer les principaux chefs d'entreprise et agents acheteurs venus de toute la Chine. La mission avait pour but d'améliorer les connaissances des acheteurs internationaux sur l'Australie et la compréhension qu'ils ont acquise de cette destination pour la tenue d'événements d'affaires. La Chine constitue le marché des voyages d'incitation le plus dynamique de l'Australie. De 2002 à 2007, le marché des voyages d'incitation chinois vers l'Australie a pratiquement triplé, enregistrant une hausse de 170 %.

2. Tourism Malaysia s'est associé à Yahoo et à MSN pour lancer sa campagne publicitaire en ligne, de septembre à décembre 2008, sur les marchés d'Asie du Sud et de l'Océanie.

Le ministère du Tourisme de la Malaisie dépensera 55,3 millions de dollars US pour l'exploitation de sa chaîne de télévision sur le Web en 2009. Les touristes qui désirent faire des réservations de voyages en ligne sur le site pourront regarder des émissions en direct. La Malaisie sera le premier pays à promouvoir son industrie touristique sur une chaîne de télévision Web.

3. Le conseil du tourisme de la Finlande a annoncé que le nombre de visiteurs en provenance de la Chine a augmenté de 16 % depuis le mois de juillet, pour s'établir à 52 000, et que les visiteurs chinois arrivent au second rang en ce qui concerne le magasinage. En 2009, on lancera un nouveau site Web ayant pour thème les merveilles de l'hiver (Winter Wonderland).

4. Florida Tourism a confié à Aviareps - Marketing Garden la prise en charge de ses bureaux de marketing en Chine. On s'apprête à lancer le site

[www.VISITFLORIDA.com](http://www.VISITFLORIDA.com).

5. De juin à octobre, 150 groupes de touristes se sont rendus aux États-Unis, ce qui représente environ 1 500 voyageurs. Le taux d'approbation de visa est de 90 % et les frais de dépôt par personne exigés par les agences de voyage sont de 100 000 CNY.

6. VisitBritain a commencé la promotion de son championnat English Football Premier League en Chine. Depuis le mois de novembre, les voyageurs peuvent accéder au site [www.visitbritain.com/football](http://www.visitbritain.com/football) pour réserver leurs billets.

7. En décembre, pendant une semaine, le conseil du tourisme de la France a tenu une tournée de présentation à Beijing, Shanghai et Guangzhou. Ces salons portaient sur les voyages à thème, à savoir les visites de vignobles, les RCVM, les voyages de golf et de magasinage.

8. L'Office du tourisme de la Corée rapporte qu'un groupe de 13 000 touristes, créé par Amway Chine, entreprendra un voyage de motivation en Corée en 2009. Les participants effectueront des croisières de Shanghai à Busan avec Royal Caribbean et Coasta Cruises. Le dîner de gala devrait générer au moins 7,36 millions de dollars US de bénéfices pour l'industrie touristique de la Corée.

### **Perspectives d'avenir**

1. Le trafic long-courrier risque fort de ralentir en raison de la crise financière.

2. On note une augmentation des forfaits combinés États-Unis et Canada depuis que les États-Unis ont obtenu le SDA.

3. Pour le moment, aucune nouvelle concernant d'autres pourparlers avec le gouvernement chinois pour l'obtention du SDA pour le Canada.