

# **Etudes des types de comportements de consommation des voyageurs à l'international en Chine**

Auteur: Groupe de travail sur les types de comportements de consommation des voyageurs à l'international en Chine

Editeur: Editions d'éducation au voyage

## **Résumé**

### **I. Progression de la transformation des voyages internationaux en Chine en véritable marché et environnement de ce marché**

Phases de développement de la progression du marché des voyages internationaux en Chine: les début de la formation du marché (de mars 1983 à 1997), phase d'augmentation constante (de mars 1997 à aujourd'hui). Eléments constituant un obstacle pour le développement des voyages internationaux en Chine: le niveau de revenu et de consommation des habitants, les restrictions dues à la politique du gouvernement.

### **II. Analyse des caractéristiques de la consommation de voyages internationaux des citoyens chinois**

1. Caractéristiques de la consommation des Chinois voyageant à l'étranger: Le marché des voyages internationaux est en train de grandir progressivement, les ménages à moyen revenu sont en train de devenir le noyau dur de ce type de consommation. Les jeunes et les personnes d'âge moyen possédant un niveau d'éducation de moyen à supérieur et un revenu assez élevé constituent aussi une part importante du marché.

2. Voyager à l'étranger n'est pas, la plupart du temps, une consommation isolée et la plupart des consommateurs de ce type de voyage partent à plusieurs reprises. Environ la moitié des voyageurs à l'international considèrent que, même si voyager à l'étranger reste assez cher, cela ne représente pas une dépense excessive.

3. Ces voyageurs obtiennent les informations dont ils ont besoin principalement par le biais de publicités passées dans des journaux ou des magazines. Le bouche à oreille joue également un rôle certain.

4. Le prix est un des facteurs déterminants dans le choix des produits qu'ils consomment. Au niveau du choix de l'agence de voyage, l'image de marque joue un rôle dominant.

5. Le but de ce genre de voyage est principalement la détente, la découverte, et le type de consommation le plus important est le shopping.

6. Les tendances futures du voyageur à l'international sont le recours à des agences de voyages, et la visite de sites touristiques qui constitue toujours une des préférences de la majorité des touristes lors de leur voyage, Les pays et régions développés sont les destinations préférées de la plupart de ces touristes.

### **III. Les tendances de l'évolution des comportements de consommation de voyages à l'étranger en Chine:**

1. Le marché des voyages internationaux va connaître un développement rapide mais ce type de voyage va rester un produit de consommation complexe.
2. Il existe une préférence pour les destinations lointaines.
3. Le prix reste un facteur important de décision pour les consommateurs potentiels.
4. Le but du voyage va passer du pur tourisme à la détente et au concept de vacances.
5. La manière de voyager sera déterminée par la distance de la destination et la situation personnelle du voyageur.
6. Le mode de sortie du territoire et sa durée vont connaître des transformations.
7. La capacité de consommation du marché des voyages vers l'étranger va passer d'une consommation artificiellement haute à une consommation élevée.
8. L'influence d'une culture faible va se transformer en une prise de conscience d'une culture forte.

#### **IV. Conclusions et Recommandations**

Conclusions:

1. Les voyages internationaux, jadis une activité coûteuse ciblant un groupe de personnes à revenu élevé, sont en train de se démocratiser et deviennent accessibles aux consommateurs à revenus moyens.
2. Les motifs de ces voyages internationaux ont changé.
3. Le shopping occupe une place importante dans les dépenses des touristes chinois.
4. Dans les conditions actuelles, les voyages de courte distance occupent encore une place importante.
5. Le prix reste un paramètre important qui influence le choix de la destination des touristes.
6. L'image de marque est une référence importante pour le touriste dans le choix de l'agence de voyage.
7. Le voyage en groupe tous frais compris reste la manière principale de voyager pour les touristes chinois à l'international.

Recommandations :

1. Recommandations aux entreprises du secteur touristique.  
Pour les entreprises chinoises : mettre en place une stratégie de management basée sur l'image de marque, réaliser une gestion multinationale basée sur la demande et les préférences des touristes.  
Pour les entreprises des pays ou régions de destination:  
Prêter attention aux besoins des touristes chinois, et développer de nouveaux produits en matière de voyage. Agir de concert avec le gouvernement et participer activement aux activités promotionnelles dans le pays d'arrivée. Augmenter la coopération avec les entreprises chinoises.

## 2. Recommandations aux gouvernements:

Pour le gouvernement chinois: savoir réguler au moment propice les mesures concernant l'industrie du tourisme international; promouvoir activement la mise en valeur des destinations touristiques. Relâcher progressivement les restrictions de type politique visant le marché du tourisme, ne cesser d'accroître les moyens de voyager à l'international. S'efforcer de créer un climat favorable au marché. Promouvoir l'application et la diffusion des sciences de l'information. Augmenter la coopération au niveau international.

Pour les gouvernements des pays ou régions d'arrivée: Ces pays d'arrivée doivent procéder à des choix quant à leur stratégie commerciale vis-à-vis du marché chinois. Améliorer l'environnement du pays ou de la région d'arrivée.

[Fin]

Groupe de travail sur les types de comportements de consommation des voyageurs à l'international en Chine,  
Editions d'éducation au voyage



<http://creativecommons.org/licenses/by-nd/2.0/fr/deed.fr>