



## Plan d'actions Hong-Kong

Un "petit" marché aux très grandes opportunités

Hong Kong est le 3e marché émetteur en matière de tourisme en Asie, 11e mondial, avec 25Mds de dollars de dépenses à l'étranger et 94,7 millions de départs dont 13 millions de départs aériens (en 2019).

### Chiffres clés

**3e**

marché émetteur de  
voyageurs en provenance  
d'Asie

**5Mds**

de dollars de dépenses à  
l'étranger

## En savoir plus sur les clientèles de ce marché

### Principales données économiques du marché

- Superficie : 1 104 km<sup>2</sup>
- Population : 7,47 millions
- Population urbaine : 100%
- Densité : 6930 hab/km<sup>2</sup> (4ème mondiale)
- Ville la plus chère du monde
- PIB : 370 Mds USD (2022)
- PIB/hab : 52 838 USD (2022)
- Taux de croissance 2022 : -3%,

### Positionnement de la destination France

Depuis le début de l'année 2023, le gouvernement hongkongais met fin à la politique Zéro Covid et lève toutes les restrictions. Toutes les frontières sont à nouveau ouvertes et les voyageurs hongkongais peuvent circuler librement.

Après la suppression des vols entre Paris et Hong Kong pendant toute la période de la pandémie, **Air France a rétabli cette connectivité quotidienne** depuis le 1er juillet 2023. **Cathay Pacific a quant à elle maintenu ses vols** entre la capitale française et Hong Kong et a augmenté ses fréquences depuis janvier 2023, passant de 3 à 5 vols par semaine.

Toutes ces bonnes nouvelles nous permettent d'observer une reprise des flux touristiques hongkongais vers la France.

### Principales motivations de séjour et mode de réservation

#### Profil des voyageurs

Afin de conforter la reprise du marché, Atout France adressera prioritairement **les Hongkongais les plus aisés, une clientèle de repeaters, de millenials et Gen X.** qui partiront en individuel ou par petit groupe de moins de 10 personnes (famille + amis).

Il s'agit d'une clientèle mature, expérimentée et exigeante, en quête d'expériences authentiques et non standardisées.

**La France jouit d'une image positive, et fait partie du top 3 des destinations européennes.**

Cette clientèle haute contribution est à la recherche d'expériences liées à la gastronomie, l'œnologie, la culture et apprécie particulièrement l'art de vivre à la française.

De plus en plus, elle est en quête de « slowtourism », un tourisme plus lent et plus vert.

#### Mode de réservation

Adeptes des nouvelles technologies, plus de 90% de la population hongkongaise possède un smartphone et passe en moyenne 1h57 par jour sur les réseaux sociaux. Cette ultra connectivité et cette dépendance à internet permet aux OTA (Klook, KKday, Trip.com...) de prendre des parts de marché considérables. Les habitudes de consommation changent et les voyageurs hongkongais prennent le temps de préparer leurs séjours à travers les réseaux sociaux et les différentes applications.

#### Activités favorites

A destination de ces cibles, sont principalement valorisés le tourisme culturel, les savoir-faire, l'œnotourisme, le slow tourisme et les vacances actives (ski, golf, cyclotourisme, randonnée etc.).

Sources : SER, ITE Hong Kong, estimations Atout France.

Il est désormais important de former et accompagner les professionnels TO et agences dans la promotion de nouvelles thématiques et destinations pour gagner de nouvelles parts de marché : Slow tourisme, autotour, tourisme sportif (ski, cyclotourisme, randonnée...)

### **Destinations**

Le repositionnement de la destination France passera par la **valorisation de destinations régionales en complément de Paris** via des actions de communication en ligne sur les réseaux sociaux (Facebook/Instagram) et en partenariat avec les OTA pour toucher les voyageurs individuels.

Les grands rendez-vous sportifs à venir comme Rugby 2023 et les JO Paris 2024 contribueront également efficacement à la relance de la destination.

# Le marché Hong-Kong en un clin d'oeil

## Chiffres clés | Marché

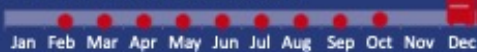
### HONG KONG

#### Quelques données économiques

- 7,41 MILLIONS d'habitants
- PIB 370 Mds USD
- 3% CROISSANCE de l'économie en 2022



#### Période de réservation



#### Principales destinations visitées en France



#### Taux de change

1 € = HK\$ 8,72

#### Données touristiques avant pandémie

13	MILLIONS de voyages à l'étranger (par voie aérienne)
25	MILLIARDS USD de dépenses à l'international
220	MILLE arrivées d'hongkongais en France
8	JOURS = Durée moyenne de séjour en EU

#### Profil voyageurs

La France est dans le top 3 des destinations européennes, devancée par UK et concurrencée par la Suisse et l'Italie

Clientèle expérimentée (2-3 voyages par an) et exigeante, en recherche d'expériences authentiques

Clientèle majoritairement autonome à plus de 66% (38% de FIT, 28% semi-FIT et 34% de groupe Max 10-15 pax).

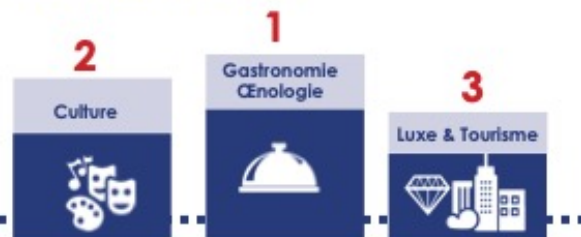
En moyenne 7 à 14 jours de congés payés en fonction de l'ancienneté + 17 jours fériés par an.

71% des visiteurs hongkongais ont entre 25-52 ans

90% possèdent un smartphone et passent en moyenne 24h par semaine sur internet

Habitudes de réservation: 68% en ligne, 13% en agence, 19% combi. 6 hongkongais sur 10 réservent l'aérien séparément des autres prestations.

#### TOP 3 des motivations de voyages en France



Contact marché Hong Kong | [albert.truong@atout-france.fr](mailto:albert.truong@atout-france.fr)

[www.atout-france.fr](http://www.atout-france.fr) | [www.france.fr](http://www.france.fr)

