RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

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. En 2024, Hong-Kong enregistre plus de 72 millions départs à l'étranger soit à 77 % du niveau de 2019.
En juillet le volume de départs à l'étranger atteignait 49,5 millions soit une progression de + 72,5% en année glissante .

Chiffres clés

3e
marché émetteur de voyageurs en provenance d'Asie

22,7 Mds
de dollars de dépenses à l'étranger

$3586.7
dépense touristique internationale par habitant

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

- Superficie : 1 104 km2
- Population : 7,47 millions
- Population urbaine :100%
- Densité : 6930 hab/km2 (4ème mondiale)
- Ville la plus chère du monde
- PIB/hab : USD 51000 (2023)
- PIB Taux de croissance 2023 :+ 3,2%

Positionnement de la destination France

Avec 2 vols quotidiens de Hong-Kong vers la capitale française, la capacite aérienne est rétablie à son niveau de 2019
Si les résidents de Hong Kong voyagent d'abord en Asie Pacifique pour leurs séjours internationaux, l'Europe se distingue ensuite comme destination privilégiée. La France se présente en 2ème position derrière le UK comme destination de choix.
Avec 2 vols quotidiens de Hong-Kong vers la capitale française, la capacite aérienne est rétablie à son niveau de 2019

Principales motivations de séjour et mode de réservation

Profil des voyageurs
Atout France s'adressera prioritairement **les Hongkongais les plus aisés, une clientèle de repeaters, de milléniaux et Gen X.** qui partiront en individuel ou par petit groupe de moins de 10 personnes (famille + amis).
En effet Hong-Kong se distingue comme le territoire de Chine avec la plus forte proportion (2% vs 0.6 pour l'ensemble de la Chine) d'ultra riches , soit disposant d'un patrimoine supérieur à 1.2 million d'euros.

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

Cette clientèle à 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
Adepte 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 considérable. 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 primordial 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.

Le marché Hong-Kong en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

HONG KONG

Taux de change

1 € = HK$ 8,72

Quelques données économiques

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

Données touristiques avant pandémie

13	MILLIONS de voyages à 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.

- 15% PRINTEMPS
- 15% AUTOMNE
- 50% ÉTÉ
- 20% HIVER dont Noël

Période de réservation

Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec

Principales destinations visitées en France

TOP 3 des motivations de voyages en France

1. Gastronomie Œnologie
2. Culture
3. Luxe & Tourisme

Contact marché Hong Kong | albert.truong@atout-france.fr

www.atout-france.fr | www.france.fr