

## Introduction

Parce qu'« une image vaut mille mots », c'est avec le cliché qui suit (figure I.1) que nous vous proposons de débiter cet ouvrage. Nous y observons la devanture du Sinothai, restaurant situé au cœur du bouillonnant quartier de Patong sur l'île de Phuket en Thaïlande que nous avons découvert il y a quelques années. En effet, lors d'un précédent terrain dédié à l'observation des pratiques des touristes chinois, nous n'avions pas pu passer à côté de cet établissement affichant complet en permanence, et ce, avec une clientèle quasi exclusivement chinoise. Il faut dire que le restaurant avait su s'attirer les faveurs de cette clientèle : une carte adaptée à son palais, des serveurs efficaces maîtrisant le mandarin, l'utilisation possible d'Alipay et de WeChat Pay, mais aussi et surtout, une ingénieuse mise en place de partenariats avec certains des plus grands voyagistes chinois encadrant les séjours de ces individus. C'est lors de la rédaction des dernières pages de cet ouvrage, en février 2023, que nous avons eu l'occasion de repasser dans cette rue connue sous le nom de Patong 3 et de constater la fin d'activité de ce lieu devenu une institution pour des milliers de voyageurs chinois souhaitant retrouver des saveurs bien de chez eux. En 2019, la Thaïlande avait accueilli près de 40 millions de visiteurs dont 28 % en provenance de Chine continentale, son premier marché. Ce n'est donc pas moins de 543 milliards de bahts (environ 15 milliards d'euros) de recettes touristiques annuelles (Industry Team 2023) qui n'auront pas été injectés dans l'économie locale du pays, et ce, depuis que la Chine a décidé d'imposer des restrictions strictes empêchant ses citoyens de quitter ses frontières en janvier 2020<sup>1</sup>. C'est ainsi que, dans les hauts lieux touristiques devenus

---

1. Petit rappel des événements : la ville de Wuhan a été fermée le 23 janvier 2020 pour 76 jours au total afin de contrôler la propagation du virus. Par la suite, la Chine s'est totalement coupée du reste du monde : limitation du nombre de vols internationaux entrant sur son sol, contrôle drastique des entrées avec des quarantaines s'étendant parfois jusqu'à un mois, mise en pause des démarches administratives permettant la création/le renouvellement d'un passeport, interdiction de partir à l'étranger pour ses citoyens sauf cas particuliers tels que missions professionnelles, études à l'étranger ou urgence familiale.

fortement dépendants de ce tourisme chinois tel que Phuket, Koh Samui ou Chiang Mai, d'innombrables PME, semblables à Sinothaï, ont dû mettre la clef sous la porte.



**Figure I.1.** *Le restaurant Sinothaï disponible à la location (d'après Meng Li, février 2023)*

Cet exemple illustre l'importance acquise progressivement par ces flux touristiques en provenance de Chine qui touchaient, jusqu'à cet arrêt brutal, une grande partie du globe. En 2019, 155 millions de visiteurs avaient effectué près de 170 millions de déplacements internationaux qui avaient généré près de 255 milliards de dollars de dépenses touristiques<sup>2</sup>. La Chine était alors selon l'Organisation mondiale du tourisme<sup>3</sup>, et ce, depuis 2013, le premier pays émetteur de touristes dans le monde, et celui générant le plus de recettes du secteur. Ces records ont été atteints alors même que le phénomène touristique chinois n'a réellement débuté que dans les années 1980 et qu'il ne s'est réellement démocratisé qu'à partir du nouveau millénaire. Cette ascension est allée de pair avec le fulgurant développement économique du pays, devenu

---

2. À noter que près de 40 % de ces flux sont à destination de la grande Chine. Nous y reviendrons par la suite.

3. Cependant, les statistiques de l'OMT distinguent les deux territoires de Macao et de Hong Kong, et donc les flux avec le Mainland sont pris en compte au titre du tourisme international, alors qu'en principe la distinction n'est établie que dans le cas d'une discontinuité territoriale, par exemple entre les départements d'outre-mer et la France en Europe.

deuxième puissance derrière les États-Unis, selon le PNB global, et son ambition de changer un ordre mondial jusque-là dominé par les démocraties libérales occidentales. C'est ici que se trouve l'importance d'aller à la compréhension de ce tourisme émetteur chinois et donc que cet ouvrage prend tout son sens : si la naissance du « tourisme moderne<sup>4</sup> » s'articule autour de l'émancipation d'un individu exerçant son libre arbitre dans la mise en place de ses projets de voyage, le fait touristique chinois s'est lui construit au sein du modèle « socialiste aux caractéristiques chinoises » dans lequel l'État-parti tout puissant s'observe à travers toutes les facettes de la société. Attention, loin de nous l'idée de dire que ces dizaines de millions de départs à l'étranger se font totalement sous l'étroite supervision des autorités. La réalité est bien plus complexe et plurielle. En effet, le tourisme international chinois revêt plusieurs visages et c'est ce que nous allons illustrer en l'analysant dans son ensemble, des mécanismes ayant lieu au sein du territoire aux déroulements des séjours de ses protagonistes au-delà des frontières, et ce, aussi bien dans les destinations prisées d'Asie du Sud-Est qu'au cœur de l'Europe.

Rédigé par trois géographes, ce livre a été pensé selon une logique spatiale et a ainsi été divisé en trois parties bien distinctes reposant sur les connaissances acquises au cours des trois terrains inédits réalisés par chacun des auteurs<sup>5</sup>. Tout d'abord, Maxime Dejean nous plongera au sein des principaux foyers émetteurs de la République populaire de Chine, là où les projets de voyage sont conçus et préparés par les entreprises du secteur tout en étant aussi supervisés par un régime veillant à ne pas en perdre le contrôle. Après un premier chapitre général amenant à la compréhension d'un système touristique construit aussi bien pour répondre à une demande de la population qu'aux aspirations idéologiques du régime, il nous amènera à Wuhan, ville désormais bien connue du monde entier, pour une immersion au sein de son marché des voyageurs dans lequel seront mis en lumière les mécanismes ayant cours en amont des départs vers l'étranger. Meng Li nous fera voyager 4 000 kilomètres plus au sud, sur l'île de Phuket en Thaïlande, pays le plus fréquenté par les touristes chinois. Elle nous montrera comment les acteurs locaux, essentiellement issus de la diaspora chinoise, se sont approprié ce marché et se sont adaptés à un tourisme qui, il y a quelques années, était encore essentiellement supervisé de Chine par de grandes enseignes de voyageurs spécialisés dans l'assemblage de circuits standardisés. Enfin, dans une troisième et dernière partie, Marine L'Hostis nous guidera vers la compréhension d'une destination lointaine et bien plus exotique aux yeux des touristes de l'empire du

---

4. Nous reprenons ici cette expression, car largement utilisée en Chine, qui peut être discutable. En effet, elle sous-entend que les voyages des lettrés, tels que ceux de Xu Xiake (徐霞客) au XVII<sup>e</sup> siècle, étaient assimilés à du tourisme.

5. Ces différents travaux, ayant été réalisés sur de longues années, seront présentés en détail au cours de l'introduction des parties respectives de chaque auteur.

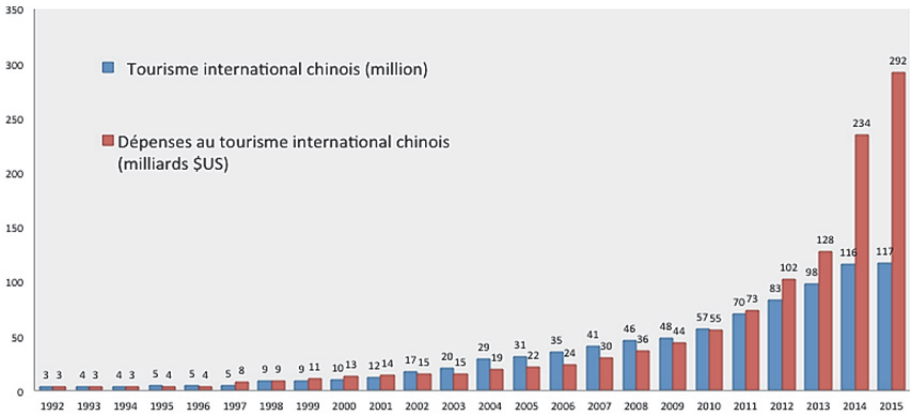
Milieu : la France. Rendu accessible dès 2004 par des accords y autorisant l'arrivée de groupes touristiques strictement encadrés, son territoire est aujourd'hui également prisé par des individus bien plus autonomes en quête d'altérité et d'expériences immersives. Le chapitre 5 reviendra sur les processus conduisant les Chinois à acquérir des compétences touristiques et à s'émanciper des groupes organisés. Le chapitre 6 analysera les représentations associées à la France par les touristes et les pratiques dans lesquelles elles s'actualisent, puis le chapitre 7 s'intéressera à la diffusion spatiale du tourisme chinois en France.

Nous avons voulu cette introduction brève, et ce pour une simple et bonne raison : nous devons la compléter par un rapide état des lieux du tourisme international chinois dans la période antérieure à la pandémie de la Covid. Ce préambule aura tout d'abord une dimension historique en rappelant les grandes étapes de l'émergence du phénomène touristique dans un environnement politique chinois qui lui confère toute sa spécificité. Il sera ensuite géographique afin d'illustrer concrètement comment cette histoire a modelé les 170 millions de flux touristiques enregistrés en 2019. Cette étape est primordiale pour mettre en contexte et faciliter la compréhension de chacune des parties à venir.

## Historique du développement du tourisme émetteur chinois

De 1949 et la proclamation de la République populaire de Chine jusqu'aux réformes de 1978, suite à la mort de Mao, la Chine a connu une période délibérée de trente années de « non-tourisme » (Li et Sofield 2011). Cette période a vu le pays se fermer complètement et le tourisme être classé comme une activité bourgeoise ne respectant pas la pensée communiste. Les déplacements aussi bien à l'intérieur – avec la mise en place du système de Hukou, le document d'identité attachant un citoyen à sa ville et rendant presque impossibles les déplacements en dehors de son lieu de résidence jusqu'aux années 1980 – qu'à l'extérieur du pays ont été complètement bannis à quelques exceptions près pour des diplomates, cadres et « bons fonctionnaires » du Parti (Li et Sofield 1994). Pour un citoyen ordinaire, rien que le fait d'émettre le désir de voyager à l'étranger l'aurait fait passer pour un traître au pays avec les conséquences que l'on peut imaginer (Gerstlacher et *al.* 1991). Ce n'est qu'en 1978 avec la prise du pouvoir par Deng Xiaoping et le début de ses réformes de modernisation du pays que les choses ont évolué et que le pays a pu entamer les transformations qui lui ont permis de devenir en 35 ans le premier pays du tourisme international aussi bien en matière de flux que de recettes générées (figure I.2).

Ce développement s'est déroulé autour de quatre phases bien distinctes que nous allons maintenant présenter.



**Figure I.2.** Le tourisme international chinois : arrivées et dépenses (1992-2015) ((CNTA 2016) et (OMT 2015), d'après Meng Li)

### De 1983 à 1997 : visites aux proches et aux amis dans le monde chinois

Au cours de cette période, la Chine a progressivement levé les restrictions de voyage pour permettre à ses citoyens de se rendre à l'étranger et de rendre visite à leurs familles et amis. Cette politique a commencé à être mise en place en 1983 avec des voyages organisés vers Hong Kong et Macao pour les habitants de la province du Guangdong, avant d'être étendue à d'autres régions *via* l'agence de voyages China Travel Services. À partir de 1988, cette autorisation des voyages VFR<sup>6</sup> s'est étendue aux destinations d'Asie du Sud-Est, haut lieu de la diaspora chinoise, avec la possibilité de se rendre en Thaïlande, à Singapour, en Malaisie et aux Philippines. Il est à noter que ces voyages étaient strictement encadrés et nécessitaient une lettre d'invitation et un financement sur place par les proches visités. Parallèlement, les autorités ont permis des excursions transfrontalières d'une journée vers Sinuiju en Corée du Nord. Bien qu'anecdotique en termes de nombre de visiteurs, cette démarche témoigne d'une stratégie politique qui caractérisera le tourisme émetteur jusqu'aujourd'hui : un encouragement des flux vers les pays « amis ».

Au terme de ces quinze premières années d'ouverture, ce sont près de cinq millions de personnes qui auront pu visiter ces destinations et ainsi avoir un premier accès au

6. VFR pour *Visiting Friends and Relatives* ou, en français, les visites aux proches.

monde extérieur. Bien que ces voyages n'aient concerné qu'une minorité de privilégiés, ces derniers étaient les pionniers d'une Chine qui s'ouvrait sur le monde et faisait ses premiers pas vers une économie de marché.

### ***De 1997 à 2005 : les premiers voyages officiels pour le plaisir***

Fidèle au concept d'« avancée pierre par pierre » et considérant cette première expérience concluante, l'État-parti a très rapidement accéléré les mesures favorisant les déplacements touristiques de ses citoyens et cela aussi bien au sein de son territoire qu'à l'international. En 1997, la CNTA (Chinese National Tourism Association) et le ministère de la Sécurité publique ont promulgué conjointement une série de mesures autorisant les voyages internationaux des citoyens chinois à leurs propres frais, mettant ainsi un terme aux VFR ayant rythmé la première période. Pour le remplacer, c'est une démarche lancée en 1995 qui devient réellement effective : la mise en place du système ADS<sup>7</sup>. Les visites auparavant annoncées comme familiales deviennent ainsi officiellement touristiques. Elles se font dans le cadre d'accords négociés avec la Chine par les destinations pour recevoir des voyages organisés en groupe qui doivent être exclusivement assemblés et encadrés par un voyageur chinois agréé. Ainsi toutes les destinations précédemment autorisées ont automatiquement obtenu ce statut et d'autres sont venus progressivement s'y ajouter : la Corée du Sud (en 1998), l'Australie et la Nouvelle-Zélande (1999), le Japon (2000), le Vietnam (2001), etc. Fin 2004, ce n'était pas moins de 57 pays, dont ceux de l'espace Schengen, qui avaient signé un accord ADS avec la République populaire de Chine.

Bénéficiant de temps libre grâce à la première loi de 1999 instaurant des congés payés nationaux<sup>8</sup> et étant les premières à bénéficier des retombées d'une croissance économique à deux chiffres pendant plus d'une décennie, les populations des grandes villes littorales ont été les premières à partir. Pendant cette période, qui a posé les bases du tourisme émetteur chinois, près de 30 millions de personnes ont voyagé à l'étranger.

### ***De 2005 à 2011 : entrée dans l'ère moderne***

Le tourisme émetteur chinois, après vingt années de développement et de mesures successives permettant de l'encourager tout en l'encadrant, est devenu bien plus

---

7. Acronyme de *Approved Destination Status*. Nous y reviendrons plus en détail par la suite.

8. Initialement, trois « semaines d'or » (黄金周) étaient offertes à tous les citoyens : la semaine du premier octobre (fête nationale), une semaine entre janvier et février (correspondant à la nouvelle année lunaire) et une dernière pour le premier mai.

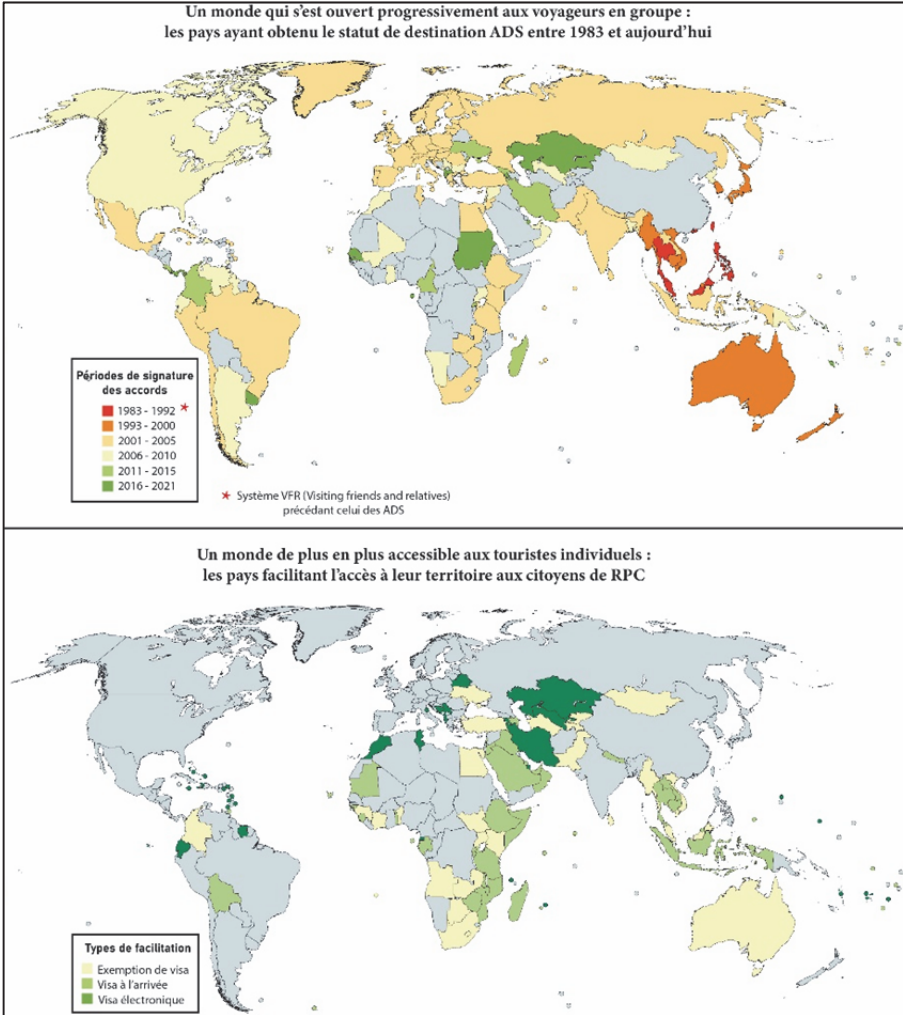
mature. Le monde est devenu bien plus accessible et voyager à l'étranger est rentré dans les mœurs.

Cette période voit, dans la continuité de ce qui a été fait précédemment, une restructuration des vacances nationales démultipliant les longs week-ends (au détriment de la semaine chômée du 1<sup>er</sup> mai), mais surtout la possibilité pour les employés d'avoir de réels congés payés à prendre au cours de l'année. Accompagnant ce nouvel encouragement à consacrer son temps libre à la pratique du tourisme, le monde a continué de s'ouvrir aux citoyens chinois : ce ne sont pas moins de 49 pays qui ont obtenu le statut ADS pour pouvoir les accueillir. La signature d'un accord de coopération touristique par les États-Unis en 2008, pays y étant réticent de longues années par peur d'une immigration clandestine, illustre parfaitement cette tendance générale. En effet, avec un nombre de voyageurs en croissance de près de 20 % chaque année et ayant dépassé la barre des 70 millions en 2011, les destinations mondiales espèrent toutes désormais séduire cette nouvelle clientèle. Ces dernières ont donc ouvert des bureaux de promotion touristique dans les grandes villes chinoises, on en dénombrait déjà 23 en 2007 (Tse et Hobson 2008), pour promouvoir les attraits touristiques de leurs territoires conjointement avec les pouvoirs locaux, mais aussi pour comprendre la demande locale et ainsi proposer des produits adaptés. Ce dernier point n'est pas anodin, car une transition était en cours au sein des grandes villes littorales : l'émergence d'un tourisme individuel.

### ***De 2012 jusqu'à la fin de 2019 : affirmation du statut de grande puissance touristique et transformation du marché***

La dernière décennie a vu la Chine s'affirmer comme acteur majeur du tourisme international, rôle dont les autorités ont pleinement pris conscience et qu'elles assument ouvertement.

Entre 2012 et 2013, la Chine dépassa les États-Unis et l'Allemagne respectivement en termes de recettes engendrées par les voyages de ses touristes et par le nombre d'individus franchissant les frontières. C'est en ce moment opportun que le président chinois Xi Jinping, fraîchement arrivé au pouvoir, a souligné le potentiel du tourisme émetteur dans son discours lors de la conférence annuelle du Forum pour l'Asie à Bo'ao sur l'île de Hainan. Ce fait, pouvant sembler anecdotique au premier abord, revêt une importance primordiale : c'était la première fois dans l'histoire du pays qu'un *leader* du parti parlait officiellement et positivement du tourisme chinois émetteur à l'échelle internationale. Ce signal fort allait encourager aussi bien les entrepreneurs du secteur, désormais confiants dans le futur, à développer leurs affaires que les cadres du parti de tous niveaux à créer un environnement favorable à la croissance de l'activité.



**Figure I.3.** L'accès au monde pour un citoyen de RPC (d'après Maxime Dejean)

Suivant cette dynamique, le marché touristique s'est peu à peu transformé. Les nouvelles générations, plus enclines à évoluer de manière autonome en dehors des frontières, ont atteint l'âge adulte et ont commencé à voyager en grand nombre, remplaçant peu à peu les générations précédentes au sein de ces millions de flux internationaux. En 2019, l'OMT a dénombré près de 170 millions de déplacements touristiques en provenance de Chine et ces derniers touchaient désormais la quasi-totalité des pays du monde. 134 États avaient signé un accord ADS avec la République populaire de



Chine et un grand nombre d'entre eux avaient fait évoluer leur politique de visa pour faciliter l'entrée sur leur territoire des touristes individuels (figure I.3). Les quelques mois précédant le début de la pandémie, le citoyen chinois détenteur d'un passeport ordinaire avait accès à 74 pays<sup>9</sup> avec une démarche simplifiée (aucun visa, visa à l'arrivée ou e-visa réalisable en quelques clics). L'index Henley, permettant de calculer la « puissance » d'un passeport selon les destinations auxquelles il donne accès, nous montre que la Chine, alors classée 94<sup>e</sup> en 2015, avait désormais la 70<sup>e</sup> place.

## Les destinations de ce tourisme

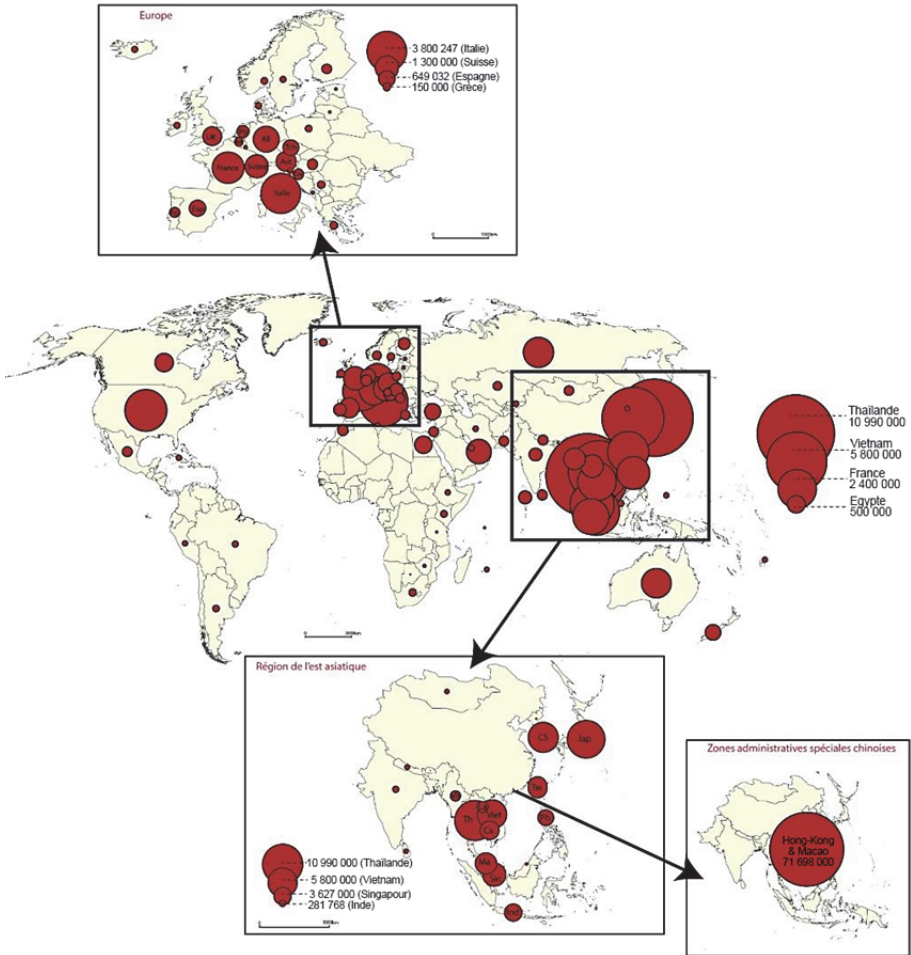
Après avoir observé comment le monde s'est progressivement ouvert aux voyages touristiques de la population chinoise, nous vous proposons désormais un aperçu global de la nature de ces flux en 2019. Cet état des lieux est le dernier en date avant les trois années de pause liées à la pandémie de Covid-19 et est donc essentiel pour comprendre le tourisme émetteur chinois et appréhender son évolution future. Reposant sur une veille recensant tous les chiffres communiqués par les organismes statistiques des états du monde, ce document synthétique est, à notre connaissance, le plus complet à ce jour<sup>10</sup>. Cartographiés pour être mis en évidence (figure I.4), nous nous apercevons que ces 170 millions de flux touristiques sont essentiellement à destination de l'Asie. En effet, les voyages internationaux chinois ne font pas exception à ce qui a été constaté dans le reste du monde : c'est avant tout un tourisme de proximité. Néanmoins, ces déplacements dans les pays frontaliers se distinguent par le fait qu'ils touchent en grande partie les régions administratives spéciales chinoises. Bien que ces zones géographiques soient revenues sous la gouvernance chinoise en 1997 pour Hong Kong et en 1999 pour Macao, un document de voyage est toujours nécessaire pour s'y rendre, et tout déplacement à l'intérieur de ces zones est comptabilisé par Pékin comme un « voyage international<sup>11</sup> ». En ajoutant l'île de Taïwan (qui compte 2,7 millions de déplacements touristiques) pour englober les territoires de « la grande Chine », près de 43 % des flux touristiques chinois ont lieu à l'intérieur de cet espace géographique<sup>12</sup>.

9. Notons que la carte a été réalisée à partir de données actualisées fin 2022 alors que le texte présente la réalité telle qu'elle était en décembre 2019.

10. Vous y retrouverez la méthodologie et les chiffres détaillés pays par pays dans la thèse de Maxime Dejean (Dejean 2021).

11. Il est d'ailleurs intéressant de noter que dans tout aéroport chinois, les départs vers Hong Kong et Macao se déroulent dans les terminaux internationaux.

12. Bien que semblant importante, cette proportion des départs vers la grande Chine faiblit d'année en année au profit du reste du monde. Ces territoires recevaient 80 % des départs en 2005, environ 65 % en 2012 et à peine plus de 40 % en 2019.



**Figure I.4.** Les arrivées chinoises à travers le monde en 2019  
 (hors régions administratives spéciales)  
 (conçu et réalisé par Maxime Dejean)

Attardons-nous désormais sur les près de 97 millions de déplacements touristiques restants qui desservent le reste du globe. Le continent asiatique concentre l'essentiel des arrivées et 7 des 10 des pays les plus fréquentés par les touristes chinois. La Thaïlande et le Japon sont les deux grands bénéficiaires de ce tourisme en recevant respectivement 11 et 9,6 millions de visiteurs. Viennent ensuite la Corée du Sud et le Vietnam avec des arrivées annuelles atteignant les 6 millions. La ville-état de Singapour

(3,6 millions) et le pays l'accueillant, la Malaisie (3,1 millions), complètent ce palmarès dominé par l'Asie des six principales destinations du tourisme émetteur chinois. Le Cambodge, les Philippines et l'Indonésie, avec des arrivées comprises entre 1,7 et 2,3 millions d'individus, restent parmi les 15 destinations les plus populaires. Si les deux premières ont connu un engouement certain à partir de 2015, l'Indonésie a vu sa fréquentation baisser suite aux attentats de 2016. Enfin, le Laos et la Birmanie, bien qu'affichant des chiffres bien moins importants (autour de 800 000), sont devenus eux aussi des destinations à la popularité grandissante. Après trente années d'ouverture de l'Asie du Sud-Est au tourisme, ces pays deviennent des alternatives attrayantes aux destinations proches « incontournables » qu'un grand nombre de voyageurs ont déjà pu visiter. De ce fait, on notera également les croissances de fréquentation pour le Sri Lanka et l'archipel voisin des Maldives qui apparaissent comme des destinations nouvelles aux yeux des touristes chinois.

Après l'Asie, l'Europe est le deuxième continent le plus visité au monde. Depuis la mise en place des accords ADS en 2004, qui ont facilité l'accès à cette région géographique, l'Italie et la France restent les deux destinations les plus populaires, ayant accueilli respectivement 3<sup>13</sup> et 2,4 millions de visiteurs en 2019. D'autres destinations importantes en Europe comprennent, classées par ordre d'importance, l'Allemagne (1,6 million), la Russie (1,5 million), la Suisse (1,3 million), l'Autriche (973 000), le Royaume-Uni (883 000) et l'Espagne (650 000). Il convient de noter que de 40 à 50 % des voyageurs chinois se rendant en Europe le font encore *via* des circuits multides-tinations. Les grands voyagistes proposent souvent des circuits remontant de l'Italie vers la France en passant par la Suisse. Il est important de souligner que la totalité de l'espace européen est désormais fréquentée. Cette diffusion du tourisme s'est réalisée progressivement et deux tendances ont marqué la dernière décennie : un engouement pour les pays d'Europe du Nord à partir de 2012 (la Norvège a comptabilisé 450 000 arrivées en 2019) et un intérêt croissant pour les pays d'Europe de l'Est et des Balkans à partir de 2018.

Outre les deux destinations majeures mentionnées, qui attirent la majorité des voyages en provenance de Chine continentale, trois autres régions se distinguent. Tout d'abord, l'Amérique du Nord, en particulier les États-Unis qui restent le premier pays non asiatique le plus visité, avec 2,8 millions d'arrivées, malgré la guerre commerciale entamée par Donald Trump en 2018 qui a entraîné une tension entre les deux pays.

---

13. Officiellement, l'Italie annonce 3,8 millions d'arrivées, mais ce chiffre semble largement surestimé. Le pays réalisant ses statistiques en regroupant celles des bureaux régionaux, les touristes, notamment ceux en provenance de Chine qui effectuent de grandes distances durant leur séjour, sont comptabilisés plusieurs fois (Santori 2017). D'après plusieurs chercheurs et cabinets d'études, les arrivées réelles seraient comprises entre 2,5 et 3 millions.

Le Canada, également en froid avec la Chine depuis l'affaire Huawei<sup>14</sup>, est toujours une destination relativement importante avec 737 000 visiteurs. Deuxièmement, l'Océanie accueille environ 2 millions de visiteurs, principalement en Australie (1,4 million) et en Nouvelle-Zélande (400 000). Depuis 2015, cette région connaît une nouvelle tendance avec l'essor des voyages individuels en voiture : l'autotour. Enfin, le Moyen-Orient a vu sa popularité augmenter grâce à la ville de Dubaï, qui est devenue une destination prisée depuis l'instauration de nombreux vols directs à partir de 2015. Avec son million de visiteurs, elle est devenue le pôle majeur de ce tourisme chinois vers cette partie du monde à côté de destinations déjà populaires depuis de longues années comme l'Égypte (500 000) et la Turquie (436 000).

L'Afrique et l'Amérique latine restent les deux territoires encore oubliés par les voyageurs chinois. Toutefois, pour l'Afrique, les choses sont en train de changer. Le continent commence à attirer l'attention des voyageurs, notamment les plus fortunés d'entre eux qui le perçoivent comme « la frontière finale »<sup>15</sup>. Les destinations les plus populaires sont l'Afrique du Sud, mise en lumière par la Coupe du monde de football de 2010, le Kenya, que les grandes enseignes de voyagistes proposent pour des safaris relativement bon marché, et le Maroc, dont la popularité a explosé en 2016 grâce à une exemption de visa pour les citoyens chinois. Malgré cela, le nombre de voyages vers ces immenses territoires reste très faible (moins d'un million en 2019) bien que cela devrait être amené à changer avec une volonté de mettre en valeur cet immense territoire, hautement stratégique pour Pékin, à travers de grandes campagnes médiatiques. L'Amérique latine, quant à elle, reste encore presque vierge de voyageurs chinois en raison, principalement, d'une accessibilité très difficile de son territoire.

**Que savons-nous de ces dizaines de millions de touristes ayant parcouru le monde prépandémie ?**

Ils viennent essentiellement des grands centres urbains de tout le pays, et ce, désormais aussi bien dans les riches provinces littorales que celles de l'intérieur du pays. Leurs origines géographiques influent sur leurs pratiques touristiques et le mode d'organisation de leurs voyages : les individus originaires des provinces de l'est, qui sont plus développées et ouvertes sur le monde depuis plus longtemps, ont tendance à vouloir découvrir de nouvelles destinations de manière plus autonome, grâce à un capital touristique plus conséquent.

14. La justice canadienne, suite à une demande américaine, a placé en détention Meng Wanzhou, la directrice financière du groupe et fille du fondateur, suite à une accusation de contournement de l'interdiction de faire des affaires avec l'Iran. En représailles, la Chine a enfermé deux hommes d'affaires canadiens sur son territoire, Michael Spavor et Michael Kovrig, sous prétexte d'être impliqués dans des affaires d'espionnage.

15. Voir le très intéressant rapport Hurun étudiant les pratiques et les envies en matière de voyages des populations possédant les plus hauts revenus du pays (Hurun 2018).

En revanche, les habitants des provinces de l'intérieur préfèrent les circuits organisés en groupe pour faire face à une altérité à laquelle ils ne sont pas encore très habitués. En 2019, la plupart des touristes chinois qui voyagent à l'international étant âgés de 18 à 40 ans, ces différences liées à l'origine géographique tendaient à se réduire. En effet, ces nouvelles générations ont grandi dans une Chine qui leur a offert la possibilité de faire des études supérieures, de maîtriser une langue étrangère tout en disposant d'un budget conséquent pour les loisirs<sup>16</sup>. À cela, il faut rajouter le fait de vivre au sein d'une société chinoise ayant embrassé une modernité technologique<sup>17</sup> simplifiant grandement l'organisation et le déroulement des voyages partout dans le monde : accès à de nombreux infomédiaires performants, programme d'IA réalisant en quelques clics les itinéraires à l'étranger, applications de traduction éprouvées et prestataires de services touristiques en ligne en langue chinoise. Ces évolutions ont pour effet de rendre les individus de plus en plus égaux dans leur rapport à l'altérité, qu'ils soient originaires de Pékin ou de Wuhan. Cela se traduit par les dernières statistiques sur les touristes chinois en France, où 60 % d'entre eux, toutes origines confondues, voyageaient désormais individuellement. Attrait pour la gastronomie locale (WTCF et Ipsos 2018 ; Qyer et Iresearch 2020), recherche d'activités immersives (Mc Kinsey 2018 ; Atout France 2019), utilisation des transports publics (Unionpay International 2019) et location de voitures individuelles (Zuzuche et Analysys 2018) : tout montre que, pour ces nouveaux voyageurs, la pratique du tourisme dans des destinations, autrefois perçues comme très « exotiques », a été rendue bien plus aisée. Si l'image d'un touriste chinois arpentant le monde en autocar et suivant de près un guide aux couleurs d'une grande enseigne était toujours partiellement vraie, il est important de comprendre que le tourisme émetteur revêt désormais de nombreux visages.

### Encadré I.1. *Que savons-nous de ces touristes ?*

Car « le voyage de mille lieues commence par un pas<sup>18</sup> », c'est en territoire chinois que nous vous proposons de débiter ce périple, qui va vous amener de Wuhan jusqu'à Nice, pour comprendre le tourisme émetteur chinois.

16. Ces constats ont été permis grâce aux *big data* des principales entreprises touristiques chinoises. On les vérifie aussi bien chez le voyageur Caissa (WTCF et Ipsos 2018), les tour-opérateurs en ligne Ctrip (Ctrip 2019) et Fliggy (CBNDATA et Fliggy 2018) que chez les organismes de paiement Unionpay (Unionpay International 2019) et Alipay (Nielsen et Alipay 2020) ou encore l'infomédiaire Qyer (Qyer et Iresearch 2020). Tous les cinq ont à leur disposition une base de données analysant les profils de dizaines de millions d'individus ayant voyagé internationalement.

17. Nous reviendrons sur l'adoption rapide, suite à un appui de la politique du pays, des nouvelles technologies numériques et cette ultraconnectivité des touristes chinois au cours de la partie I de cet ouvrage.

18. « 千里之行，始于足下 » est un célèbre proverbe de Lao Tseu rappelant de commencer par le commencement, même si l'objectif final semble éloigné et difficile à atteindre.