

L'accueil des hôtes chinois en Suisse



Impressum

Editeur

HotellerieSuisse, Berne, et
Suisse Tourisme, Zurich

Conception

xamt franziska liechti, Wabern
www.bloomidentity.ch, Berne

Impression

Stämpfli SA, Berne

Photos

Suisse Tourisme:
Nicholas Iliano, couverture, p. 19;
Beat Brechbühl p. 20;
Andre Meier p. 27
Shutterstock.com: p. 10
unsplash.com: p. 4
iStockphoto.com: p. 1, 6, 9, 12, 16,
29, 30

Langues

Français, allemand, anglais

Berne, novembre 2019



- 4 Avant-propos**
- 6 Informations générales sur la République populaire de Chine**
Un peu d'histoire, Economie
- 10 Particularités de la culture chinoise**
Philosophie, Confucianisme, Taoïsme, Relations sociales, Harmonie
- 12 Une langue qui ne manque pas de caractère**
Nom de famille, S'adapter à la langue
- 14 Etiquette des affaires**
Une vision à long terme, L'attitude personnelle, un élément qui compte, La Chine en mutation, En conclusion, Bon à savoir
- 18 Questions à Simon Bosshart**
Suisse Tourisme, directeur Chine/Asie-Pacifique/Global Accounts
- 20 Les Chinois en voyage**
Forte progression des voyages à l'étranger, Voyages en groupe vs voyages individuels, La Suisse, destination prisée, Bon à savoir, Profil des touristes chinois en Suisse

24 L'hospitalité suisse envers les hôtes chinois

Un pilier de la culture chinoise, Les attentes des hôtes chinois, Bon à savoir

24 Activités de loisirs

Une notion largement inconnue, Bon à savoir, Shopping et moments de partage: loisirs favoris des Chinois, Des emplettes tout autour du monde, Paiement mobile

28 Questions à Susu

Influenceuse de voyages

30 Habitudes alimentaires

Une tradition ancestrale, Les plaisirs gourmands sont des moments forts des vacances, Boissons favorites, Bon à savoir

33 Adresses utiles



Avant-propos

Quelle joie que d'accueillir des amis venus de loin!

Pour tout hôtelier, l'hospitalité envers les visiteurs d'ici et d'ailleurs est une chose qui va de soi. Lorsque les hôtes viennent de contrées lointaines, il est toujours bon de connaître un peu leur culture afin d'éviter les malentendus et d'orchestrer un séjour parfait. C'est là précisément le propos de cette brochure. Entre 2012 et 2018, le nombre de nuitées de la clientèle chinoise¹ en Suisse a augmenté de

83% (sans Hong-Kong) et il faut s'attendre à ce que le nombre de touristes chinois reste élevé à l'avenir. La classe moyenne chinoise, friande de voyages, se développe, les conditions régissant l'obtention d'un passeport et la sortie de devises sont devenues beaucoup plus souples. De plus, depuis 2013, des périodes de vacances de plus en plus flexibles sont introduites pour éviter que le pays tout entier ne prenne ses vacances au même moment. Cette flexibilité en matière de vacances devrait s'étendre à tout le pays d'ici à 2020. De nouvelles impulsions sont ainsi données au tourisme étranger. Les Chinois voyagent certes encore toujours en groupes et passent rapidement d'une destination à l'autre, mais le tourisme individuel gagne du terrain. L'approche plus lente et plus profonde d'un pays complète, voire remplace de plus en plus le voyage éclair à travers l'Europe chez certains groupes cibles et dans quelques régions de provenance. Une nouvelle génération plus ouverte au monde découvre le plaisir des voyages, et ces touristes d'un genre nouveau affichent un intérêt plus marqué pour les particularités locales et la culture du pays visité.

Remaniée conjointement par HotellerieSuisse et Suisse Tourisme, la brochure «L'accueil des hôtes chinois en Suisse» (1^{re} édition 2004) vous livre des informations de fond sur l'empire du Milieu et vous prépare à accueillir vos hôtes au plus près de leurs besoins. Outre quelques renseignements utiles sur la culture et les habitudes de vos hôtes, vous y trouverez une série de conseils pratiques pour les recevoir comme il se doit. Nous vous souhaitons une bonne lecture et de belles rencontres avec vos clients du monde entier.



1



2

1 Claude Meier

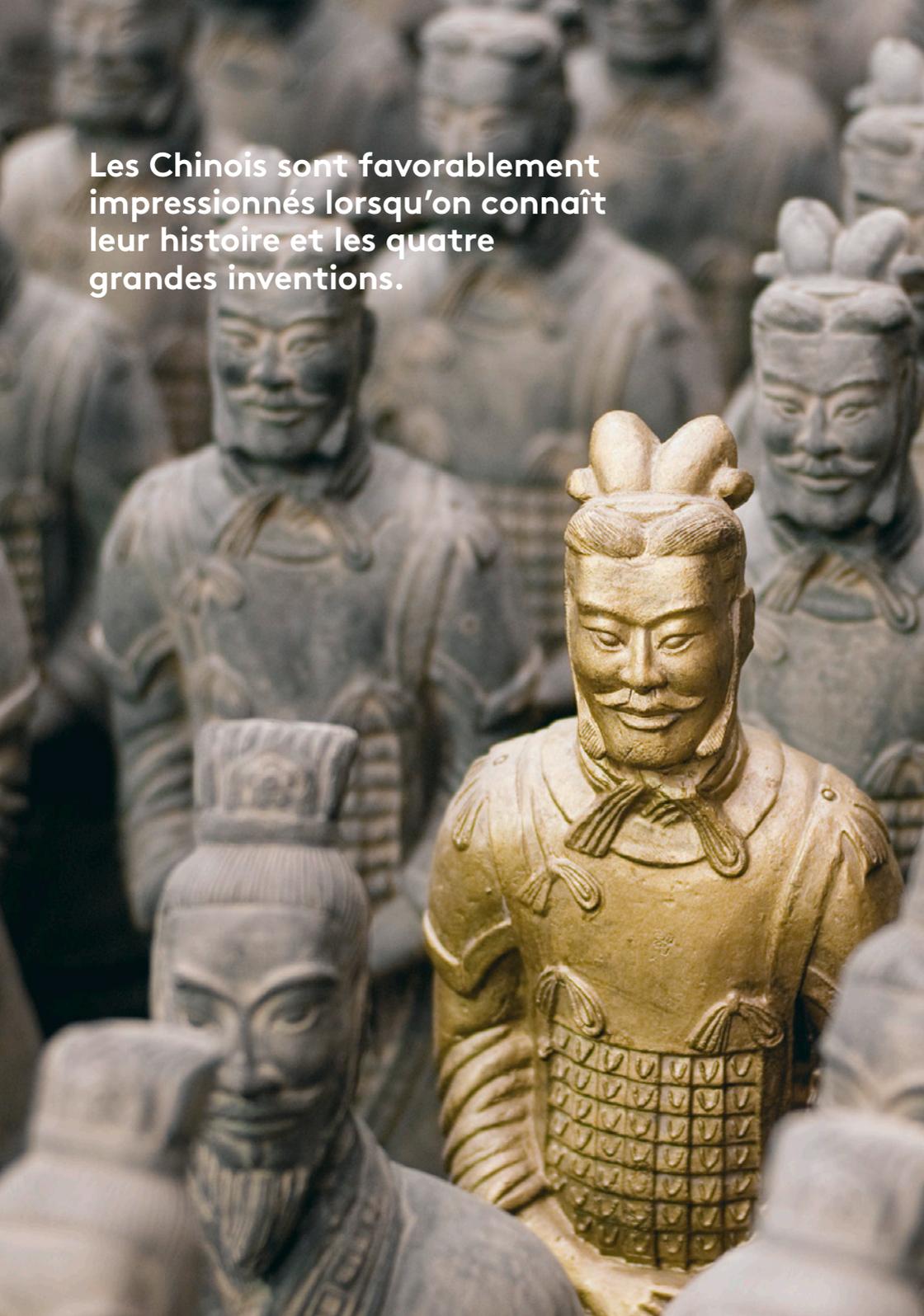
2 Martin Nydegger

¹ Dans la promotion touristique, on parle généralement des marchés «Greater China» ou «Chine continentale avec Hong-Kong et Taiwan».

Claude Meier
Directeur HotellerieSuisse

Martin Nydegger
Directeur Suisse Tourisme

Les Chinois sont favorablement impressionnés lorsqu'on connaît leur histoire et les quatre grandes inventions.





Informations générales sur la République populaire de Chine

Un peu d'histoire

La Chine possède les plus anciennes cultures ininterrompues de l'histoire de l'humanité et dont les plus vieux témoignages remontent à 2000 ans avant J.-C. Les Chinois sont particulièrement fiers de leur longue histoire et des quatre grandes inventions de la Chine antique: la boussole, le papier, la poudre à canon et l'imprimerie. Après de nombreuses périodes de gloire économique et culturelle de la Chine antique, l'empire du Milieu a connu un immense déclin après la guerre de l'opium au milieu du 19^e siècle. La République populaire de Chine (RPC) fut fondée le 1^{er} octobre 1949 sous l'égide du Parti communiste chinois. Deng Xiaoping a engagé en 1978 de profondes réformes économiques qui ont permis au pays de se hisser parmi les premières économies du monde et qui ont enclenché dans le pays une dynamique sans précédent.

Données clés

Population et superficie

Avec près de 1,4 milliard d'habitants, la République populaire de Chine est le pays le plus peuplé au monde. Il s'étend sur plus de 9,5 mio de km² et constitue le troisième pays par sa superficie, derrière la Russie et le Canada (Suisse: 41290 km²).

Villes

Parmi les grandes métropoles se trouvent la capitale Pékin qui compte 21,5 millions d'habitants, Chongqing avec 30,5 millions, Shanghai avec 26 millions et Tianjin (Tientsin) avec 14 millions. Près de 140 autres villes comptent plus d'un million d'habitants.

Langues

Le mandarin est la langue officielle du pays; il existe en outre une multitude de dialectes ainsi que quelque 50 langues d'ethnies minoritaires.

Economie

Les Chinois sont favorablement impressionnés si on est au fait de leur rapide essor économique et de la place que tient leur pays sur la scène économique mondiale.

En réalisant des réformes structurelles progressives, la Chine a opéré durant la dernière décennie une véritable mue économique. Depuis 30 ans, le pays affiche une croissance économique durablement forte, qui a certes fléchi ces dernières années mais qui reste encore plus élevée que dans les pays occidentaux. La Chine a dépassé le Japon en 2010 pour devenir la deuxième puissance économique mondiale. La République populaire figure au cœur des intérêts économiques mondiaux.





Données économiques clés

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
PIB (en milliards USD)	8570	9635	10535	11226	11222	12062	13407
PIB/habitant (USD)	6329	7081	7702	8167	8116	8677	9608
Croissance (en % du PIB)	7,8	7,9	7,3	6,9	6,7	6,8	6,6
Taux d'inflation (en %)	2,6	2,6	2	1,4	2	1,6	2,1

Source: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database (avril 2019)

Particularités de la culture chinoise

Chercher le bonheur, conjurer le malheur
Que serait la Chine sans ses multiples pratiques et croyances qui soutiennent les Chinois dans leur quête du bonheur et d'harmonie? Les signes positifs et heureux présages sont multiples et variés:

Animaux le dragon, symbole par excellence de la magnificence impériale, mais également le phénix, la tortue, la grue et le poisson.

Motifs porte-bonheur
vœux de nouvel an sur papier et symboles de bonheur et de longévité apposés sur toutes sortes d'objets.

Couleurs le rouge est associé au bonheur, le jaune à l'empereur et le blanc et le noir au deuil (encore que ce ne soit plus un tabou que de se marier en blanc).

Chiffres le 8, dont le son est proche du mot «prospérité» est très apprécié, contrairement au 4, qui rappelle le mot «mort».

Philosophie

Le confucianisme et le taoïsme sont les deux grandes doctrines qui ont marqué la culture chinoise de leur empreinte.

Confucianisme

Remontant au 6^e siècle avant J.-C., l'enseignement de Confucius sera érigé en idéologie d'Etat. Cette école philosophique majeure, à caractère moral plutôt que religieux, définit cinq types de relations fondamentales au sein de la société: le souverain envers son sujet, l'époux envers son épouse, les parents envers leurs enfants, les frères et sœurs aînés envers leurs cadets et l'ami plus âgé envers le plus jeune. Les aînés doivent prendre soin, avec bienveillance, des plus jeunes, lesquels leur doivent gratitude et respect en retour. Le concept d'égalité des droits est rejeté, les obligations réciproques l'emportent. La forte hiérarchisation de la société chinoise actuelle plonge ses racines dans le confucianisme.



Taoïsme

Attribuée à Lao Tseu, cette philosophie veut que la plénitude et la sérénité s'atteignent par le détachement, qui doit conjuguer calme

et indifférence. La tradition chinoise distingue deux forces antagonistes qui régissent le rythme de l'univers et sont au cœur du taoïsme: le Yin et le Yang. La vérité, en tant que résultante d'éléments contraires, mais constructifs, ne présente jamais de caractère absolu; elle est relative et dépend des circonstances du cas concret. On retrouve la marque de cette pensée

globale dans bien des domaines de la culture chinoise, en particulier dans l'alimentation, les arts martiaux ou la médecine traditionnelle chinoise.

千里之行始于足下 Un voyage de mille lieues commence toujours par un premier pas.

(Citation célèbre)

Les Chinois sont éblouis lorsque l'on cite leurs deux grands philosophes.

Relations sociales

Au sein de la famille comme avec leur entourage, les Chinois doivent impérativement éviter les conflits et soigner les relations. Dès lors qu'une personne accorde une faveur à une autre, elle peut prétendre aux mêmes égards au nom de la règle de réciprocité. Ces relations interpersonnelles ne peuvent s'établir que dans le respect absolu de la hiérarchie sociale et des comportements qui y sont associés. La déférence due aux parents, mais également au maître, au chef et aux aînés, s'exprime au travers de différents rites.

Eviter absolument les confrontations directes!

Harmonie

Les Chinois ont à cœur d'éviter les confrontations, c'est pourquoi ils s'expriment avec retenue et modestie. Esclandres et accès de colère sont très mal vus. La manière indirecte est reine dans la culture chinoise, par contraste avec le mode de faire occidental qui va droit au but et qui est souvent mal compris. L'approche prudente est une manière de faire connaissance avec l'autre et de définir progressivement le cadre de discussion. Le Chinois n'opposera jamais de refus net, pas plus qu'il ne pourra reconnaître son ignorance, tant il lui importe de ne pas blesser son prochain et de préserver, en toute circonstance, une sortie honorable. Il en va de même des reproches et des critiques. Ce qui s'apparente pour nous à un mensonge sera perçu en Chine comme une marque de politesse. Nul ne doit perdre la face et personne ne s'attend à être brutalement confronté à la vérité.



Une langue qui ne manque pas de caractère

Les Chinois aiment apprendre leur langue aux autres.

Le chinois est l'une des plus anciennes langues parlées jusqu'à aujourd'hui. Le mandarin est la langue parlée officielle (haute langue), à quoi s'ajoutent de nombreux dialectes tels que le cantonais. L'écriture chinoise constitue un exemple remarquable d'écriture logographique. Elle comprend plusieurs milliers de caractères.

En cas de doute, demandez de préciser le nom et le prénom.

Nom de famille

En Chine, le nom de famille précède le prénom. Lorsque pour des raisons techniques le nom de famille apparaît en seconde position, il est recommandé de l'écrire en majuscules pour pouvoir l'identifier aisément par la suite et ne pas le confondre avec le prénom. On s'adresse à une personne par son nom et son titre, le prénom étant réservé au cercle d'amis. Les Chinois en contact fréquent avec l'étranger ou y ayant accompli leur formation portent parfois un prénom allemand, anglais ou français qui figurera généralement sur leur carte de visite.

S'adapter à la langue

Les personnes en contact avec des Chinois seront bien inspirées de mettre à disposition de leurs hôtes des documents dans leur langue. Pour ce faire, ils doivent s'assurer les services d'un traducteur de haut niveau et devront, en tous les cas, prendre la précaution de soumettre la version finale à une personne de langue maternelle chinoise. De même, il est vivement conseillé de donner un nom chinois à toute personne ou toute entreprise souhaitant entrer en rapport avec la Chine, les Chinois ayant en effet pour habitude de transcrire tous les noms propres en mandarin. Le choix d'un tel nom requiert en tous les cas un avis autorisé. Enfin il est indispensable de prononcer correctement les noms des entreprises ou des personnes pour bien savoir de quoi on parle: Tielishishan (Titlis), Caiermate (Zermatt), Yintelaken (Interlaken), Lusaïen (Luzern), Shaonüfeng (Jungfrauoch), Boerni (Bern), Dawosi (Davos).

La maîtrise de quelques mots ou formules simples en chinois impressionnera votre hôte.

Bonjour	Nǐ hǎo	你好
Bienvenue	Huān yíng	欢迎
Merci	Xiè xiè	谢谢
Bon voyage	Lǚ tú yú kuài	旅途愉快
Au revoir	Zài jiàn	再见

Compter en chinois avec les mains

1 yī 一



2 èr 二



3 sān 三



4 sì 四



5 wǔ 五



6 liù 六



7 qī 七



8 bā 八



9 jiǔ 九



10 shí 十



Etiquette des affaires

Instaurer d'abord la confiance, puis engager les affaires!

Une vision à long terme

Tandis que pour les Occidentaux, la signature d'un contrat marque la conclusion d'une affaire, elle constitue un point de départ pour les Chinois. A cet égard, on sera attentif aux points suivants:

- Les négociations requièrent beaucoup d'investissement personnel, mais aussi patience et prudence.
- Pour les Chinois, le partenariat de longue haleine prime les objectifs à court terme.
- La compréhension mutuelle passe nécessairement par une ambiance cordiale et sereine.
- Sans confiance, sans bonnes relations et sans compromis, point d'affaires.

Retenue, attention et modestie!

L'attitude personnelle, un élément qui compte

Pour les Chinois, l'impression que laisse une personne l'emporte sur la réputation d'une entreprise ou le prestige d'une institution, car elle augure en quelque sorte du déroulement des affaires. Les premiers échanges portent rarement sur les affaires proprement dites, ils servent bien plus à faire mutuellement connaissance et à se mettre au diapason les uns des autres. Les questions touchant à la vie privée (famille, relations avec les parents) et aux conditions de vie (niveau des prix, salaires) sont chose courante. L'auditeur est toujours au centre de l'attention et la réserve, l'intérêt et la modestie sont de mise. On se gardera donc de porter des vêtements voyants ou extravagants, une tenue sobre et de couleur sombre ainsi que des chaussures foncées feront parfaitement l'affaire.

La Chine en mutation

Depuis l'ouverture économique progressive qu'elle a amorcée à la fin des années 80, la Chine est en mutation constante. Son expansion économique à l'étranger joue également un rôle important. Le pays a par exemple aussi étendu son influence en Europe et a investi dans de nombreuses entreprises, dont des sociétés en Suisse. Les codes internationaux s'implantent peu à peu dans le quotidien des Chinois, lesquels s'appliquent pour leur part aussi à acquérir des habitudes occidentales. Accueillez votre vis-à-vis chinois avec bienveillance et ne soyez pas étonné si son attitude est plus occidentale que vous ne l'imaginiez.

Bon à savoir – négociations

En Chine, les négociations revêtent un caractère plus formel qu'en Occident, d'où la nécessité de se tenir aux règles suivantes:

Observez la disposition des personnes: celles qui occupent le rang le plus élevé se placent face à face au milieu d'une table allongée, à la plus grande distance de la porte d'entrée.

Dans les banquets, la meilleure place se trouve à la droite de celui qui invite, la suivante à sa gauche. Les places d'honneur font face à la porte d'entrée, mais en sont éloignées et sont tournées de préférence vers le sud.

La personne de rang inférieur tourne le dos à la porte.

Respectez l'ordre de parole. Parlez lentement et distinctement et n'interrompez pas votre interlocuteur.

Prévoyez suffisamment de temps, la précipitation est mauvaise conseillère.

Les Chinois s'attendent à ce que les choses importantes soient abordées à la fin de la discussion.

Ne poursuivez pas les pourparlers pendant le repas qui suit. Celui-ci se conçoit comme un moment convivial mais néanmoins essentiel au bon déroulement des affaires.

La hiérarchie tient une place primordiale.

Recourez à des interprètes d'excellent niveau et experts dans votre domaine. N'oubliez pas de leur fournir des précisions sur la teneur des échanges et assurez-vous également que chaque partie ne perde rien de ce qui est dit dans les traductions.

En conclusion

De manière générale, il est recommandé de bien se préparer au travail interculturel et de recourir au besoin à des spécialistes. Les Chinois se sentent honorés lorsque les Occidentaux font des efforts pour comprendre leur culture et parler leur langue. N'ayez pas peur de faire des erreurs, personne n'attend de vous que vous connaissiez toutes les subtilités de la culture chinoise.



Bon à savoir – cadeaux

Les cadeaux sont des marques de respect et d'amitié essentielles et incontournables:

Les articles typiquement helvétiques sont très prisés: montres (pas d'horloges, car elles annoncent une mort prochaine), boîtes à musique, stylos, calendriers, articles folkloriques, etc. Rappelez à vos hôtes que les couteaux suisses doivent être placés dans les bagages en soute. N'offrez pas d'aliments, à l'exception de chocolats et de douceurs!

Prudence avec ces cadeaux: les couteaux brisent l'amitié et peuvent être perçus comme un mauvais présage pour les négociations. Le couteau de poche suisse, original, rouge, est par contre permis, tout comme les couteaux d'autres marques mondialement connues. Mais de manière générale, les couteaux ne sont pas le premier cadeau que l'on pensera à offrir.

Les parapluies signifient en Chine que l'on ne veut plus jamais revoir son interlocuteur. Les représentants des entreprises occidentales éviteront donc d'offrir un parapluie pourvu du logo de l'entreprise, cadeau souvent apprécié dans notre pays.

Emballer vos cadeaux, mais éviter le papier blanc ou noir. En règle générale, les cadeaux ne seront pas déballés devant vous.

Remettez vos cadeaux des deux mains, de même que les cartes de visite ou de crédit, les passeports, les notes d'hôtel et autres documents personnels importants.

La valeur du cadeau doit être en relation avec la position hiérarchique. La personne de rang plus élevé reçoit le présent le plus prestigieux. Celui-ci peut être remis sans emballage, afin d'en souligner la valeur ou d'en expliquer le fonctionnement ou l'importance.

Les cadeaux cimentent les relations avec les Chinois.

«Les besoins des touristes chinois évoluent avec la progression des voyages individuels.»



Simon Bosshart,
Suisse Tourisme,
directeur Chine/Asie-
Pacifique/Global
Accounts

Qu'est-ce qui attire particulièrement les touristes chinois en Suisse selon vous?

Simon Bosshart: «Nos hôtes chinois sont émerveillés par la nature authentique qu'ils découvrent en Suisse et ils sont enchantés de pouvoir vivre cette expérience de la nature aussi confortablement grâce à nos bonnes infrastructures touristiques.»

Est-ce que la Suisse reste un pays attrayant pour les touristes venant de Chine?

SB: «Même si la croissance du marché n'est plus aussi soutenue qu'il y a encore quelques années, le nombre de touristes chinois continue de croître. Mais plus important encore est la progression continue des touristes individuels que nous accueillons. On estime qu'ils forment entre 30 et 40 % de tous les touristes venant de l'empire du Milieu. Et ces hôtes ont d'autres besoins, ils séjournent plus longtemps en Suisse, ils s'intéressent aux traditions locales comme l'art moderne et ils explorent aussi notre nature de plus en plus souvent en randonnée ou à skis.»

Quels sont les points auxquels les hôteliers doivent veiller dans le marketing pour s'adresser aux hôtes chinois?

SB: «Le principal instrument de marketing, notamment dans les petits établissements, reste un service attentionné, nos hôtes en parlent à leurs amis et connaissances. La langue chinoise est un plus. Il suffit de quelques mots aimables en chinois avec lesquels les collaborateurs se sont familiarisés. Si l'établissement emploie du personnel chinois, ce dernier se fera aussi un plaisir de faire de la publicité pour l'établissement sur les réseaux sociaux chinois. De plus, il vaut la peine de se joindre aux campagnes marketing des organisations touristiques locales ou régionales, et de rechercher des coopérations avec d'autres établissements. Mieux vaut toutefois être prudent avant d'investir dans le marketing numérique, ce ne sont que quelques «bits» qui se perdent dans l'océan Internet chinois.»

Y a-t-il quelque chose à quoi les hôteliers suisses doivent faire particulièrement attention en hébergeant des hôtes chinois?

SB: «Les hôtes chinois sont habitués chez eux à bénéficier d'un niveau de service qui augmente rapidement et ils arrivent chez nous avec des attentes grandissantes également. Une réaction instantanée et de la flexibilité vont de soi en Chine, ce qui est rarement compatible avec notre souci de la précision. S'il arrive qu'un hôte chinois soit très exigeant, un sourire désarmant et lui demander poliment d'avoir un peu de patience aideront – tout comme en Chine – à détendre la situation.»



Y a-t-il un faux pas à éviter absolument?

SB: «Évitez les discussions politiques sur la Chine; sur ce point, nous avons en Occident très probablement une conception très différente de celle de nos hôtes. Ne dites jamais non plus «non» brusquement et montrez que vous êtes prêt à discuter. Trouver des compromis est quelque chose que nous savons très bien faire en Suisse.»

Est-ce que l'hôtelier peut offrir un service ou une petite attention à ses hôtes chinois pour qu'ils gardent un bon souvenir de leur séjour en Suisse?

SB: «Même si les hôtes chinois sont manifestement curieux de goûter aux spécialités de notre pays, ils apprécieront aussi de temps à autre une petite attention culinaire qui leur rappelle la Chine: par exemple un potage de nouilles de riz garni de légumes au petit-déjeuner, une sauce chinoise au chili en accompagnement au repas principal ou une bouilloire électrique et un paquet de nouilles instantanées dans la chambre pour boucher un petit creux avant d'aller au lit.»

«Le principal instrument marketing reste un service prévenant.»

Les Chinois en voyage



Forte progression des voyages à l'étranger

Selon la statistique de l'hébergement, les nuitées des touristes chinois ont enregistré en 2018 une hausse de 6 % par rapport à l'année précédente et cette tendance devrait se maintenir dans les vingt prochaines années avec le développement de la classe moyenne chinoise. Le pays lève peu à peu ses restrictions, si bien que ses ressortissants ont moins de difficultés à obtenir un passeport et peuvent sortir plus facilement des devises. Qui plus est, des périodes de vacances flexibles sont introduites depuis 2013 pour éviter que tout le pays ne parte en vacances au même moment. Voilà qui devrait donner une impulsion nouvelle au tourisme hors frontières.

Voyages en groupes vs voyages individuels

Dans les «nouvelles» régions de provenance des touristes chinois, voyager avec un grand groupe (40 personnes) reste prédominant. Dans les régions de provenance traditionnelles (les métropoles par exemple), on observe clairement une tendance aux voyages en plus petits groupes (15 à 25 personnes) et aux voyages individuels. On estime actuellement que la part des voyageurs individuels en

provenance de Chine représente 35 à 40 % de tous les touristes chinois en Suisse. D'ici à 2020, cette part devrait augmenter de 10 %. Les ventes du Swiss Travel Pass (billets TP pour les touristes étrangers) en sont un indicateur. Le chiffre d'affaires du Swiss Travel Pass a augmenté de 14,9 % pour la Chine de 2017 à 2018 pour s'établir à 20,3 millions de francs (chiffre d'affaires total 2018: plus de 130 mio CHF). Dans le secteur du tourisme d'affaires, les voyages incentive (à savoir les voyages de récompense pour des groupes entre 20 et 500 personnes) continuent de progresser. La proportion de femmes dans le tourisme de loisirs s'élève aujourd'hui déjà à environ 50 %. Dans le tourisme individuel, la proportion de femmes devrait encore se développer, car souvent les Chinois ne voyagent pas forcément en famille uniquement, mais aussi de plus en plus entre amis.

La Suisse, destination prisée

A l'occasion d'une rencontre officielle entre des représentants des Gouvernements suisse et chinois, en novembre 2003, la Suisse s'est vu reconnaître le statut de destination agréée (Approved Destination Status ADS). Un accord régit les modalités de voyage des touristes chinois en Suisse. Il s'applique exclusivement aux groupes comprenant au moins cinq personnes qui voyagent avec un guide du départ jusqu'au retour en Chine. Il limite la sortie de devises et prévoit des mesures pour les cas de séjour illégal de touristes chinois. Les agences de voyages suisses et les tour-opérateurs sont tenus de veiller à ce que les membres d'un voyage organisé quittent tous la Chine en même temps et y retournent aussi tous ensemble. De plus, ils doivent prévoir un numéro d'assistance en ligne pour les cas d'urgence, avec des interlocuteurs parlant chinois, et s'assurer les services de guides et de chauffeurs qualifiés. Le visa d'entrée dans l'espace Schengen et donc en Suisse reste cependant obligatoire. L'accord ADS ne concerne pas les voyageurs individuels qui sont en forte progression. Ceux-ci disposent des moyens financiers requis et satisfont aux conditions d'obtention du visa Schengen pour voyager en Europe ou en Suisse. L'activité des voyages individuels est aussi favorisée notamment par le fait qu'un nombre croissant d'agents de voyages en ligne, chinois et internationaux, disposent d'un portefeuille de produits de plus en plus développé.

Source: Office fédéral de la statistique (HESTA 2018)

Nuitées des touristes chinois en Suisse (sans Hong-Kong)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Arrivées	575 326	704 945	823 713	1 122 852	879 605	974 756	1 026 160
Nuitées	743 656	894 316	1 034 275	1 378 434	1 130 925	1 279 216	1 359 519

Bon à savoir – voyages et langues

Les questions politiques sensibles, par exemple celles touchant aux droits de l'homme, aux mouvements indépendantistes ou à Taiwan, doivent être abordées avec une extrême prudence et beaucoup de diplomatie. Les thèmes délicats mettent rapidement vos interlocuteurs dans l'embarras.

Bien que de plus en plus de jeunes Chinois parlent beaucoup mieux anglais que la génération précédente, la plupart des Chinois comprennent très mal l'anglais, l'allemand ou le français. Il est donc indispensable de prévoir des écriteaux, des informations en chinois ou des panneaux d'illustration dans les lieux touristiques et les endroits les plus fréquentés (cartes de menu, aéroports, gares, remontées mécaniques, musées, entrées, sorties, toilettes, etc.).

Les Chinois sont fiers de leur nationalité et de la prospérité économique et politique de leur pays.

Tout au long de leur séjour en Suisse, les groupes doivent être accompagnés par un guide qualifié parlant chinois.

Pour les principales curiosités ou sites touristiques suisses, prenez soin de mettre à disposition des voyageurs des informations complètes et précises en chinois. Une brochure ou un prospectus assortis d'un plan local suffisent.

Les Chinois sont des voyageurs «last minute»: ils ne planifient pas leur voyage et n'aiment pas attendre. Réagissez rapidement et avec souplesse à leurs demandes et assurez-leur un service rapide.

Fournissez au tour-opérateur des informations précises sur les capacités d'accueil de votre hôtel ou restaurant.

Hissez le bon drapeau de la République de Chine!

Profil des touristes chinois en Suisse

En règle générale, les touristes chinois réservent des voyages d'une durée de 10 à 15 jours prévoyant la visite de plusieurs pays. Ils cherchent à connaître les sites et monuments les plus célèbres et ils séjournent peu de temps dans un même lieu.

- La Suisse compte parmi les trois destinations européennes favorites des Chinois. 40 % des visiteurs chinois arrivent en hiver, 60 % en été.
- Rares sont les touristes chinois qui ont déjà visité l'Europe ou la Suisse, d'où leurs attentes élevées.
- La majeure partie des voyageurs chinois se rendant en Europe sont de jeunes cadres entre 30 et 40 ans environ, vivant dans les grandes villes de la côte Est et appartenant à la classe moyenne en pleine expansion. On trouve aussi parmi les touristes chinois des particuliers fortunés de tout âge qui ont à leur actif de nombreux voyages en Asie, ainsi que des représentants du gouvernement ou des entrepreneurs chinois se rendant à des conférences internationales.
- S'il était encore usuel il y a quelques années de se rendre dans six à dix pays européens, la tendance est aujourd'hui aux circuits moins «ambitieux». Le produit phare actuel est un voyage à trois destinations: Italie, France et Suisse, mais les destinations uniques commencent aussi à percer. Sur les principaux marchés que sont Pékin, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen, Taipei et Hong-Kong, il ne se trouve pratiquement plus de tour-opérateurs qui ne proposent un voyage à destination unique vers la Suisse.
- Les choses changent aussi en ce qui concerne le style de voyages: à côté du classique «sightseeing passif», on voit se dessiner un intérêt croissant pour des vacances plus actives: circuits de golf, expéditions dans l'Arctique ou sports d'extérieur – de la randonnée au ski en passant par l'alpinisme. Tout porte à croire que ces activités trouveront bientôt leur place dans les voyages à destinations lointaines.
- La notion de sécurité en lien avec les attentats terroristes des dernières années en Europe est importante pour les Chinois. Mais pour les hôtes chinois qui souhaitent voyager en Europe, la Suisse reste un pays sûr par rapport aux autres pays européens.

L'hospitalité suisse envers les hôtes chinois

En Chine, l'hospitalité a une valeur encore plus importante qu'en Suisse.

Un pilier de la culture chinoise

L'hospitalité est un élément clé de la culture chinoise. L'art chinois de recevoir des hôtes y obéit à deux règles cardinales: il s'agit d'une part de s'occuper du visiteur tout au long de son séjour et d'autre part d'accorder aussi toute son attention à ses goûts et préférences présumés. Celui qui offre l'hospitalité en Chine se mettra en quatre afin que son hôte se sente chez lui. Il cherchera d'un côté à présenter son pays et son environnement sous le meilleur jour et de l'autre côté à assurer harmonie et bonne entente. Le visiteur doit sentir à chaque instant que tout est mis en œuvre pour répondre à ses attentes. Il a droit à tous les honneurs, celui qui l'accueille lui donne la face tout en gardant la sienne. On lui fait sentir par ailleurs qu'on a été aux petits soins pour lui, tout en présentant ses excuses de n'avoir pas pu lui offrir plus. La personne qui accueille n'aura de cesse de mettre en avant le prestige de l'hôte et d'atténuer son propre mérite.

Attentes du visiteur chinois: tout doit être entrepris pour combler ses désirs.

Les attentes des hôtes chinois

Au vu de ce qui précède, il n'est guère étonnant que les visiteurs chinois nourrissent des attentes élevées envers ceux qui les accueillent en Suisse. Ils partent du principe qu'ils connaissent leurs goûts et leurs habitudes et qu'ils se sont préparés en conséquence. Ils s'attendent donc à ce que chacun s'applique à répondre à leurs demandes.

Activités de loisirs

Une notion largement inconnue

Les loisirs ou le temps libre sont des notions nouvelles dans la société chinoise. C'est qu'en Chine, le temps de travail et le temps dédié à la famille, aux amis ou à un passe-temps ne sont pas clairement compartimentés. La vie professionnelle et la vie personnelle s'imbriquent, sans compter que les travailleurs et employeurs chinois ont nettement moins de loisirs que leurs homologues européens.

Bon à savoir – arrivée et bonnes manières

Les touristes chinois ont de hautes attentes: sachez faire preuve de flexibilité et prenez leurs désirs en considération.

Restez toujours calme, aimable et patient au contact avec les hôtes et partenaires chinois et gardez-vous surtout de manifester vos sentiments négatifs (mauvaise humeur, impatience, irritation). Cela pourrait vous mettre dans des situations délicates, voire vous conduire dans une impasse où chacun sera perdant.

Dans toute la mesure du possible, évitez d'attribuer à un hôte chinois une chambre située au quatrième étage ou dont le numéro contient le chiffre 4 (4, 14, 24, 34, etc.), ce chiffre étant considéré comme un porte-malheur ou carrément associé à la mort. Les chambres portant un 6, un 8 ou un 9, ou situées au sixième, huitième ou neuvième étage sont en revanche considérées comme des chambres porte-bonheur.

Déposez dans chaque chambre un dépliant en chinois ou un concierge électronique (avec le chinois dans le choix de la langue) contenant toutes les informations sur votre établissement et ses prestations.

Signalez clairement en chinois le fonctionnement des chaînes TV payantes en précisant que les taxes ne sont pas incluses dans le prix de la chambre ou le forfait.

Veillez à attribuer des chambres avec des lits individuels, sachant qu'en règle générale, les membres d'un groupe ne se connaissent pas avant de voyager ensemble.

Assurez un service de check-in et de check-out rapide. Les Chinois sont volontiers impatientes et n'aiment pas attendre.

Equipez les chambres d'un adaptateur pour les prises électriques chinoises.

Les Chinois boivent du thé chaud ou de l'eau chaude à toute heure du jour ou de la nuit. Tâchez de mettre à leur disposition une bouilloire électrique ou un thermos rempli d'eau chaude ainsi que du thé et du café à volonté. Il est aussi d'usage de proposer gratuitement du thé ou de l'eau chaude aux repas.

Les Chinois voyagent généralement avec peu de bagages, il est bon de mettre à leur disposition les articles de toilette courants (shampooing, brosse à dents et dentifrice) dans la salle de bains.

Bon à savoir – séjour et loisirs

Les Chinois aiment les loisirs en groupe: veuillez en tenir compte pour organiser les activités pendant le voyage.

Les Chinois mangent de bonne heure (vers 18h30 environ) et se couchent tard: tenez-les au courant de l'offre de divertissement locale (spectacles, cinéma, bars, etc.).

Pour commercer avec des touristes chinois, il vous faut impérativement engager du personnel parlant leur langue.

Affichez clairement les prix de vos produits.

Le shopping tient aussi lieu d'activité sociale. Préparez-vous donc à accueillir des groupes entiers dans vos magasins.

Signalez à vos hôtes la possibilité du remboursement de la TVA pour les articles achetés en Suisse et destinés à être importés en Chine.

Les Chinois aiment faire leurs achats le soir ou le week-end.

Les Chinois aiment se réunir pour bavarder haut et fort, y compris en public.

Shopping et moments de partage: loisirs favoris des Chinois

Les Chinois apprécient les endroits dits «renao», ce qui signifie littéralement ambiance chaude («re») et bruyante («nao»). Le «renao» fait partie de leur style de vie, il est aux Chinois ce qu'est la «douce convivialité» aux Suisses, aux Allemands et aux Autrichiens.

Plus que tout, les Chinois aiment parler de tout et de rien au sein du cercle familial. Ils affectionnent aussi les promenades en soirée dans les rues animées du centre-ville, et le shopping figure aussi au nombre de leurs passe-temps favoris. En Chine, les loisirs sportifs sont nettement moins répandus qu'en Europe et en Amérique du Nord.

Faites en sorte que vos hôtes aient toujours la possibilité de faire des achats, y compris à l'hôtel.

Dépenses moyennes par jour et par personne pour les touristes hébergés en Suisse (hors frais de voyage)

Pays	CHF
Pays du Golfe	420
Chine	380
Inde	310
Japon	300
USA	280
Russie	250
Corée	210
Suisse	140
Allemagne	130

Source: Monitoring du tourisme Suisse 2017

Des emplettes tout autour du monde

Les touristes chinois ont une préférence marquée pour les activités de loisirs en groupe et apprécient spécialement les spectacles et les concerts. «Épargner chez soi pour dépenser à l'étranger», une devise chinoise largement répandue. Les Chinois prennent plaisir à faire des achats lorsqu'ils voyagent. Ils aiment acheter des cadeaux et petits souvenirs pour toute la famille et tous leurs amis et choisissent volontiers des produits de marque classiques, des montres ou couteaux suisses ou encore des bijoux et des vêtements.

Avec une dépense moyenne de 380 CHF par jour et par personne, les Chinois se rangent parmi les touristes qui consomment le plus.

Paiement mobile – Les Chinois voyagent de plus en plus sans argent comptant ni carte de crédit

Le paiement mobile est très répandu dans la vie quotidienne chinoise et il remplace progressivement l'argent comptant, voire les cartes de crédit. Les Chinois s'attendent donc à pouvoir payer par voie électronique à l'étranger également. Cela concerne encore plus les jeunes voyageurs. Les paiements mobiles progressent à une vitesse fulgurante dans le monde et il est indispensable de proposer cette option aux hôtes chinois en Suisse (Alipay et WeChat Pay). Informez votre équipe sur l'importance de ce mode de paiement pour les hôtes chinois et formez vos collaborateurs en conséquence. N'omettez pas non plus de communiquer à vos hôtes que vous acceptez les paiements mobiles.



«La Suisse est une pionnière du tourisme moderne.»



Susu,
influenceuse de
voyages

A travers quelles valeurs la culture chinoise se distingue-t-elle en particulier?

Susu: «La particularité de la culture chinoise peut se résumer par les termes «DAO» et «XIA». «DAO» signifie principe, idée, voie. En suivant la bonne voie, on incite les autres à faire preuve de souplesse et de tolérance. «XIA» signifie fraternité. Dans les relations humaines, les intérêts communs sont parfois plus importants que les avantages communs. La tradition ancestrale ainsi que les multiples origines et cultures des gens ont marqué de leur empreinte l'attitude compréhensive, le fort caractère et la capacité d'adaptation des Chinoises et des Chinois. Le peuple chinois cultive aussi un rapport étroit avec la culture et la nature et il est doté d'un sens inné de la tradition et de l'hospitalité.»

Que recherchent les touristes chinois lorsqu'ils viennent en Suisse?

Susu: «Ils veulent apprécier la beauté des paysages naturels du pays et découvrir le style de vie de ses habitants, ce qui renforce le lien qu'établissent nos hôtes chinois avec la nature et la culture.»

Avez-vous déjà passé des vacances en Suisse?

Susu: «Oui, je suis déjà venue plusieurs fois en Suisse en vacances.»

Gardez-vous un souvenir particulier de vos voyages en Suisse?

Susu: «Je garde beaucoup de très beaux souvenirs, mais ce qui m'a particulièrement impressionnée en Suisse sont le savoir-faire présent, l'approche stratégique et les efforts déployés pour préserver le patrimoine culturel, tout en restant un pays tourné vers l'innovation. Un hôtel, une entreprise, une marque ou un métier artisanal peuvent se transmettre de génération en génération tout en s'adaptant toujours aux tout derniers développements. La passion des Suissesses et des Suisses pour leur pays m'a aussi fortement impressionnée. Ils savent présenter leur pays sous son meilleur jour et proposer de multiples possibilités pour l'explorer.»

Comment avez-vous vécu l'accueil en Suisse?

Susu: «J'étais une fois dans un hôtel à Sils-Maria, un établissement en mains familiales depuis cinq générations. Lorsque nous sommes arrivés à la gare à St-Moritz, il était déjà trop tard pour trouver un taxi. Nous avons donc appelé l'hôtel pour qu'on vienne nous chercher. Lorsque nous sommes arrivés à l'hôtel, le directeur est venu en personne nous saluer et il a dit: «Je suis content que vous soyez bien arrivés, je peux maintenant partir tranquille à la maison.» Il nous a aussi présenté son frère qui était responsable du restaurant. Nous avons vu comment il allait tous les jours à chaque table pour

s'enquérir du bien-être des clients. Tous deux, le directeur et son frère, traitaient chaque hôte en ami ou comme un membre de la famille. La Suisse est un pays de l'hospitalité et une pionnière du tourisme moderne. En plus d'un siècle, la Suisse a accueilli des touristes venant des cultures les plus diverses, elle a su reconnaître leurs besoins et a toujours proposé aux hôtes des prestations de services complètes. C'est pourquoi la branche suisse du tourisme peut être citée en exemple dans le monde entier: peu importe la catégorie d'hôtel sélectionnée, la Suisse dispose, dans tous les segments, d'établissements qui comptent parmi les meilleurs au monde. C'est là un des éléments distinctifs de l'hospitalité.»

Avez-vous un conseil à donner aux hôteliers suisses pour améliorer encore la qualité de l'accueil des hôtes chinois?

Susu: «Il importe de garder à l'esprit que les touristes chinois qui voyagent individuellement ont des exigences tout à fait différentes de celles des voyageurs en groupe ou des hommes d'affaires. Ces derniers ne choisissent généralement pas leur hôtel eux-mêmes, les touristes individuels si. La proportion de touristes individuels en provenance de Chine devrait sans aucun doute encore augmenter. Des critères comme le lieu et le prix perdent donc de plus en plus d'intérêt, contrairement aux offres spécifiques et au facteur expérientiel qui vont gagner de plus en plus d'importance. Les touristes individuels en provenance de Chine voyagent en Suisse avec les transports publics. Tout hôtelier qui veut attirer davantage de voyageurs chinois doit pouvoir offrir une bonne solution pour parcourir le «dernier kilomètre», c.-à-d. le trajet qui sépare la gare ou l'arrêt de bus de l'hôtel. Les régions alpines en Suisse comptent beaucoup d'excellents hôtels. Ceux-ci doivent cependant être accessibles facilement, sans quoi ils seront moins attrayants pour les touristes individuels chinois. En revanche, les hôtels qui offrent à leurs hôtes un moyen confortable de parcourir le «dernier kilomètre» sont plus fréquemment choisis, souvent même à plusieurs reprises.»



«L'attachement des Suissesses et des Suisses à leur pays m'a fortement impressionnée.»

Habitudes alimentaires

Une tradition ancestrale

La nourriture tient une place de choix dans la vie quotidienne des Chinois et chacun ou presque se considère expert en la matière. Du petit employé au voyageur cosmopolite, tout le monde prend plaisir à parler nourriture. C'est que le bien-manger procède là-bas d'une tradition ancestrale. Pendant longtemps, empereurs, poètes et autres personnages éminents étaient censés ne rien ignorer des finesses de l'art culinaire afin d'être à même de discourir longuement sur les mets, leur histoire et leur préparation.

La nourriture tient une grande place dans la vie des Chinois.

Les repas constituent en Chine un événement social important: on y aime les grandes tablées familiales, les repas entre amis – s'attabler seul est considéré comme une malédiction.



Dans l'empire du Milieu, la carte des mets doit conjuguer plaisirs sensoriels, souci de la santé et équilibre, conformément aux principes de la médecine traditionnelle chinoise.

Les plaisirs gourmands sont des moments forts des vacances

Il n'est donc pas surprenant que le manger tienne une place majeure dans les vacances des Chinois. Plutôt que de recommander à leurs parents ou connaissances de visiter tel lieu ou tel monument, ils leur indiqueront le restaurant Wang où l'on mange les meilleurs rouleaux de printemps ou les endroits où déguster le meilleur canard laqué. Pour la plupart des Chinois, il est inconcevable de ne pas manger chinois lors de leurs séjours à l'étranger.

Parmi les diverses variétés de thé, le thé vert est celui qui a toutes les faveurs des Chinois.

Boissons favorites

Les boissons généralement consommées chez nous – eaux minérales, soft drinks, bière, thé ou eau chaude – conviennent aussi aux visiteurs chinois. Ces dernières années, ceux-ci ont aussi pris goût au café et au vin.

Bon à savoir – alimentation et boissons

Les Chinois apprécient la diversité, il vaut donc mieux leur proposer une série de petits plats qu'un grand plat unique. Prenez aussi soin de servir différents types d'aliments (viande, légumes, œufs, etc.).

Les Chinois ne s'attardent pas à tade, si bien qu'il est judicieux de servir tous les mets en même temps. Si vos hôtes se lèvent de table aussitôt la dernière bouchée avalée, n'y voyez surtout pas un manque de respect.

Usez avec modération des produits laitiers (crème, fromage, beurre) et salez légèrement les plats.

Composez vos menus en vous inspirant des grands principes de la table chinoise.

Bon à savoir – alimentation et boissons

Les Chinois aiment les mets liquides et mous, les aliments croquants et croustillants cuits au four ne sont pas encore très répandus dans leur pays.

Il y a dans la cuisine suisse des plats classiques qui sauront ravir les palais de vos hôtes et qui ont tous leur pendant dans la cuisine chinoise: saucisses, pâtes, rösti ou choucroute. Servie en miniportion, une fondue ou une raclette devrait combler la curiosité et le goût de l'exotisme des touristes chinois.

N'oubliez pas de prévoir une carte des mets en langue chinoise.

Complétez le petit-déjeuner européen classique avec du porridge et des légumes sautés. Les œufs à la coque sont moyennement appréciés, mieux vaut donc proposer des œufs cuits durs.

De manière générale, les Chinois préfèrent les boissons chaudes (et souvent seulement de l'eau chaude) aux boissons froides. Les Chinois sont aussi habitués à pouvoir se resservir d'eau chaude gratuitement lorsqu'ils commandent un thé.

Les groupes aiment prendre leurs repas ensemble. Réservez-leur une grande table, ronde de préférence.

Les Chinois aiment combiner différents plats et saveurs. Il est donc judicieux de leur servir tous les plats en même temps, à l'exception du potage qui se déguste généralement à la fin du repas.

Pour chaque convive, prévoyez, en plus des couverts européens, des baguettes que vous poserez à la droite du bol ou de l'assiette. Ne plantez jamais les baguettes dans la nourriture, on y verrait un signe porte-malheur ou de mort.

Pour le reste, les Chinois apprécient la vaisselle et la décoration de table usuelles en Europe.

Les Chinois aiment manger tôt: petit-déjeuner entre 7 h et 8 h, repas de midi à 12 h et repas du soir entre 18 h et 19 h.

Les hôtes chinois apprécient le service efficace, car ils mangent vite et quittent la table aussitôt le dernier plat consommé.

Adresses utiles

Pour de plus amples informations, pour des conseils ou des formations concernant l'accueil des visiteurs chinois ou le marché chinois, veuillez vous adresser à l'une des organisations suivantes:

HotellerieSuisse

Communication
Monbijoustrasse 130
3001 Berne
T +41 31 370 41 40
kommunikation@hotelleriesuisse.ch
www.hotelleriesuisse.ch

Switzerland Tourism – Shanghai

Room 1208, West Gate Tower
1038 Nanjing Xi Lu
200 041 Shanghai
PR China
info.sha@switzerland.com

Switzerland Tourism – Hong-Kong

Suite 1116, 11/F, Ocean Centre
Harbour City, 5 Canton Rd.
Tsim Sha Tsui, Kowloon
Hong Kong
info.hk@switzerland.com
T +852 2865 6505

Suisse Tourisme

Morgartenstrasse 5a
8004 Zurich
T +41 44 288 12 76
info@myswitzerland.com
www.myswitzerland.com

Suisse Tourisme – Chine

T +86 10 6512 0974
F +86 10 6512 0973
www.myswitzerland.com.cn
info.cn@switzerland.com

Switzerland Tourism – Pékin

Prosper Center, Tower 1,
Office 609
Guanghua Road 5,
Chaoyang District
100020 Beijing
PR China
info.cn@switzerland.com

Sites web utiles

www.myswitzerland.com/zh (Suisse Tourisme, en chinois)

www.sinoptic.ch (Informations sur la Chine, en français et en chinois)

www.chinadaily.com.cn (Quotidien chinois, en anglais)

www.sccc.ch (Chambre de commerce Suisse-Chine, en anglais)

ch.china-embassy.org (Ambassade de Chine)

www.swissinfo.ch/chi (Plateforme suisse d'information, en chinois)

www.globalblue.com (anglais)

www.globalblue.cn (chinois, informations sur le remboursement de la TVA)

