

Chinois et Indiens boostent le tourisme en Asie

ITM / AFP

En voyageant de plus en plus, les classes moyennes en Chine et en Inde en pleine prospérité impulsent une dynamique sans précédent au tourisme asiatique.



Bateau habitable à Kerala, Inde

Le soleil brille sur l'industrie du tourisme dans la région Asie-Pacifique, en croissance à deux chiffres grâce à une classe moyenne indienne et chinoise en pleine expansion, averse de

voyager et d'explorer son propre continent.

Retraités chinois aisés passant l'hiver sur l'île tropicale de Hainan, la "Floride chinoise", jeunes cadres pékinois en séjour de plongée à Cebu ou Palawan (Philippines), Indiens en week-end prolongé dans les parcs à thème de Hong Kong ou Singapour: les Asiatiques voyagent toujours plus.

Le nombre des arrivées dans la région a augmenté de 11% en 2010, selon les chiffres provisoires de l'Association du voyage en Asie-Pacifique (PATA). Et 2011 devrait voir une poursuite de cette tendance.

L'Asie, centre du tourisme mondial

Un taux de croissance "près du double du taux mondial", déclare à

Hyderabad, Inde





l'AFP John Koldowski, directeur adjoint de PATA. "Tout se passe ici".

"Le centre de gravité du tourisme mondial est en train de se déplacer vers la Chine, mais aussi vers l'Asie en général", notait récemment l'Organisation mondiale du Tourisme (OMT).

Les arrivées ont progressé de 14% en 2010 dans le sous-continent indien (Inde, Sri Lanka, Maldives...) et de 12% en Asie du

sud-est (Thaïlande, Vietnam, Singapour, Philippines...), qui a accueilli 70 millions de visiteurs.

Selon les analystes du cabinet PhoCusWright, le secteur du voyage en Asie-Pacifique devrait atteindre 212 milliards de dollars (153 mds d'euros) cette année, en hausse de 5% sur un an.

Cette croissance dynamique s'explique notamment par l'expansion d'une classe moyenne aisée en Chine et en Inde: 46

millions de Chinois et 4 millions d'Indiens ont séjourné à l'étranger l'an dernier.

Et une fois sur place, ils sortent leur porte-monnaie. Les Indiens dépensent bien plus que la moyenne des autres touristes, selon PATA.

"Pour certains marchés, les Indiens et les Chinois sont extrêmement importants", note John Koldowski. "Les touristes indiens à Singapour par exemple voyagent par groupe de quatre,

contre une moyenne de 2,9, et restent 5,8 jours en moyenne, contre 4 jours" pour les autres touristes.

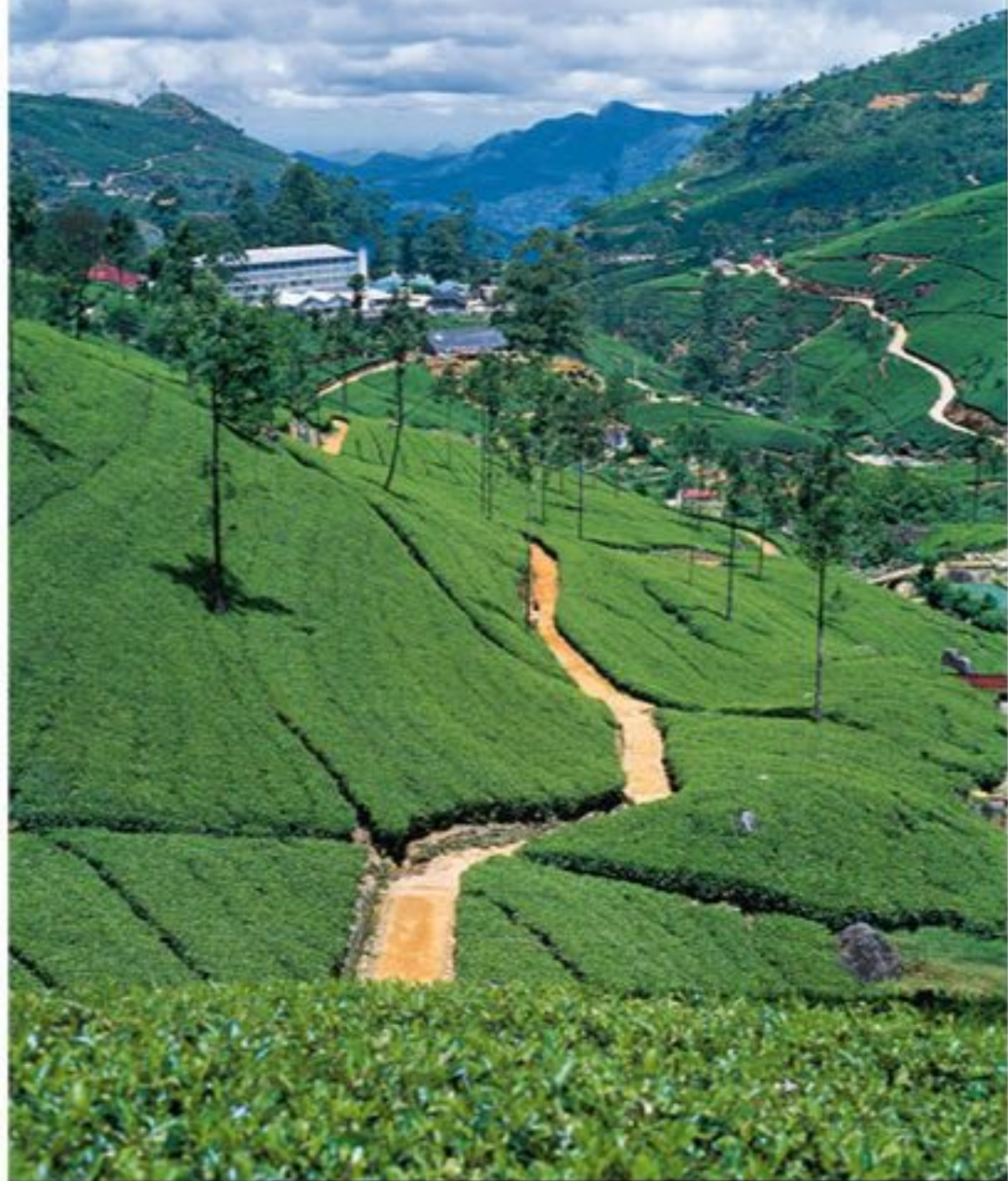
"Les voyages se sont bien repris après la crise mondiale financière", note Carl Jones, directeur de la branche services de conseils chez American Express Business Travel en Asie.

Les compagnies low coast et Internet, facteurs encourageants

La Grande muraille de Chine



Plantations de thé, Sri Lanka



"Pour les pays en voie de développement, qui forment une large partie de la région Asie-Pacifique, des vacances courtes dans les pays voisins continuent d'être le schéma principal. Mais avec la hausse du niveau de vie, les voyages vont se faire de plus en plus loin".

Le secteur bénéficie également du dynamisme des compagnies aériennes à bas coût, notamment en Asie du sud-est. La malaisienne

AirAsia et la philippine Cebu Pacific sont parmi les plus connues et ont placé sur la carte des lignes aériennes des sites touristiques nouveaux qui poussent comme des champignons.

Les arrivées dans l'Asie-Pacifique depuis l'Europe ou l'Amérique du Nord sont également en hausse, de 11% à 24 millions et de 10% à 13 millions respectivement.

Autre facteur favorisant la

Tawang, Inde



Vue d'une artère chinoise



croissance du secteur: les réservations sur Internet, en plein boom.

Le géant américain de réservation de voyages en ligne Expedia veut lancer au moins cinq sites en Asie, après en avoir ouvert un à Singapour.

"L'une des priorités pour 2011 sera d'accroître notre présence en Asie-Pacifique et nous prévoyons d'investir largement dans la région,

car nous pensons que les opportunités sont immenses et dans certains cas encore vierges", a indiqué à l'AFP une porte-parole du groupe.

Expedia a récemment acheté des sociétés développant des applications sur mobile dans le secteur du voyage, telle EveryTrail, qui propose un guide de voyage actualisé et interactif sur smartphone.