

Implantation d'une agence de voyages à Hong Kong

Entretien avec Oriane Rainero-Pagès, Incentive Manager, FORCETEN LTD.

France-Chine Express : Pourriez-vous nous présenter Forceten et nous donner un bref historique de l'agence ?

Oriane Rainero-Pagès : Fondée en 1989 par Véronique Brunet, FORCETEN LTD. est une agence de voyages qui à ses débuts offrait deux types de services. D'une part des prestations de voyages aux particuliers installés à Hong Kong et d'autre part une structure réceptive sur la Chine, Hong Kong, Macau et la Mongolie, pour des agences basées en France. Enfin, à ces deux départements « Outbound » et « Incentive Inbound » s'est ajouté en 2005 un département complémentaire ayant pour mission d'organiser pour le compte d'entreprises basées à Hong Kong des événements du type business meetings, séminaires ou Team Building, dans toute la région Asie-Pacifique. Le point commun entre ces trois départements est le service haut de gamme, avec des prestations sur-mesure et un personnel expérimenté.

FCE : Quelles sont les caractéristiques du marché du tourisme à HK ?

O.R.P : L'industrie du tourisme est un des piliers de l'économie hongkongaise. Le montant total des dépenses liées au tourisme récepteur en 2007 atteignait HKD 130 milliards. En 2008, 29,5 millions de visiteurs sont entrés à Hong Kong. Ce nombre, en augmentation depuis 2004 (plus de 7% de croissance annuelle moyenne depuis 2004), se caractérise tous les ans par la proportion croissante de touristes venus de Chine continentale ; celle-ci atteignait 55% en 2007. La Chine est non seulement la source principale des arrivées à Hong Kong, mais aussi la destination privilégiée des voyageurs de Hong Kong pour sa proximité et ses bas prix.

Hong Kong offre un tourisme de loisirs, d'affaires et depuis peu d'éco-tourisme. Depuis 2004, le territoire a fait son apparition parmi les dix premières destinations au niveau mondial en nombre d'arrivées, alors que la Chine continentale atteignait la 4ème position la même année, avec une progression spectaculaire de 27%, atteignant le chiffre historique de presque 42 millions d'entrées.

La qualité et la variété des infrastructures et des attractions est sans doute pour beaucoup dans ces bons résultats. D'abord, Hong Kong est accessible et offre un très bon réseau de transports. Son aéroport a d'ailleurs été nommé pour la septième fois en dix ans "Meilleur Aéroport du monde" en 2008. Ensuite, les infrastructures hôtelières ne manquent pas : aujourd'hui, on ne dénombre pas moins de 700 hôtels et logements hôteliers, dont le taux d'occupation a dépassé les 90% en moyenne en 2008. Hong Kong est également un centre important depuis deux décennies dans le domaine des séminaires et conventions (ou « MICE » pour Meeting Incentive Convention and Exhibition), avec notamment le Hong Kong Convention and Exhibition Center ouvert en 1988 et Asia-World Expo ouvert en 2005, même si aujourd'hui d'autres acteurs comme Macau et la région du Delta de la Rivière des Perles entrent en compétition sur ce secteur. Enfin, ces dernières années, à l'initiative principalement du Hong Kong Tourism Board, de nouvelles attractions touristiques ont vu le

jour, à l'image de Hong Kong Disneyland en 2005 ou encore Ngong Ping 360 en 2006 ; enfin des programmes ont été lancés pour développer le tourisme culturel et l'écotourisme avec notamment Hong Kong Wetland.

FCE : Existe-t-il des réglementations spécifiques aux agences de voyages sur HK ?

O.R.P : Les agences de voyages à Hong Kong doivent se plier aux dispositions légales définies par la « Travel Agents Ordinance » qui régit et contrôle l'industrie. Toute personne souhaitant créer une agence de voyages se doit entre autres d'obtenir une licence. Cela implique d'être membre du TIC (Travel Industry Council) et d'en suivre donc les directives et le code de conduite. Fin 2008, on comptait environ 1 500 agences de voyages à Hong Kong, un nombre qui n'a cessé de croître dans les dernières années, passant d'environ 1200 en 2001 à environ 1400 en 2004.

FCE : En comparaison avec la Chine, la ville de HK présente-t-elle des avantages pour tous voyageurs désireux de s'implanter ?

O.R.P : Oui, à l'évidence. A l'heure actuelle, en Chine, seules les activités de tourisme récepteur ou « Inbound » et de tourisme national sont autorisées aux agences de voyages étrangères, alors que les activités de tourisme émetteur ou « Outbound » (destinées aux personnes sortant du territoire) ne le sont pas. De plus, les restrictions du gouvernement envers les sociétés étrangères en termes de tourisme national ont, jusqu'à présent, indirectement aidé les sociétés chinoises. L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) a demandé à la Chine d'ouvrir l'industrie au niveau international, afin d'encourager l'amélioration des services de tourisme. Aussi, la Chine se voit contrainte, petit à petit, d'ouvrir son marché de l'Outbound à la compétition internationale. A Hong Kong, de telles restrictions n'existent pas. Une société ayant obtenu une licence d'agence de voyages peut exercer les activités d'Inbound et d'Outbound, qu'elle soit locale ou étrangère.

FCE : Quelles ont été / Quelles sont les difficultés rencontrées par Forceten ?

O.R.P : Les difficultés rencontrées par Forceten Ltd. ont très probablement été les mêmes que celles qui ont touché tous les acteurs du marché à Hong Kong, quelque soit leur nationalité : le contexte diplomatique (procédures de visa durcies durant les JO en 2008), les problèmes sanitaires (SRAS en 2003), les catastrophes naturelles (tremblement de terre dans le Sichuan en 2008) ou encore les crises économiques comme celle de 1997 ou celle que nous vivons actuellement affectent indéniablement le nombre d'arrivées de touristes à Hong Kong et en Chine.

FCE : Quels conseils donneriez-vous à une PME de ce secteur qui souhaite s'établir en Grande Chine ?

O.R.P : Les dispositions réglementaires et la barrière de la langue rendent réellement difficile l'implantation en Chine pour une agence de voyages française. En revanche Hong Kong présente d'indéniables atouts pour la création d'une nouvelle entreprise avec des procédures simplifiées et une administration efficace. Quant aux types de produits, il me semble difficile de battre les Chinois sur leur propre terrain... Inutile de chercher à faire du volume à bas prix, ils auront toujours un temps d'avance. Mon conseil : offrir un service de qualité !

Information complémentaire : Le salon Hong Kong International Travel Expo se tiendra à Hong Kong du 11 au 14 juin 2009. Plus d'infos : <http://www.itehk.com/ITEHK/index.php>