

Rencontres et débats autour du tourisme en Chine

Dimanche 24 mars 2019

Présentés par Yves DOLAIS, enseignant chercheur, Université d'Angers

Comment les Chinois sont devenus touristes ?

Analyse du voyage des Chinois dans le monde

Danna LUO, Université d'Angers, Université de Ningbo

Doctorante en 3^e année en géographie sous la direction de Ph. DUHAMEL.

L'idée principale est de montrer le processus d'évolution du tourisme émetteur en Chine. Le tourisme est un acteur dynamique en Chine aujourd'hui mais ce n'a pas toujours été le cas. Pendant une vingtaine d'année (jusqu'en 2000), le tourisme récepteur a été bien plus important. Il décolle en 1978 sous l'impulsion de l'État pour accueillir des devises. Le tourisme émetteur décolle à partir des années 2000. Aujourd'hui (depuis 2018), les deux courbes ont tendance à se rejoindre (les statistiques du gouvernement sont disponibles sur Internet).

Les quatre étapes de l'évolution du tourisme émetteur chinois :

- A la fin des années 1970, le tourisme émetteur chinois est limité aux visites de proches à Hong-Kong et Macao.
- Dans un deuxième temps, le tourisme frontalier se développe notamment avec la Corée du Nord depuis la ville de Dandong séparée de la ville nord-coréenne de Sinuiju par le fleuve Yalou. C'est une « forme embryonnaire » du tourisme émetteur chinois. Entre 1988 et 1990, le tourisme frontalier se développe principalement depuis les trois provinces du nord-est : Jilin, Heilongjiang et Liaoning ainsi que depuis la région autonome de la Mongolie intérieure, vers les pays voisins notamment l'Union soviétique.
- Le tourisme émetteur chinois va connaître un élargissement sous l'impulsion de l'État avec la création du Visa ADS (*Approved Destination Status*) qui permet de voyager en groupe à l'étranger : le voyage est possible seulement dans les pays qui ont signé un accord avec la Chine. Ce sont les agences qui font les demandes au nom du groupe de voyageurs. Les premiers pays qui délivrent ce visa sont notamment Hong-Kong, Macao, la Thaïlande, Singapour ou encore la Malaisie.
- Aujourd'hui, on peut voyager comme on veut, en groupe ou seul. Depuis 1997, la « Réglementation provisoire de la gestion des touristes chinois » opérant des voyages à l'étranger est approuvée par le Conseil des affaires d'État.

Depuis 2011, le gouvernement permet aux agences aux capitaux sino-étrangers d'entreprendre des affaires autour du tourisme émetteur chinois.

Exemple : un tour opérateur originaire de Chamonix, *Xavier Adventure*, s'est développée en Chine et se caractérise par la combinaison du tourisme et des sports en plein air. Sa clientèle cible sont les enfants et leurs familles.

<https://www.facebook.com/Xavier-Adventure-212004166240346/>

Bilan :

Entre les années 1950 et 1983, le tourisme émetteur chinois n'existait pas au sens strict. Jusqu'en 1997, le tourisme émetteur entre en phase embryonnaire caractérisée par les visites des proches et le tourisme frontalier. Après 1997, le tourisme émetteur s'ouvre très largement.

En mars 2018, 129 pays ont signé l'ADS avec la Chine c'est-à-dire 72% des pays ayant des relations diplomatiques avec la Chine.

Questions :***Où vont les touristes chinois ?***

Principalement en Asie du Sud-Est (notamment la Thaïlande) car il y a de nombreux vols réguliers, il y a moins de décalage horaire et la vie est peu chère.

Et la France ?

La France est une destination assez prisée mais statistiquement cela ne représente pas grand-chose. C'était la première destination européenne pour les Chinois jusqu'au dernier Nouvel an chinois où l'Espagne a dépassé la France. Les événements récents ont provoqué des annulations en cascade.

Ex : château hôtel de Boisniard près du Puy-du-Fou (seul 5 étoiles du coin), nombreuses annulations des groupes chinois pour cet été à cause des gilets jaunes.

En France, on estime qu'il y a 2 millions de touristes chinois par an sur les 90 millions de touristes étrangers donc c'est peu. C'est également peu pour la Chine puisqu'il y a 200 millions de touristes chinois dans le monde.

A la fin de 2018, un sondage est lancé par les médias chinois, à la question : « si vous avez de l'argent quelle sera la première chose que vous ferez ? » 64% ont répondu « voyager à l'étranger ». Ce pourcentage est plus élevé que dans certains pays européens.

Pour aller en Chine, il faut payer 126 euros et remplir 4 pages. Il faut avoir des revenus ce qui exclus par exemple les étudiants.

Montagnes à thé du Zhejiang. Le tourisme chinois à la découverte de ses territoires

Etienne MONIN, Université d'Angers, UMR Eso, UFR Esthua

Ce travail s'inscrit dans la préoccupation de la transformation des campagnes dans le cadre des interactions avec les villes. Le thé est un élément essentiel de la culture chinoise, c'est une forme de quintessence de ce que la culture chinoise a pu développer dans son rapport au monde. Elle entre dans une ère de nouvelle prospérité qui est celle de la Chine du XXI^e siècle. Il y a un art du thé dans la façon de le consommer mais aussi dans le mode de vie : « le meilleur investissement pour une vie longue » selon certains slogans publicitaires chinois. C'est une production de montagnes tropicales.

I – Les montagnes à thé chinoises

La distribution de la production de thé épouse le berceau de la civilisation Han, nous sommes dans les régions tropicales et subtropicales avec beaucoup d'humidité et pas de gel en hiver. Il y a une grande diversité des thés : thés verts, bleu-vert, noirs (dits rouges en chinois)... Les régions du sud-ouest sont les plus productrices comme le Yunnan. Dans les régions du sud-est, on a à la fois du thé et du riz.

Dans le Zhejiang, le grand thé est le Xihu Longjing, il est reconnu au plan national. On l'appelle aussi le thé du puits du dragon avec des feuilles très courtes et écrasées.

Actuellement la Chine produit 1/3 du thé mondial (devant l'Inde, le Kenya, le Sri Lanka et la Turquie).

II – Des paysages à la feuille de thé

Dans le Zhejiang, on trouve des jardins de plaine. Le thé replace le riz et d'autres cultures vivrières pour être commercialisé. Le thé est une culture qui exige énormément de main d'œuvre.

On trouve aussi des jardins de collines et des jardins en vallon ou terrasses théicoles.

Le thé suit un parcours depuis la cueillette jusqu'à sa mise en marché dont l'étape du séchage, la vente et enfin la consommation.

Le thé est un enjeu de développement économique et d'industrialisation. Actuellement, le thé demeure une production paysanne avec des marchés de gros qui redistribuent vers les centres de consommation. Ils servent de relais entre les campagnes et les villes.

Ce qui différencie les thés c'est le degré de fermentation. Elle est quasiment absente dans le thé vert par exemple. De plus, les feuilles de thé vert sont petites et très fraîches. Le thé vert est consommé dans l'année, plutôt au printemps et en été. Le « roi des thés verts » est le Longjing, il s'impose dans les années 1970. Ce sont des feuilles très tendres donc cela demande un énorme travail. Cependant, il y a un très grand nombre de variétés qui sont cultivées et pas un seul terroir par région.

III – Cas concrets dans des petites villes où le thé a une importance primordiale pour les territoires

Des salons du thé sont organisés dans les grandes villes et ils sont de plus en plus nombreux. Les producteurs y viennent ce qui est un très bon moyen de découvrir le thé.

Le thé du puits du dragon est cultivé dans la région de Hangzhou. Cette région est un haut lieu du tourisme culturel en Chine. Une Cité du thé vient d'être construite à Longwu aux portes du village. On y trouve des marchands de thé, des maisons de thé qui sont plus luxueuses, il y a aussi des cours, des formations, des séminaires d'entreprises...

Le district de Songyang a connu un fort développement dans les années 1980. L'économie théicole est devenue une spécialité de l'agriculture locale avec un plan d'action du gouvernement. Cette politique s'appelle « un bourg, une spécialité ». Songyang a accru sa production et a aussi joué la carte du marché de gros au point que c'est aujourd'hui le marché de gros du thé vert le plus important de Chine alors que cette région se trouve au cœur des montagnes. Pourtant, Songyang a une identité théicole qui est faible. Il n'y a pas un thé qui soit très connu.

Aujourd'hui ce qui est intéressant à Songyang c'est que le district a lancé une politique d'ouverture touristique pour devenir un nouveau « spot » du tourisme rural. Le slogan est que Songyang est « le lieu caché du Jiangnan » pour les citadins qui souhaiteraient éviter les lieux très connus et donc très fréquentés. Cette nouvelle identité est très médiatisée aujourd'hui avec du land art, des aménagements du paysage menés par des cabinets d'architecture.

Vers 2013-2014, le parc du thé parfumé de Damushan a ouvert ses portes. Il accueille des touristes, propose des activités culturelles et artistiques mais aussi des activités sportives puisque ce parc est aussi appelé le « parc du thé cycliste ».

Exemple : nombreuses photos de vététistes dans les champs de thé sur Internet
Ce terroir est mis en scène désormais avec des architectes qui développent des pavillons de bambous dans ce parc. Les photographes professionnels viennent aussi y prendre des photos et se servent de ce décor afin de vendre des produits.

Bilan :

Pour la ville de Songyang, le thé est une des composantes de la palette que cette ville peut proposer aux touristes mais il y en a d'autres car la ville est par exemple une « étape » historique de la Longue Marche.

Aujourd'hui, beaucoup de ces sites ont un label matériel et immatériel de l'UNESCO. Le marché intérieur (principalement urbain) pousse vers l'agriculture biologique.

La montagne aux yeux des Chinois : une évolution du prisme du tourisme

Yuejiao WANG, Université de Ningbo

La montagne est présente depuis longtemps dans l'histoire de la société chinoise, elle est représentée très tôt dans les œuvres artistiques. Les premières images sont mystérieuses et sacrées.

L'intervention se construit principalement autour de l'exemple du Mont Lushan (à l'ouest de Shanghai, dans la province du Jiangxi).

La montagne sacrée

Pourquoi la montagne est-elle si mystérieuse ?

Dans un premier temps, probablement par manque de connaissances donc on construit un imaginaire et des légendes autour de ce lieu. De plus, pour les Chinois, elle est comme un axe central qui relie le ciel et la terre.

Les *Légendes des montagnes et des mers* (récits et légendes transmis à l'oral de générations en générations) sont une sorte d'encyclopédie qui dessine la Chine de l'époque. Grâce à ces légendes on a pu placer progressivement les montagnes. Ces récits sont archivés à la fin de l'époque de Chunqiu (770-476 avant JC).

La montagne est aussi souvent perçue comme étant très fertile. C'est également la demeure des génies.

La montagne des lettrés

Ils visitent les montagnes notamment pour y vivre. C'est un moyen de trouver un autre mode de vie. Ils deviennent ermites. C'est par exemple le cas de Tao Yuanming (Ve siècle). Il décrit une vie simple, loin de l'ambition. Il devient donc un modèle.

Ces lieux sont éloignés du reste de la société, ils sont peu accessibles. Au Ve siècle, le Mont Lushan va devenir le lieu idéal où se cacher.

La montagne des hill-stations

Fin XIXe- début XXe siècle, c'est la fin de la dynastie et le début de la République de Chine. A cette époque, il y a beaucoup d'étrangers notamment dans les grandes villes. Les premiers touristes sont ces étrangers qui vivent en Chine. Le Mont Lushan est une des premières montagnes visitées. En 1886, un missionnaire américain découvre un petit village (Kuling), il décide de l'aménager pour que les étrangers puissent y passer l'été. En 1905, il conçoit le 1^{er} plan d'aménagement. Pour faire venir les étrangers, il fait construire des routes pour les chariots puis pour les voitures. Enfin, il transforme le nom du village qui à l'origine était Gu Niu Ling ». Le nouveau mot a un grand succès car Kuling en anglais ressemble à « cooling » c'est-à-dire le lieu où on se rafraîchit.

Dans les années 1920, les maisons sont rachetées par les Chinois très riches. Ces maisons existent toujours aujourd'hui. Ainsi, à cette époque, la montagne est un élément de distinction sociale. Ce sont les riches qui peuvent y aller pour se détendre et se reposer.

La montagne : site touristique

Vers 1980, on assiste à une reprise de la pratique touristique. L'État développe des sites touristiques dont celui du Mont Lushan. En 1982, il est labellisé comme « Zone des paysages

et des lieux célèbres ». Des remontées mécaniques sont installées et on développe des métaphores, des mises en scènes des paysages de la montagne pour que les touristes s'arrêtent : formes humaines ou animales dans le décor.

Exemple : pic d'une montagne qui aurait la forme d'une tête de dragon

La montagne touristique d'aujourd'hui

Désormais, les hôtels haut de gamme se multiplient. Ce sont des maisons très modernes qui ne ressemblent pas à l'habitat des montagnes chinoises. On reprend en fait quelques éléments de l'architecture et on le modernise.

On a également créé une station de ski sur le Mont Lushan. Ce développement s'explique aussi par une stratégie politique car en 2022 il va y avoir les JO d'hiver à Beijing. Xi Jinping a annoncé qu'il voulait 300 millions de skieurs. Mais cette station reste très modeste avec seulement deux pistes de ski. Le développement de ces pistes modifie le paysage de la montagne et on donne une nouvelle image.

Conclusion

On voit qu'il y a une diversification des pratiques touristiques et donc des paysages de montagne. La montagne devient une montagne peuplée avec des villages qui se sont développés autour. Comme cela complexifie la gestion de la montagne, une ville de Lushan a été créée en 2017. Un plan d'aménagement a été réalisé pour les prochaines années (jusqu'en 2035).

Questions :

Le tourisme à Lushan est-il régional ou national ?

Le tourisme à Lushan est national, la montagne est très connue donc elle attire les touristes de tout le pays.

Quelles activités se développent hormis le ski ?

En été, on assiste à un très fort développement de la randonnée ce qui modifie aussi la perception de la montagne.

Remarques :

* L'autre grande station chinoise est celle de Moganshan, elle se trouve à seulement 60km de la ville de Hangzhou et à 200 km de Shanghai. Elle est donc très fréquentée par les citoyens de ces grandes villes car facile d'accès. On y trouve également de vieilles demeures construites au début du XXe siècle comme sur le Mont Lushan.

Voir :

https://www.nytimes.com/slideshow/2012/01/08/travel/20120108_moganshan/s/08MOGANSHAN-slide-ZLOF.html

* Le président du Club Med a dit que l'avenir du ski viendra des Chinois. Ainsi, il y a désormais une monitrice chinoise à Courchevel.

* Les JO de Beijing en 2022 devraient participer au développement de stations. Il y aura trois sites pour les différentes épreuves :

- Beijing

- Yanqing à 80 km au nord-ouest de Beijing
- Zhangjiakou dans le district de Chongli (province de Hebei) qui est déjà une destination populaire pour le ski.

Voir : <https://www.olympic.org/beijing-2022>

Notes prises par Riselaine Chapel, Lycée Aimé Césaire de Clisson.