



INTERVIEW

**JEAN-CHARLES FORTOUL**

CEO APAC Resorts  
Club Med



Club Med Premium All Inclusive Lijiang, au pied de la montagne du dragon de Jade 丽江Club Med Premium全包酒店, 五龙山脚下



Nouvelle ouverture Club Med proche de Chengdu avec le Club Med Joyview Heilongtan 成都新开设的地中海度假村——地中海邻境·黑龙潭度假村

« Le Club Med continue son développement en Chine. Nous allons ouvrir notre premier village Club à l'Ouest sur Chengdu avec le Club Med Joyview d'Heilongtan le 11 juillet prochain. Heilongtan Resort, situé à 90 minutes de route de Chengdu, s'étend sur environ 7 hectares. Il offre diverses installations, y compris des salles de réunion, un spa, une piscine extérieure et un parc aquatique pour les familles. »

nous répondons sur le marché avec des programmes hebdomadaires dans nos resorts de Lijiang et Guilin, sous le thème "French Vibe" durant l'été.

**Quelles opportunités cette année si riche offre-t-elle au Club Med en Chine ?**

Le Club Med souhaite profiter de cette opportunité pour promouvoir la culture française, en tant que marque d'origine française. Nous organiserons de nombreuses activités liées à la culture française dans tous nos resorts en Chine, telles que des dégustations de plats et de pâtisseries traditionnels français, des ateliers de cuisine française pour les familles, ainsi que des spectacles de danse cancan.

De plus, le Club Med continue son développement en Chine. Nous allons ouvrir notre premier village Club à l'Ouest sur Chengdu avec le Club Med Joyview d'Heilongtan le 11 juillet prochain. Heilongtan Resort, situé à 90 minutes de route de Chengdu, s'étend sur environ 7 hectares. Il offre diverses installations, y compris des salles de réunion, un spa, une piscine extérieure et un parc aquatique pour les familles.

Le développement des équipes est également une priorité pour le Club Med. Nous augmentons la mobilité de nos équipes GO chinois vers l'Europe et l'Asie. En 2023, 236 GO chinois ont été envoyés dans des resorts hors de Chine.

**Cette séquence peut-elle également faire émerger pour le Club Med de nouveaux projets ou partenariats en France ?**

Oui, nos produits dans les Alpes françaises sont très attractifs et nous proposons une gamme complète d'offres de ski non seulement en Chine mais aussi en France, au Japon, en Italie, en Suisse et même au Canada !

**Ainsi que d'autres projets en Chine ?**

Oui, nous continuons notre développe-

# LE CLUB MED CONTINUE SON EN CHINE

**Quelles sont les perspectives de développement du Club Med en Chine ?**

Nous avons une forte empreinte en Chine avec 10 resorts sur le marché chinois et certains nouveaux resorts en préparation, notamment à Hangzhou, Chongli et Wenzhou. Nous proposons une marque *lifestyle* sur le marché chinois. Outre notre offre all inclusive, nous avons également créé deux autres lignes de produits sur le marché chinois afin de répondre aux divers besoins des consommateurs. Tout d'abord, Club Med Joyview qui a été conçu pour le marché chinois en 2018 pour répondre à un besoin de flexibilité dans l'hébergement. Nous avons 3 resorts Club Med Joyview (Anji, Yanqing, Thousand Lakes) en Chine. Ensuite, Club Med Urban Oasis a été conçu pour répondre aux besoins de vacances en milieu urbain en Chine. Nous avons 2 resorts Club Med Urban Oasis (Xianlin Nanjing et Taicang) ouverts en 2023. Nos resorts de Xianlin et Nanjing ont enregistré des chiffres record de ventes d'environ 20 millions de RMB dès le 1<sup>er</sup> jour de commercialisation. Nous continuons aussi de renforcer notre positionnement sur le marché du ski premium all inclusive en montagne. Malgré une

« Les tendances montrent des séjours plus longs et plus fréquents en hiver, ainsi qu'une fidélisation accrue des clients au ski. Selon les principales marques de matériel de ski présentes en Chine, les ventes de matériel de ski ont augmenté de 40 % par rapport à 2023, et celles de snowboard et de vêtements de marques chinoises jusqu'à 300 %. »

augmentation moins marquée qu'avant la crise sanitaire, le nombre de skieurs continue de croître.

Les tendances montrent des séjours plus longs et plus fréquents en hiver, ainsi qu'une fidélisation accrue des clients au ski. Selon les principales marques de matériel de ski présentes en Chine, les ventes de matériel de ski ont augmenté de 40 % par rapport à 2023, et celles de snowboard et de vêtements de marques chinoises jusqu'à 300 %. Les Jeux Olympiques et les réseaux sociaux ont largement contribué à cette croissance, soutenue par le plan 2025 du gouvernement chinois, qui inclut des programmes éducatifs sur la neige accessible à tous. La montagne attire également en été, avec les stations de Chongli enregistrant des taux d'occupation proches de 100% en juillet et août. Nous souhaitons retrouver une dynamique sur le marché du tourisme « inbound » et attirer à nouveau des touristes étrangers en Chine. Cet hiver, 10% des réservations dans nos villages montagne étaient hors marché Chine continentale, atteignant même 20 % à Guilin. La politique de visa favorable ouvre aussi de nouvelles perspectives.

# DÉVELOPPEMENT

**Vous parlez d'une forte demande pour les vacances à la montagne. A ce jour, quel est le positionnement du Club Med sur le marché de la montagne en Asie ?**

Le ski gagne en popularité dans toute l'Asie, notamment en Asie du Sud, où le nombre de skieurs a augmenté de 74% par rapport à 2023, selon l'Organisation mondiale du tourisme.

Club Med, leader mondial des vacances en famille all inclusive à la neige, correspond à la demande du marché asiatique. Nos resorts en Chine et au Japon ont affiché un taux d'occupation élevé durant l'hiver 2023-2024. Notre nouveau resort, Kiroro Grand à Hokkaido, a été récemment nommé parmi les 100 meilleurs nouveaux hôtels de l'année dans la liste des meilleurs nouveaux resorts de 2023 établie par Travel & Leisure 2024 IT List. Cet hiver, nos resorts à Hokkaido ont accueilli des clients de neuf marchés différents ; le nombre de clients chinois s'élevant à 8 %.

Avec des taux d'occupation élevés cet hiver, Club Med affirme clairement sa position de leader des vacances de ski tout compris en Asie.

**Comment cette année 2024 - marquée notamment par la tenue des JO de Paris et l'année franco-chinoise du tourisme culturel - va-t-elle, selon vous, renforcer les liens, économiques notamment, France-Chine ?**

Cette année 2024 est propice à l'intensification des échanges économiques et culturels entre la France et la Chine. Les partenariats se multiplient, comme en témoigne le festival des lanternes de Shanghai Yuyuan, qui s'est tenu entre le 15 décembre 2023 et le 25 février 2024 au Jardin d'Acclimatation de Paris ; événement organisé par Fosun.

Pour célébrer le 60<sup>ème</sup> anniversaire des relations diplomatiques entre la France et la Chine, la France a été l'invitée d'honneur au salon CIFTIS (Salon international du commerce des services de Chine) à Pékin. En avril dernier, plusieurs délégations chinoises intéressées par le développement des stations de ski ont visité le salon « Mountain Planet » à Grenoble.

Les touristes chinois venus pour ces événements peuvent combiner leurs visites à Paris avec la découverte de nos sites en France (dans les Alpes françaises ou en Provence). Il y a un intérêt croissant pour la culture française, auquel



ment en Chine, en renforçant notre pénétration du marché et la notoriété de notre marque. Nous avons trois nouveaux resorts en construction : un village premium all inclusive montagne proche de Chongli, un Club Med Urban Oasis à Hangzhou, et un Club Med Joyview dans la région de Wenzhou, à proximité de Shanghai. De plus, quatre de nos resorts font l'objet de rénovation et d'extension. Nous avons aussi de nouveaux projets de resorts en cours de contractualisation. Par ailleurs, nous développons des écoles de ski en dehors de nos resorts, appelées « Ski Elite by Club Med ». Ces écoles ont été opérées avec succès cet hiver dans la région de Beijing et dans la région de Altay. Ces initiatives visent à promouvoir le ski et à offrir un apprentissage de haute qualité.

### Plus globalement, et après les années Covid-19, comment stimuler le tourisme en Chine (également depuis la Chine vers la France) ?

Suite au Covid 19, la tendance est à la demande pour des activités extérieures : cela bénéficie de notre offre à la montagne. Les tendances de réservation à la dernière minute persistent très fortement. Cependant, sur la montagne, on note une tendance early-booking.

Sur la montagne hiver, Ctrip a enregistré une croissance de 460 % des ventes de séjours de ski à l'étranger par rapport à 2023, bien que cela reste en dessous des chiffres de 2019. On constate cependant une tendance positive et Ctrip reste confiant quant à l'avenir des séjours à l'étranger. Depuis la Chine, les voyages à l'étranger restent pour l'instant concentrés sur le Japon (Hokkaido et Nagano). Il y a un retour progressif sur l'Europe sur les stations haut de gamme, comme Courchevel pour la France.

L'une des priorités est de faire venir les clients asiatiques, et notamment chinois, sur la France en répondant à leurs besoins plus spécifiques. Ainsi, nous mettons en place des packages combinant ski et découverte, avec 4 jours dans les Alpes et 3 jours à Paris.

Notre modèle repose sur la circulation internationale des clients. Dans nos villages en Chine le tourisme international a été fortement affecté par le COVID. Attirer ces clients internationaux dans nos resorts, y compris les destinations soleil comme Guilin et Lijiang, est une priorité. L'exemption de visa reste l'un des facteurs déterminants. Elle permet aux visiteurs de planifier un voyage international sans nécessiter une préparation à long terme. Par ailleurs, les vols directs représentent également un moyen efficace de promouvoir les destinations, notamment pour les familles, pour qui l'accessibilité est primordiale.

\* pour les séjours de 15 jours maximum, pour les ressortissants de 12 pays : la France, la Belgique, l'Allemagne, le Luxembourg, l'Italie, l'Espagne, la Malaisie, la Suisse, l'Irlande, la Hongrie, l'Autriche, et les Pays-Bas).

Propos recueillis par P. TI



Club Med Premium All Inclusive Beidahu dans la province de Jilin, un des plus beaux domaines de ski de Chine  
中国最美丽的滑雪区之一，吉林省北大湖的Club Med Premium全包酒店

## CLUB MED继续拓展

## 中国市场



采访

傅杰森

Club Med亚太区  
度假村首席执行官

« 趋势表明冬季滑雪者的停留时间更长、次数更多，滑雪顾客的忠诚度也在提高。根据中国主要滑雪装备品牌的销售数据，滑雪装备的销售额与2023年相比增长了40%；中国品牌的滑雪板和服装销售额增长高达300%。»

### Club Med在中国的发展前景如何？

我们在中国拥有广阔的市场版图，现有10家度假村，并正在杭州、崇礼和温州等地筹备新的度假村。我们在中国市场提供的是一种强调生活方式的品牌。除了一价全包的产品之外，我们还在中国市场推出了另外两条产品线，以满足消费者的不同需求。首先是2018年为中国市场设计的“地中海邻境”（Club Med Joyview），旨在满足灵活的住宿需求。目前我们在中国有3家地中海邻境度假村，分别位于安吉、延庆和千岛湖。此外，“地中海白日方舟”（Club Med Urban Oasis）是为满足中国城市度假需求而推出的设计。2023年，我们在南京仙林和太仓开设了两家地中海白日方舟度假村。南京仙林的度假村在开业首日就实现了约2000万元人民币的创纪录销售额。我们还在继续巩固我们在一价全包高端山地滑雪市场的地位。尽管增幅不如疫情前那么明显，但滑雪人数仍在持续增长。

趋势表明，冬季滑雪者的停留时间更长、次数更多，滑雪顾客的忠诚度也在提高。根据中国主要滑雪装备品牌数据显示，滑雪装备的销售额与2023年相比增长了40%；中国品牌的滑雪板和服装销售额增长高达300%。奥运会和社交网络在很大程度上推动了这一增长，而中国政府的《冰雪运动发展规划（2016—2025年）》

也为这一增长提供了有力支持，其中包括全民冰雪运动普及项目。即使在盛夏时节，山区也吸引了大量游客。崇礼度假村在7月和8月的入住率接近100%。我们希望恢复入境旅游市场的活力，吸引外国游客回到中国。今年冬天，我们山庄度假村的预订中有10%来自中国大陆以外的市场。桂林山庄度假村来自大陆以外市场的预订甚至达到了20%。优惠的签证政策也为我们开辟了新的市场前景。

### 您提到山地度假需求强劲。Club Med目前在亚洲山地度假市场的定位是什么？

根据联合国世界旅游组织的数据，滑雪运动在整个亚洲，尤其是南亚地区越来越受欢迎。自2023年以来，南亚的滑雪人数增长了74%。

Club Med作为全球一价全包式家庭滑雪度假的领军者，正积极响应亚洲市场的需求。我们在中国和日本的度假村在2023-2024年冬季的入住率非常高。我们的新度假村——北海道Kiroro Grand最近在Travel+Leisure IT List 2024榜单上被评为2023年度最佳新度假村100强之一。今年冬天，我们的北海道度假村接待了来自九个不同市场的客人，其中中国游客占比达8%。

今年冬天，Club Med度假村居高不下的入住率充分证明了其作为亚洲一价全包式滑雪度假领头羊的地位。

« Club Med也在中国继续扩张。我们将于7月11日在成都开设第一家位于西部地区的度假村——地中海邻境·黑龙潭度假村。该度假村距离成都90分钟车程，占地约7公顷，提供包括会议室、水疗中心、室外游泳池和家庭水上乐园在内的各种设施。»

度假村——地中海邻境·黑龙潭度假村。该度假村距离成都90分钟车程，占地约7公顷，提供包括会议室、水疗中心、室外游泳池和家庭水上乐园在内的各种设施。

团队发展也是Club Med的首要任务之一。我们正在增强中国G.O团队在欧洲和亚洲的流动性。2023年，236名中国G.O团队的成员被派往中国以外的度假村工作。

### 这是否也会为Club Med在法国带来新的项目或合作契机？

是的。我们在法国阿尔卑斯山的产品非常有吸引力。此外，我们不仅在中国，还在法国、日本、意大利、瑞士和加拿大提供全套滑雪套餐。

### 在中国还有其他项目吗？

是的。我们将继续在中国发展，提高市场渗透率和品牌知名度。我们有两个新的度假村正在建设中，分别是位于崇礼附近全包的滑雪度假村、位于杭州的地中海白日方舟以及位于上海附近温州地区的地中海邻境。此外，我们还有四个度假村正在翻新和扩建，同时还有新的度假村项目正在签约中。此外，我们还在度假村外开发名为“Club Med精英滑雪”的滑雪学校。今年冬天，这些学校已经在北京和阿勒泰地区成功运营。这些举措旨在推广滑雪运动，提供高品质的学习机会。

### 从更宏观的角度来看，在后新冠时代该如何促进中法之间的双向旅游？

在新冠疫情之后，对户外活动需求的增长趋势利好我们的山地旅游产品。即便最后一分钟预订的趋势依然十分强劲，但山地产品的提前预订趋势也很明显。

在冬季山地旅游方面，携程海外滑雪度假产品的销售额与2023年相比增长了460%，尽管这一数字仍低于2019年。不过我们观察到的趋势是正向积极的，携程对海外度假的未来也依然充满信心。目前，中国的出境游仍集中在日本（如北海道和长野）。欧洲的顶级度假胜地正在迎来中国游客的逐渐回归，例如法国的库尔斯舍维勒。

我们的首要任务之一是吸引亚洲的客户前来法国旅游并满足他们的特殊需求，尤其是来自中国游客的各种需求。为此，我们推出了4天在阿尔卑斯山游玩、3天在巴黎游玩，将滑雪与探索相结合的度假套餐。

我们的运营模式依赖于客户的国际流动。受疫情影响，我们在中国度假村的国际游客数量大幅减少。吸引这些国际游客前往我们的度假村，包括桂林和丽江等明媚胜地是我们的首要任务之一。豁免签证是其中的一个决定性因素，这使游客可以计划一次国际旅行而无需做长期准备。此外，直飞航班也是推广旅游目的地的有效方式，尤其对于家庭游客来说，交通的便利性至关重要。

\*对以下12个国家的公民，最多可以免签证停留15天：法国、比利时、德国、卢森堡、意大利、西班牙、马来西亚、瑞士、爱尔兰、匈牙利、奥地利和荷兰。

采访人：P. TI