Une transformation du voyage dans les marchés émergents

Mars 10, 2017

J'ai récemment publié un blog sur les opportunités du secteur des loisirs et des divertissements dans les marchés émergents, y compris l'industrie du voyage. Grâce à de meilleures infrastructures et à des vols plus abordables, davantage de voyageurs sont en mesure d'explorer des lieux exotiques qu'ils ne connaissaient qu'à travers leurs lectures ou la télévision. Ce tourisme n'est d'ailleurs pas réservé aux habitants des marchés développés : de nombreuses personnes vivant dans les marchés émergents disposent d'un revenu discrétionnaire plus important qui leur permet, à elles aussi, de voyager dans le cadre de leurs loisirs.

Voyager à destination et au sein de marchés émergents est aujourd'hui bien plus aisé et rapide que jamais auparavant. Dans certains de ces pays, des aéroports et des gares rutilants rivalisent avec ceux des marchés développés, voire les dépassent. Lorsque j'ai commencé à faire de la recherche il y a plus de 40 ans, il n'y avait tout simplement pas de transports aériens dans nombre de pays en développement. On y comptait seulement quelques aéroports et nettement moins de lignes aériennes. Les avions étaient également moins performants et ne parcouraient pas les distances qu'ils réalisent aujourd'hui.

Les infrastructures au sol étaient également déficitaires, avec des routes en mauvais état et une offre ferroviaire limitée ou complètement absente. Un voyage de recherche qui à l'époque m'a conduit en Indonésie est un bon exemple des difficultés rencontrées alors pour se rendre d'un lieu à un autre. Mon objectif était d'étudier la production de savon sur place, ce qui exigeait que je parcoure tout le territoire du pays, du nord de Sumatra à la pointe méridionale de Bali. Il y avait peu de vols directs et voyager signifiait emprunter de petits avions, des bus, des taxis, des ferries, des motos et même des vélos ! J'étais souvent épuisé de mon voyage avant même de commencer à travailler.

Je suis parti de Medan pour me rendre à Palembang et dans d'autres parties du pays afin d'en visiter les usines de savon, souvent sur des chemins de terre battue accidentés. Les hôtels au sens moderne du terme étaient rares. Je séjournais donc dans des auberges traditionnelles indonésiennes (appelées losmen), de petites installations qui étaient souvent le prolongement d'une maison.

À mon arrivée à Bali, je me suis rendu compte que mon passeport était resté dans un losmen de Surabaya. À cette époque, il était courant que le personnel du losmen ou de l'hôtel demande le passeport du visiteur et le garde jusqu'à son départ. Cette fois-là, on avait oublié de me le rendre, et dans ma hâte pour rejoindre ma prochaine destination, j'avais oublié de le demander en quittant les lieux.

La perte de mon passeport aurait pu être une catastrophe, mais l'extrême gentillesse et l'hospitalité des Indonésiens m'ont heureusement permis de le récupérer rapidement et en bon état. À Bali, la police a eu l'amabilité de m'aider à appeler le losmen à Surabaya et mon passeport m'a été expédié à Bali par le bus suivant. J'ai dû retarder la suite de mon voyage d'une journée pour attendre mon passeport, mais j'étais vraiment heureux de l'avoir récupéré, car sans lui je n'aurais pas pu poursuivre mon périple.

Aujourd'hui, un nombre croissant de visiteurs du monde entier peut profiter des multiples attraits de l'Indonésie et parcourir le pays plus facilement qu'il ne m'a été donné de le faire à l'époque. Le gouvernement a fait du tourisme une priorité et cette décision semble avoir porté ses fruits : dans le rapport du Forum économique mondial sur la compétitivité dans le secteur du tourisme et des voyages, l'Indonésie est passée de la 70e place en 2013 à la 50e en 2015.[1] Alors qu'il convient encore d'investir dans les infrastructures en Indonésie, le transport aérien a largement progressé. Je peux désormais visiter plusieurs entreprises indonésiennes en une seule journée et utiliser mon propre téléphone portable pour toute demande d'assistance ou prendre des dispositions un peu partout dans le pays.

Le tourisme est important pour l'Indonésie comme pour de nombreux autres pays de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est (ANASE).[2] Par exemple, depuis 2015, les voyages et le tourisme ont représenté, directement ou indirectement, près de 30 % du produit intérieur brut (PIB) du Cambodge et plus de 20 % du PIB de la Thaïlande.[3]

Il est important de souligner que des économistes ont constaté que le tourisme avait un effet majeur sur une grande partie de la population à travers ce qu'ils appellent l'« effet multiplicateur ». En d'autres termes, les dollars issus du tourisme irriguent directement les secteurs de la vente au détail et de l'hôtellerie, dans lesquels travaillent de nombreuses personnes issues des classes moyennes et défavorisées.

Les touristes chinois s'aventurent en masse hors de leurs frontières et représentent une part essentielle de la croissance touristique en Asie et dans d'autres régions du monde. En 2000, près de 10 millions de touristes chinois avaient visité les pays de l'ANASE. En 2015, ils étaient 78 millions.[4] L'ensemble des destinations de la zone ANASE a absorbé 21 % des visiteurs chinois voyageant à l'étranger en 2015.[5] Ceci étant, il est utile d'observer certaines tendances et évolutions en Chine en matière de voyages et de loisirs.

Les voyages en Chine et depuis la Chine

L'expansion de l'industrie du voyage en Chine est tout à fait remarquable. Lors des congés accordés en octobre 2016 à l'occasion de la fête nationale (également appelés « Golden Week »), plus de 590 millions de voyages intérieurs ont été effectués sur le territoire national chinois, soit une hausse de près de 13 % par rapport à la même période en 2015.[6] Les dépenses totales liées au tourisme ont atteint 421 milliards de RMB, soit une hausse de 14 % par rapport à l'année précédente, et les Chinois ont par ailleurs dépensé des montants records en achats divers et alimentation au cours de cette semaine de vacances. Les Chinois ne se contentent plus de voyager à l'intérieur de leurs frontières pendant leurs congés. Le Maroc a été une des destinations les plus prisées des touristes chinois au cours de la « Golden Week » de l'année dernière et le Nouvel An lunaire de cette année a vu les voyageurs chinois affluer aussi bien vers d'autres pays d'Asie que vers l'Europe ou l'Amérique du Nord.

Depuis 2004, la Chine a connu chaque année une croissance à deux chiffres de ses dépenses, fournissant ainsi le premier contingent mondial de voyageurs étrangers.[7]

High-speed train, Guiyang, China station

Il y a quelques décennies, le tourisme de loisir était un concept méconnu pour la plupart des citoyens chinois. Aujourd'hui, nombreux sont les consommateurs chinois à disposer de revenus plus conséquents leur permettant de voyager et de s'offrir des moments de loisir. En 2001, seuls 3 % de la population chinoise étaient considérés comme bénéficiaires d'un revenu moyen, ce chiffre étant passé en 2011 à 18 % de la population.[8] En termes absolus, cela signifie que plus de 200 millions de personnes ont franchi le seuil du revenu moyen.[9] Tandis que la Chine possède la classe moyenne la plus peuplée au monde en chiffres absolus, elle demeure en deçà de la moyenne internationale quand elle est exprimée en pourcentage. Toutefois, le revenu disponible par habitant a augmenté dans les ménages urbains, de 165 % entre 2006 et 2015, pour atteindre les 31 195 yuan (4 551 USD).[10]

Selon un rapport de l'*Economist Intelligence Unit*, d'ici 2030, 35 % de la population chinoise (représentant environ 480 millions de consommateurs) devraient satisfaire à ses définitions de revenu moyen et de revenu élevé. Les consommateurs à revenu moyen supérieur ayant un revenu disponible oscillant entre 67 000 et 200 000 RMB (10 800-32 100 USD) et les consommateurs à revenu élevé ayant un revenu disponible supérieur à 200 000 RMB (32 100 USD).[11]

Activités de loisirs en Chine

Les activités de loisirs sont en plein essor en Chine. C'est pourquoi je prévois un développement accru dans ce domaine. Le gouvernement chinois a ordonné que la part en pourcentage du PIB consacrée aux secteurs des services soit relevée dans le cadre des efforts déployés pour transformer l'économie du pays en la focalisant sur la croissance intérieure plutôt que sur la production destinée à l'exportation.

Dans le sud de la Chine, Macao a développé une importante industrie des services fondée sur les jeux. Elle est maintenant connue sous le nom de « Las Vegas chinois » et devient un centre de divertissement général qui continue de croître. Macao est une région semi-autonome sur la côte méridionale de la Chine, qui était un territoire portugais jusqu'en 1999. Macao s'appelle aujourd'hui officiellement Région administrative spéciale de Macao de la République populaire de Chine.

Lors d'une récente visite à Macao, mes collègues et moi avons visité un établissement thermal que nous avions vu dans le passé. À son ouverture 10 ans plus tôt, les installations étaient plutôt impressionnantes, mais leur entretien s'est depuis lors dégradé et cette attraction, qui attirait jadis les foules, ne comptait que quelques clients lors de notre dernière visite. Cela montre bien que les nouvelles constructions attirent les visiteurs, mais qu'il faut ensuite les entretenir ! En tant qu'investisseur, cela prouve également qu'il est important de voir et d'évaluer directement une situation. Même lorsqu'un projet semble prometteur, les conditions peuvent rapidement changer. L'important est de découvrir pourquoi.

Nos déplacements sur l'île de Hengqin à Zhuhai ont illustré les améliorations constatées dans les infrastructures de la région au cours des dernières décennies. Zhuhai est devenue une zone économique spéciale (ZES) à la fin des années 1970 grâce à la politique gouvernementale qui a ainsi ouvert une « fenêtre » sur Macao et le monde extérieur. Les ZES offraient aux investisseurs étrangers des mesures incitatives particulières, dont des taux d'imposition plus favorables et moins de formalités administratives. Le statut de ZES de Zhuhai signifiait pour la ville un encouragement de ses dépenses en matière d'infrastructures, ce que nous avons constaté à maintes reprises.

Il existe aujourd'hui toute une variété de projets, à divers stades de développement, qui sont destinés à dynamiser des secteurs clés de la zone et à contribuer au développement des régions côtières chinoises en particulier. Un projet de ponts et de tunnels entre Hong Kong, Zhuhai et Macao est toujours en cours de construction, mais pratiquement achevé. Il reliera plus étroitement ces régions entre elles et devrait permettre d'attirer encore davantage de visiteurs.

Les voyages que j'ai effectués en Chine et dans les pays voisins au fil des années m'ont amené à témoigner de nombreuses évolutions, dont beaucoup de nouvelles choses à faire et à voir ! Tous ceux qui se font une idée dépassée de la Chine seront accueillis par des trains à grande vitesse, rapides et fiables, des centres commerciaux étincelants, des théâtres et des stades imposants, et bien d'autres attractions touristiques. Les besoins en infrastructures restent toutefois très importants en Chine. Et si sa population de consommateurs continue de croître, aussi bien en nombre qu'en termes de pouvoir d'achat, bien d'autres mutations et opportunités d'investissement sont encore à venir !

dans un train en Chine

Les commentaires, opinions et analyses de Mark Mobius sont présentés uniquement à des fins d'information et ne doivent pas être interprétés comme des conseils d'investissement individuels ou une recommandation visant un titre ou une stratégie d'investissement particulière. Les conditions économiques et de marché étant susceptibles d'évoluer rapidement, les commentaires, opinions et analyses sont valables à leur date de publication et peuvent changer sans préavis. Les présentes ne constituent pas une analyse exhaustive de tous les aspects importants d'un pays, d'une région, d'un marché, d'un secteur, d'un investissement ou d'une stratégie.

Mentions légales importantes

Tout investissement comporte des risques, notamment celui de ne pas récupérer le capital investi. Les investissements dans des titres étrangers comportent des risques spécifiques, comme les fluctuations de change, l'instabilité économique et l'évolution de la situation politique. Investir dans les marchés émergents, y compris dans la sous-catégorie des marchés frontières, implique des risques accrus concernant ces mêmes facteurs, lesquels s'ajoutent aux risques liés à leur plus petite taille, à leur liquidité inférieure et à l'absence d'un cadre juridique, politique, commercial et social établi pour soutenir les marchés de valeurs mobilières. Les risques liés à l'investissement dans les marchés frontières sont encore supérieurs à ceux associés aux marchés émergents en raison du développement moins avancé des structures précitées, ainsi que du potentiel de forte volatilité des prix, de la liquidité insuffisante, des barrières commerciales et des contrôles sur les taux de change. Les prix des actions peuvent fluctuer, parfois rapidement et de manière marquée, en raison de facteurs propres aux entreprises, aux secteurs ou concernant les conditions de marché.

[1] Source : Forum économique mondial, « The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 ».

[2] Pays membres de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est : Brunei Darussalam, Cambodge, Laos, Indonésie, Myanmar, Singapour, Thaïlande et Vietnam.

[3] Source : Conseil mondial du voyage et du tourisme, « Travel & Tourism Investment in ASEAN », octobre 2016.

[4] Ibid.

[5] Ibid.

[6] Source : Administration nationale du tourisme de Chine, octobre 2016.

[7] Source : Organisation mondiale du tourisme, données de 2015.

[8] Source : Pew Research Center, « A Global Middle Class is More Promise Than Reality », 8 juillet 2015. Comme l'indique cette étude, les personnes disposant de revenus moyens dépensent en moyenne entre 10 et 20 dollars par jour, ce qui correspond à un revenu annuel compris entre 14 600 et 29 200 pour une famille de quatre personnes.

[9] Ibid.

[10] Source : Bureau national des statistiques de Chine.

[11] Source : *Economist Intelligence Unit*, « The Chinese Consumer in 2030 ». Rien ne garantit que les estimations ou prévisions se réalisent.

© 2018. Franklin Templeton Investments. All rights reserved.