

L'industrie Hôtelière à Taïwan

Population touristique

- Au cours de l'année 2019, Taïwan a accueilli 11,84 millions de visiteurs soit une augmentation de 7% par rapport à l'année précédente. Depuis 2013, le nombre de visiteurs est en augmentation constante, avec une croissance annuelle moyenne de 6,92%. Le développement du tourisme est une des ambitions majeures du gouvernement Taïwanais, qui vise à accueillir 20 millions de visiteurs par an d'ici 2030.
- Malgré la suspension des voyages individuels par le gouvernement Chinois, le nombre de touristes chinois a augmenté de 0,5%. L'île parvient à attirer un nombre croissant de visiteurs venant des Philippines, Malaisie et d'autres pays sud-asiatiques, à travers des investissements en marketing allant de pair avec l'amélioration du réseau aérien. De fait, le nombre de visiteurs en provenance de Corée, du Japon et d'autres pays sud-asiatiques a respectivement progressé de 23,3% 16,6% et 6,1% entre septembre 2018 et septembre 2019.
- Taïwan est une destination touristique populaire qui regorge d'activités touristiques attrayantes parmi lesquels Taipei 101, le Musée National du Palais, le Parc National de Taroko et le Sun Moon Lake. En 2018, une étude menée auprès d'un échantillon représentatif de visiteurs montre un taux de satisfaction globale de 97%. Aussi, 99% des personnes interrogées souhaiteraient visiter l'île à nouveau. En 2019, Taïwan était, selon Booking.com, le 3ème pays le plus hospitalier au monde.

Le marché hôtelier

- En 2018, l'industrie hôtelière taïwanaise a progressé de 4,4% pour atteindre une valeur totale de 2,07 milliards USD. Selon les prévisions, le marché devrait représenter 2,5 milliards USD en 2023, soit une croissance prévue à 22,1% sur 5 ans, comme le montre tableau ci-dessous :

Table 5: Taiwan hotels & motels industry value forecast: \$ million, 2018-23

Year	\$ million	NT\$ million	€ million	% Growth
2018	2,070.2	62,917.3	1,829.9	4.4%
2019	2,173.8	66,065.4	1,921.5	5.0%
2020	2,259.9	68,680.4	1,997.5	4.0%
2021	2,350.7	71,439.2	2,077.8	4.0%
2022	2,432.4	73,925.0	2,150.1	3.5%
2023	2,528.0	76,828.8	2,234.5	3.9%
CAGR: 2018-23				4.1%

SOURCE: MARKETLINE

MARKETLINE

- Composé de 127 établissements, le marché hôtelier a progressé de 4% en volume en 2019. En terme d'occupation, les hôtels touristiques ont vu leur activité accroître de 3.5% comparé à 2018.
- En 2019, 71% des visiteurs ont voyagé à Taïwan pour leurs loisirs, lorsque 6.3% des visiteurs étaient en voyage d'affaire. La durée moyenne d'un séjour à Taïwan était de 6 nuits. En 2018, le total des dépenses des visiteurs atteignait 13,7 millions USD, soit une augmentation de 11.29% par rapport à l'année précédente.

Le total des dépenses journalières moyenne par visiteur s'élevait à 191,7 USD. Parmi ces dépenses, le coût moyen d'une nuit d'hôtel était de 66 USD, et atteignait 65,1 USD pour les touristes, 117,2 USD pour les hommes d'affaires et 101,9 USD pour les participants à des conférences ou expositions.

Intensité compétitive

- Les grands groupes hôteliers internationaux (Marriott International, Accor Hotels, InterContinental Group...) sont implantés à Taiwan à travers un portefeuille de marques variées, faisant d'eux les principaux acteurs du marché. Ainsi, le groupe Accor est implanté au sein des segments hôteliers économiques (Ibis), milieu de gamme (Mercure, Novotel) et luxueux (Sofitel). IHG a adopté une stratégie similaire, en développant à Taiwan ses marques Intercontinental, Crowne Plaza et Holiday Inn. Aussi, l'industrie est composée d'un tissu d'acteurs indépendants ainsi que de groupes locaux parmi lesquels Fullon Hotels et Formosa International Hotels.
- Le potentiel de succès des établissements taiwanais repose fortement sur leur emplacement géographique. Ainsi, les acteurs du marché implantés à proximité des principales destinations touristiques bénéficient d'une demande inélastique accrue, leurs permettant de majorer les prix ; Les autres sont sujets à une concurrence prix intense mais ont des coûts associés moindres.

Lois et régulations

- La politique économique du gouvernement Taiwanais vise à attirer les investisseurs étrangers à travers de faibles restrictions aux investissements, un système de taxation transparent et de solides mécanismes de protection des droits intellectuelles. Aussi, les acteurs de l'industrie hôtelière étant en accord avec les politiques du tourisme en vigueur peuvent être éligibles à des réductions de la valeur des terres et des impôts fonciers.

Tendances et opportunités

- Les goûts des clients finaux évoluent en corrélation avec la transformation digitale. De fait, les "hôtels connectés", permettant aux clients de modifier l'environnement de leurs chambres (température, luminosité) via leur smartphone gagnent en popularité ; Particulièrement auprès des milléniaux Taiwanais, férus d'innovation et de nouvelles technologies.
Ces derniers sont également friands des hôtels "Lifestyle", établissements particulièrement consciencieux des problématiques environnementales et de leur responsabilité sociétale.
- L'accroissement de touristes en provenance de pays à forte représentation musulmane (Indonésie, Malaisie, Inde...) n'est pas corrélé avec une augmentation proportionnelle des infrastructures dédiés à la culture musulmane. De fait, le développement d'hôtels "muslim-friendly", encore faiblement représentés à Taiwan, est une opportunité majeure.

Sources

- Taiwan News
- Focus Taiwan
- HVS - Market Snapshot Asia Pacific 2018
- Market Line – Hotels & Motels in Taiwan 2018
- Tourism Bureau, MOTC – Statistics Release 2020
- Tourism Bureau, MOTC – 2019 Monthly Report on Hotel Operation in Taiwan