



**AMBASSADE DE FRANCE EN CHINE  
SERVICE ECONOMIQUE REGIONAL**

**Le secteur des agences de voyages en ligne**

Anne-Victoire Maizière

Mars 2018

**Résumé :**

Les **touristes chinois** contribuent fortement au dynamisme de secteur du tourisme en France. Selon les statistiques de la Banque de France, en 2017, ils sont **devenus la première clientèle non européenne avec une contribution de 4 Md EUR aux recettes touristiques françaises.**

Pour organiser leurs voyages à l'étranger, ils ont de plus en plus recours aux agences de voyage en ligne, connues en anglais sous le nom d'OTA (*online travel agency*). En 2016, selon un rapport de l'OTA chinoise Ctrip, **les touristes chinois ont dépensé plus de 600 Md CNY** (environ 77 Md EUR) **via les OTA, en utilisant notamment leurs applications mobiles**<sup>1</sup>. Ces plateformes proposent des services tels que la réservation de moyens de transport (billets d'avion, de train, de bus), d'hébergement (hôtel, « *serviced apartment* »), ainsi que des voyages organisés. Dans certains domaines, elles sont devenues incontournables. A titre d'exemple, 70% des achats en ligne de billets d'avion se font via les OTA et non les sites des compagnies aériennes<sup>2</sup> ; cette tendance se retrouve également dans le domaine de la réservation d'hébergement<sup>3</sup>. Afin d'attirer les touristes chinois, il est stratégique pour les entreprises françaises (compagnie aérienne, hôtels, compagnie ferroviaire...) d'être présentes sur ces plateformes.

Cette note vise donc à donner une vision du marché des OTA avec ses principaux acteurs, et ses grandes tendances. Quatre constats peuvent être établis :

- Les OTA sont un secteur en plein développement en Chine, avec de fortes opportunités de croissance.
- Baidu, Alibaba et Tencent, les géants de l'internet chinois, dominent le marché, directement et indirectement.
- La forte concurrence entre les OTA a donné lieu à de nombreux investissements croisés et une tendance à la consolidation du secteur avec des fusions et des acquisitions.
- Ctrip est le principal OTA chinois avec 250 millions d'utilisateurs, un chiffre d'affaires de 2,46 Md EUR en 2016 (+73 % comparé à 2015, notamment en raison de la prise de participation dans Qunar). Le groupe affiche d'importantes ambitions à l'international.

<sup>1</sup> « Chinese tourists spend more via online travel agencies: report », China Daily, 14/01/2017  
[http://www.chinadaily.com.cn/business/2017-01/14/content\\_27953790.htm](http://www.chinadaily.com.cn/business/2017-01/14/content_27953790.htm)

<sup>2</sup> "Chinese Travel Consumer Report 2017-2018" Eye for travel

<sup>3</sup> Lettre de veille Chine continentale, Atout France, décembre 2017

## 1 – Les principales OTA

A l'occasion de l'année sino-européenne du tourisme (2018), l'Union Européenne a publié un rapport désignant Ctrip, Fliggy, Qunar et Tuniu comme les OTA les plus populaires de Chine<sup>4</sup>. Par ailleurs, selon une étude de marché publiée par Deutsche Bank, en 2015, Ctrip Tuniu et Ly.com s'affichaient comme leaders avec respectivement 21%, 18% et 10% du marché des OTA.

**Ctrip** : est la **première agence de voyage en ligne en Chine (3<sup>ème</sup> au niveau mondial derrière Priceline, propriétaire de booking.com<sup>5</sup> et Expedia)** avec un **chiffre d'affaires de 19 Mds RMB (2,46 Mds EUR) en 2016**. Elle offre la possibilité d'acheter des tickets de train, d'avion et de réserver des hôtels. Elle édite également des guides de voyage en se basant sur les commentaires de ses utilisateurs (à l'image de Tripadvisor). **L'entreprise comptait 250 millions d'utilisateurs** en 2016 dépensant en moyenne plus de 3 000 RMB <sup>6</sup>(383 EUR). **Les voyages à l'étranger représentaient 16 % de son volume de ventes (réservations de logement, billets d'avion et voyages organisés) et 27% de son chiffre d'affaires<sup>7</sup>**. **Son principal actionnaire est Baidu**, qui détient 20,1% des parts selon le rapport annuel de 2016.

**Ctrip se développe à l'international** (acquisition de Skyscanner et Trip.com en 2016 et 2017), **et investit dans les autres plateformes de son secteur** (Elong, Ly.com, Qunar).

**Qunar** : Créée en 2005, cette plateforme propose des services de réservation d'hôtels, de billets d'avion ainsi que des voyages organisés. Selon le cabinet de conseil iResearch, **en 2013, la plateforme comptait 34 millions d'utilisateurs pour son application mobile et près de 75 millions de visiteurs par mois sur son site internet**. Qunar a compté **Baidu** parmi ses premiers actionnaires. Ce dernier détenait jusqu'en octobre 2015, 45% des actions de Qunar. En 2016, il a échangés ses actions Qunar contre des actions Ctrip. En 2017, Qunar est racheté par **Ocean Management** (filiale de la société d'investissement privée chinoise **Ocean Link<sup>8</sup>**) et compte parmi ses actionnaires minoritaires **Ctrip<sup>9</sup>**.

**Fliggy (ancien Alitrip)** : Filiale du géant du e-commerce Alibaba et anciennement connue sous le nom d'Alitrip, elle a pris le nom de Fliggy en 2016. Elle propose des services de réservation de billets de train, avion, d'hôtels et de service appartement. Elle se focalise en particulier sur les voyages l'étranger<sup>10</sup>. Pour mémoire, en février 2017, Voyages-Sncf.com a signé un partenariat avec Alitrip afin de favoriser la vente et la promotion des voyages en train en France et en Europe auprès de la clientèle chinoise.

**Fliggy a la particularité d'avoir passé un nombre important d'accords avec des compagnies aériennes nationales et internationales**. A titre d'exemple, en janvier 2018, la filiale d'Alibaba a passé un accord avec American Airlines permettant à l'entreprise d'avoir sa propre boutique sur Fliggy et autorisant les utilisateurs de la plateforme à utiliser leurs crédits pour obtenir des promotions lors d'un achat auprès de la compagnie aérienne américaine.

**En 2016, la plateforme comptait plus de 100 millions d'utilisateurs<sup>11</sup>**. Elle dispose de plus de la possibilité d'accès à plus de 500 M d'utilisateurs grâce l'interface d'Alibaba.<sup>12</sup>

<sup>4</sup> "Tourism flows from China to the European Union – current state and future development"

Preparatory report for the 2018 EU CHINA TOURISM YEAR

<sup>5</sup> En 2016, Ctrip enregistrait un chiffre d'affaires 2,46 Md EUR contre 9 Md EUR pour Priceline et 7 Md EUR pour Expedia.

<sup>6</sup> « Chinese tourists spend more via online travel agencies: report », China Daily, 14/01/2017

[http://www.chinadaily.com.cn/business/2017-01/14/content\\_27953790.htm](http://www.chinadaily.com.cn/business/2017-01/14/content_27953790.htm)

<sup>7</sup> Rapport annuel de 2016.

<sup>8</sup> Société d'investissement privée créée en 2016 et spécialisée dans le tourisme. Elle dispose d'un bureau à Shanghai et à Hong Kong.

<sup>9</sup> *China's Qunar to go private in deal valuing firm at 4.4bn USD*, SCMP

<sup>10</sup> "Tourism flows from China to the European Union – current state and future development"

Preparatory report for the 2018 EU CHINA TOURISM YEAR

<sup>11</sup> "Ascott deepens access to Chinese travelers through Alitrip", China Daily, 08/01/2016

[http://www.chinadaily.com.cn/business/2016-01/08/content\\_22994964.htm](http://www.chinadaily.com.cn/business/2016-01/08/content_22994964.htm)

<sup>12</sup> "Fliggy, American Airlines Partnership to Benefit Chinese Travelers", 16/01/2018

eLong : est le **3ème acteur dans le secteur des réservations en ligne de chambres d'hôtel**, ce qui est son activité principale<sup>13</sup>. En complément la plateforme propose également des services de réservation de billets de train et d'avion et fait des guides de voyage basés sur les commentaires de ses utilisateurs. En 2015, un consortium formé de **Ctrip, Tencent et Plateno group**<sup>14</sup> a acheté 37,6% des parts d'eLong, devenant ainsi le principal actionnaire<sup>15</sup>. En 2016, **Ocean Link** a également investi dans eLong. En décembre 2017, **Tongcheng Network et eLong fusionnent et deviennent : Tongcheng-eLong**. Leur plateforme regroupait 500 M de clients et enregistrait 100 Mds RMB (13 Mds EUR) de ventes en 2017<sup>16</sup>.

Meituan-Dianping : est la **2ème plateforme pour la réservation d'hôtel** avec sa plateforme Meituan Travel qui détenait 36% du marché en 2016<sup>17</sup>. Elle propose également d'acheter des billets d'avion. Créée en 2015 suite à la fusion de Meituan et Dianping, elle compte parmi ses actionnaires **Tencent**, Sequoia Capital et le géant du tourisme américain **Priceline**<sup>18</sup>. En 2016, elle comptait 260 millions d'utilisateurs<sup>19</sup>.

Tuniu : propose des voyages organisés et un service de réservation de billets d'avion et d'hôtel. Selon le rapport annuel de 2016<sup>20</sup>, les trois principaux actionnaires de Tuniu sont : BHR Winwood Investment Management Limited<sup>21</sup> (26.5%), **JD.com (20.6%)**, DCM V, L.P (9.2%). **Ctrip** détient environ **4%** en ayant investi 253 M RMB<sup>22</sup> (33 M EUR). **En 2016, son chiffre d'affaires s'élevait à 11 Mds RMB (1 Md EUR)**<sup>23</sup>.

LY.com (Tongcheng Network) : crée en 2004, LY.com revendiquait **30 millions d'utilisateurs** en 2014. La plateforme propose de réserver des hébergements, les transports ainsi que des tickets pour des attractions touristiques. Ses principaux actionnaires sont Wanda Culture Industry Group, **Tencent Industry Win-Win Fund**, et CITIC Capital.

JD.com : est un acteur de plus en plus important dans le domaine de l'e-tourisme. Détenu à 20% par **Tencent**, la seconde plateforme d'e-commerce de Chine vend des produits liés au tourisme (billets d'avion, réservation d'hôtels...) à travers sa page « *Jingdong travel* ». Sa participation au capital de Tuniu a renforcé sa présence dans le secteur des OTA.

Aoyou.com : spécialisée dans les voyages à l'étranger, cette plateforme offre de multiples services : réservation de billets de transport, logement, voyages organisés et gestion de visa. Elle appartient au groupe China Youth Travel Service.

Mango city : crée en 2006, le site spécialisé dans la vente de billets d'avion et de voyages organisés a été acquis par **Hong Kong China Travel Service (CTS)**.

---

<http://www.alizila.com/fliggy-american-airlines-partnership-to-woo-chinese-travelers/>

<sup>13</sup> Selon le rapport annuel d'eLong, en 2014, 80% des revenus de l'entreprise provenaient de la réservation d'hôtel.

<sup>14</sup> Groupe chinois dans le secteur hôtelier.

<sup>15</sup> *Tencent, Ctrip Drive Merger of Travel Platforms LY and eLong, Yicai, 01/02/18*

<https://www.yicai.com/news/tencent-ctrip-drive-merger-travel-platforms-ly-and-elong>

<sup>16</sup> "Travel service firms plan merger to create unified platform", China Daily, 02-01-2018

<http://www.chinadaily.com.cn/a/201801/02/WS5a4ad0d1a31008cf16da48cb.html>

<sup>17</sup> <https://www.prnewswire.com/news-releases/meituan-dianping-raises-4-billion-in-new-fundraising-round-300539588.html>

<sup>18</sup> En octobre 2017, Priceline a investi 450M USD dans Meituan Dianping.

<sup>19</sup> "Why Did Priceline Decide To Invest In The Leading Chinese e-Commerce Platform, Meituan-Dianping?", Nasdaq, 27/10/2017

<https://www.nasdaq.com/article/why-did-priceline-decide-to-invest-in-the-leading-chinese-e-commerce-platform-meituan-dianping-cm867259>

<sup>20</sup> [http://ir.tuniu.com/media/1226/tuniu-corp\\_20-f-2016.pdf](http://ir.tuniu.com/media/1226/tuniu-corp_20-f-2016.pdf)

<sup>21</sup> Société privée d'investissement basée à Hong Kong.

<sup>22</sup> Rapport annuel de 2016.

<sup>23</sup> Rapport annuel de 2016.

## 2 - Les 4 grandes tendances du secteur des OTA :

### 1) Un secteur avec de fortes opportunités de croissance.

Le secteur des OTA est en pleine croissance. Cette tendance est liée à l'amélioration du pouvoir d'achat des chinois qui voyagent davantage (en Chine comme à l'étranger<sup>24</sup>) et à l'importance du taux de pénétration d'internet, notamment mobile<sup>25</sup>.

Il existe une marge de développement importante pour ce secteur lorsque l'on compare la place des OTA dans les recettes touristiques en Chine et aux Etats Unis. Selon Bloomberg Intelligence, en 2016, les réservations réalisées sur internet n'ont généré que 10% des revenus dans le tourisme en Chine, comparé à 56% aux Etats Unis.<sup>26</sup> En raison des opportunités de croissance, de nombreuses OTA ont rejoint le marché, conduisant à un fort niveau de concurrence dans le secteur. Cela se traduit par de **fréquentes guerres des prix** et une **diversification de leurs activités**. A titre d'exemple, en 2016 Tuniu a étendu ses activités à la réservation de billets d'avion et de chambres d'hôtel, entrant ainsi une concurrence directe avec Qunar et Ctrip.

Pour une entreprise étrangère, s'associer à un OTA chinois permet d'augmenter sa visibilité et d'attirer un nombre important de touristes. Certains OTA chinois proposent aux entreprises d'ouvrir une 'boutique' sur leur plateforme<sup>27</sup>. Néanmoins, le pouvoir de négociation des entreprises étrangères est moindre face à ces nouveaux acteurs. Etant engagés dans une guerre des prix, les OTA chinois réduisent les marges des fournisseurs. Plusieurs études<sup>28 29</sup> ont repris ce constat soulignant également le risque que les hôteliers deviennent entièrement dépendants de ces plateformes et ne développent pas leur propre site internet pour augmenter leurs ventes directes.

### 2) La domination des géants de l'internet: Baidu, Alibaba, Tencent (BAT)

Baidu, Alibaba et Tencent ont investi dans les OTA créant ainsi 3 écosystèmes qui parfois se confondent à travers des investissements croisés (voir schéma de l'annexe 1).

Tencent	Baidu	Alibaba
Meituan-Dianping Tongcheng- eLong JD.com (20%) Tuniu (à travers JD.com qui détient 21%)	Ctrip (20%) Tongcheng-eLong (à travers Ctrip) Qunar (à travers Ctrip) Tuniu (à travers Ctrip qui détient 4%)	Fliggy (100 %)

<sup>24</sup> Selon un rapport publié par l'agence de voyage Ctrip et la China Tourism Academy, plus de 6 millions de chinois se sont rendus en Europe, faisant du continent la deuxième destination la plus populaire en 2017.

<sup>25</sup> Selon le rapport annuel du Centre national d'information sur l'Internet (ou *China Internet Network Information Center - CNNIC*), le nombre total d'utilisateurs réguliers de l'Internet en Chine s'élevait à 773 M de personnes au premier janvier 2018.

<sup>26</sup> "Tencent-backed Meituan takes on Alibaba and Ctrip in travel", China TRAVELNEWS, 28/06/2017  
<https://www.chinatravelnews.com/article/115563>

<sup>27</sup> Les OTA chinoises imposent une commission pour l'ouverture d'une boutique. Dans le cas de Fliggy cela se traduit par une commission annuelle de 15 000 RMB (2 044 EUR). Ctrip impose une caution de RMB 30 000 (EUR 4,087) et une commission de 4% à 10% sur le GMV (Gross Merchandise volume).

<sup>28</sup> «Research Snapshot on the Chinese Travel Market 2017 – Preparatory report for the EU China Tourism Year» réalisé par le cabinet de conseil Kairos Future et une étude réalisée par le Journal of China Tourism Research en 2017 sur les OTA.

<sup>29</sup> "A clear obstacle for European travel agencies, but potentially an opportunity for travel product providers, is the tendency that major Chinese OTAs prefer side step overseas agencies and buy travel products directly from providers. This is however driven by a low-price strategy from the OTAs, meaning generally shrinking margins for anyone who is doing business with leading Chinese OTAs"- Research Snapshot on the Chinese Travel Market

**3) La forte concurrence entre les OTA donne lieu à de nombreux investissements croisés et une tendance à la consolidation avec des fusions et des acquisitions:**

**La fusion d'eLong et de Tongcheng Network en décembre 2017 a entraîné un rapprochement entre Tencent et Ctrip** (et donc indirectement Baidu). Ctrip étant actionnaire des deux entreprises<sup>30</sup> et Tencent ayant investi dans eLong, les deux entreprises se retrouvent désormais principaux actionnaires de la nouvelle entité : Tongcheng - eLong qui combinera les forces d'eLong en matière d'hébergement et celles de Tongcheng en matière de transport.

**En 2015, Qunar et Ctrip ont passé une alliance stratégique et effectué un échange d'actions permettant à Ctrip de récupérer 45% des actions de Qunar détenues jusqu'ici par Baidu.** En 2017, Qunar est racheté par Ocean Management, une filiale de la société d'investissement privée Ocean Link. Ctrip est désormais actionnaire minoritaire chez Qunar et dispose d'un partenariat stratégique avec OceanLink. Selon cet accord, Ctrip peut nommer un directeur au conseil d'administration d'Ocean Management.

**Ocean Link est un acteur émergent depuis sa création en 2016.** En dehors de son partenariat avec Ctrip, cette société d'investissement spécialisée dans le tourisme en Chine a racheté Qunar et investi dans eLong.<sup>31</sup> En décembre 2017, elle est devenue actionnaire minoritaire de Tongcheng-eLong.

**4) Ctrip est le principal OTA en Chine et nourrit des ambitions à l'international**

Ctrip est entré au cours de ces dernières années dans le capital de nombreux de ses concurrents : Qunar, TongCheng eLong, et Tuniu. Cette stratégie est souvent justifiée par la complémentarité des services qu'offrent les différentes entreprises. Par ailleurs, il s'est également associé au site de voyage Mafengwo, un équivalent de Tripadvisor qui réalise des guides de voyages en prenant en compte les recommandations et les photos de ses utilisateurs (environ 100 M utilisateurs en 2017<sup>32</sup>).

Au niveau international, Ctrip a racheté en 2016 le moteur de recherche de billets d'avion, hôtels, et location de voiture **Skyscanner** pour 1,74 Md USD<sup>33</sup> (1,41 Md EUR). **Skyscanner est une entreprise d'envergure mondiale située en Ecosse.** La plateforme chinoise a également investi 180 M USD (146 M EUR) dans la plus grande plateforme indienne de l'e-tourisme **MakeMyTrip**. En 2017, Ctrip a acquis l'agence de voyage en ligne (recherche de billets et notation d'hôtels) **Trip.com**.

**La plateforme se positionne également sur le offline.** En 2016, elle a racheté l'opérateur Travelling Bestone (6 000 points de ventes physiques) pour mieux couvrir le marché des villes secondaires où le taux de pénétration des smartphones est moindre.

**A.V. Maizière**

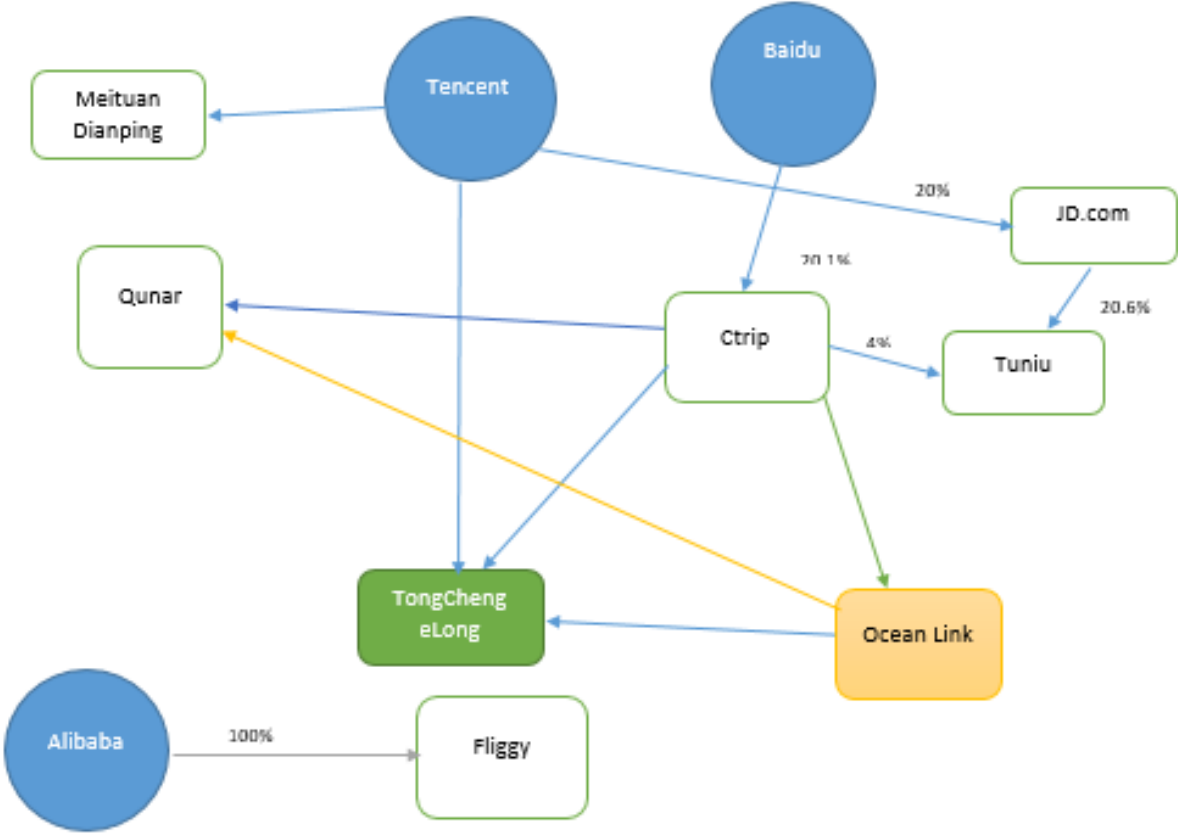
<sup>30</sup> Participation minoritaire de Ctrip dans les deux entreprises en 2015.

<sup>31</sup> Société d'investissement chinoise basée à Hong Kong et à Shanghai.

<sup>32</sup> <https://skift.com/2017/12/13/mafengwo-raises-133-million-as-a-booking-app-for-chinese-millennials/>

<sup>33</sup> <https://www.skyscanner.net/blogs/ctrip-announces-agreement-to-acquire-skyscanner>

**Annexe 1 : Un secteur marqué par des investissements croisés et une tendance à la consolidation (situation au 1<sup>er</sup> février 2018)**



**Légende :**

- : Investissement minoritaire
- : Partenariat stratégique
- : Contrôle de l'entreprise avec coexistence d'actionnaires minoritaires
- : Filiale détenue à 100%
- : BAT (Baidu, Alibaba, Tencent : les géants de l'internet chinois)
- ▭ : Entité issue d'une fusion. Tongcheng et eLong ont fusionné en décembre 2017 et comptent comme principaux actionnaires Ctrip et Tencent.
- ▭ : Société d'investissement privée
- 5% : Taux de participation en 2016