



Les Chinois

- Population totale: **1,361 milliard d'habitants**
- Taux de croissance économique: **+7,7%**
- Taux de change moyen: **1 EUR = 8,17 CNY**; variation 2013/2012: **+0,7%**
- Taux de chômage: **4,1%**
- Taux d'inflation: **+2,6%**

Sources: Bureau national de statistiques de Chine, Banque de France, FMI.

- 89,7%** des touristes sont venus en avion.
- 10,3%** des touristes sont venus en train.

Les transports routiers ne sont pas comptabilisés dans les enquêtes.



Quel profil ?

Les visiteurs chinois ont un âge moyen (32 ans) inférieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion et en train (40 ans). Ils appartiennent pour près du tiers (32,8%, -9,5 points) aux PCS⁺, pour 26,4% (+5,8 points) à la catégorie des employés et pour 14,7% (+6,4 points) à celle des artisans, commerçants ou chefs d'entreprises.

¹ Professions libérales, professeurs, professions scientifiques, cadres et autres professions intellectuelles supérieures.

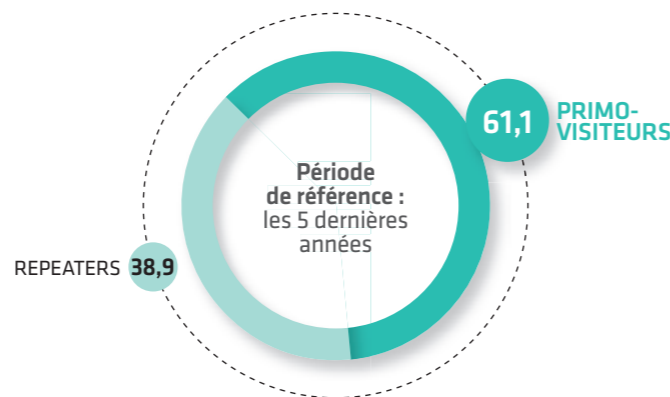
Quel type de voyage ?

Plus de 6 visiteurs sur 10 (65,9%, -5,6 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement entre amis (24,7%, +14,3 points), en couple (22,5%, -5,1 points) ou seuls (22,4%, -10,0 points). Le séjour est inclus dans un circuit européen pour près de la moitié (48,3%, +28,0 points). Paris Île-de-France est la destination unique du séjour pour 38,8% (-31,3 points). Elle fait partie d'un circuit France pour 28,4% (+15,6 points). Les Chinois voyagent en individuel non organisé pour 68,7% (-11,2 points). Ils sont 15,9% (+2,1 points) à préférer un séjour en individuel organisé tandis que 15,4% (+9,1 points) optent pour les groupes organisés.

Quel hébergement ?

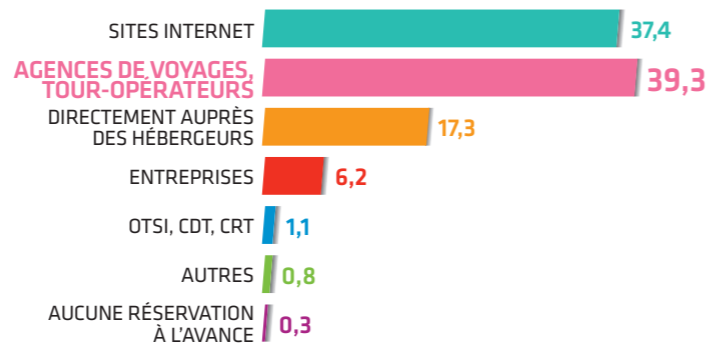
Plus de 9 séjours sur 10 (90,4%, +7,5 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 78,8% (moyen de gamme pour 56,6% et haut de gamme pour 32,5%), les résidences hôtelières (5,6%), les meublés et locations saisonnières (2,3%), les hébergements pour jeunes (1,8%) et les chambres d'hôtes (1,6%). Les résidences principales d'amis (4,7%) et de parents (2,6%) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

UNE MAJORITÉ DE PRIMO-VISITEURS CHINOIS À PARIS ÎLE-DE-FRANCE (EN %)



La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 56,1% de repeaters et de 43,9% de primo-visiteurs.

POUR RÉSERVER, LES AGENCES DE VOYAGES ET LES TOUR-OPÉRATEURS JOUENT UN RÔLE PRÉPONDERANT, JUSTE DEVANT INTERNET (EN %)



Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

À l'étape de la préparation du voyage, les Chinois favorisent également les agences de voyages et les tour-opérateurs (38,5%, +12,5 points) juste devant Internet (36,7%, -12,5 points).

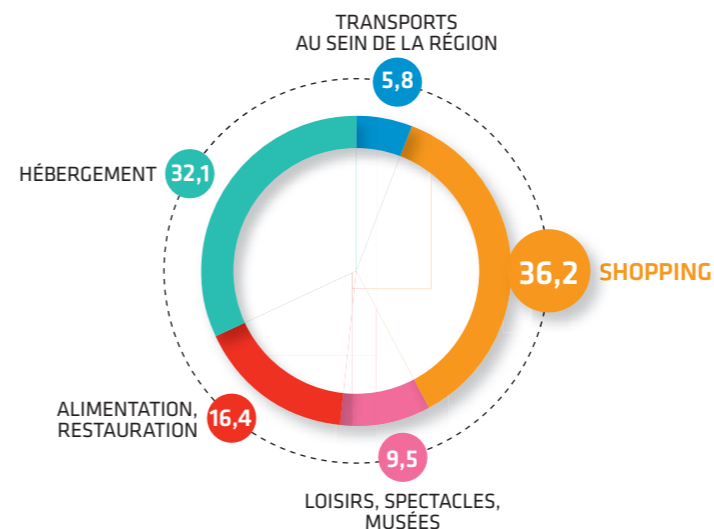
Quelles activités ?

Les Chinois apprécient particulièrement les visites guidées de quartiers (21,1%, +13,1 points), les visites de musées et monuments (96,9%, +9,2 points), les marchés et brocantes (31,2%, +9,0 points), le shopping (53,2%, +7,4 points) ainsi que les ateliers thématiques (6,7%, +5,1 points). En revanche, ils sont un peu moins intéressés par la découverte de nouveaux quartiers branchés (12,7%, -4,5 points), les sorties nocturnes (14,1%, -4,2 points), les spectacles et concerts (6,5%, -2,7 points) ainsi que par les parcs et jardins (32,1%, -2,6 points).

Quels sites visités ?

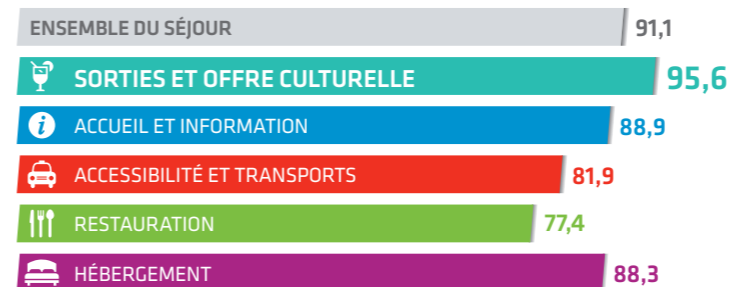
« Top 5 » des lieux les plus visités : la tour Eiffel (86,1%), le musée du Louvre (81,3%), l'Arc de triomphe (76,6%), Notre-Dame de Paris (72,5%) et le château de Versailles (35,4%). Les Chinois sont plus nombreux à visiter les 4 premiers sites du « top 5 » et notamment le musée du Louvre (+26,2 points). Ils sont également plus nombreux à se rendre au château de Versailles (+18,4 points) et à celui de Fontainebleau (7,4%, +4,7 points). En revanche, ils fréquentent moins le Sacré-Cœur de Montmartre (34,8%, -8,1 points), le musée d'Orsay (19,7%, -4,4 points) et Disneyland® Paris (11,2%, -3,7 points).

36% DES DÉPENSES DES CHINOIS CONSACRÉES AU SHOPPING (EN %)



Les Chinois, dont la dépense moyenne par jour et par personne est très supérieure à celle de l'ensemble des clientèles, accordent un budget plus important au shopping (+16,7 points) et moins important à l'hébergement (-10,1 points) ainsi qu'à la restauration (-6,4 points).

DES TOURISTES SATISFAITS, AVEC DES AMÉLIORATIONS À APPORTER EN MATIÈRE DE RESTAURATION ET DE TRANSPORTS (EN %)*



* % satisfaits et très satisfaits.

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues: 94,3%.

Les données exprimées en « points » sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion et en train.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports et dans les trains - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD (BVA) - résultats 2013.

SUGGESTIONS

- S'adapter aux besoins des voyageurs professionnels.
- Informer et rassurer les visiteurs sur les problématiques de sécurité.
- Porter les efforts sur les secteurs de la restauration et des transports (notamment la signalisation dans les rues et les transports publics).

L'essentiel

- 441 000 séjours soit 2,9% des séjours de la clientèle internationale venue en avion et en train.
- 2 563 000 nuitées soit 3,1% des nuitées de la clientèle internationale venue en avion et en train.
- 5,8 nuits en moyenne.
- 38,9% sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- 84,6% voyagent en individuel.
- 65,9% voyagent pour motifs personnels uniquement.
- 185 € de dépense moyenne (par jour et par personne).
- 91,1% sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- 93,4% recommanderaient la destination à leur entourage.
- 48,9% souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.