



Clientèles lointaines

<b>Population totale</b>	1,386 milliard d'habitants
<b>Taux de croissance économique</b>	+6,6 %
<b>PIB/habitant</b>	8 827 USD
<b>Taux de change moyen</b>	1 EUR = 7,81 CNY variation 2018/2017 : +2,3 %
<b>Taux de chômage</b>	3,8 %

# LES CHINOIS

## QUEL PROFIL ?

Les visiteurs chinois ont un âge moyen (35 ans) bien inférieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils sont étudiants pour 29,9 % (+17,3 points), employés pour 27,5 % (+0,6 point) et issus des CSP+<sup>1</sup> pour 19,8 % (-13,9 points). Ils proviennent majoritairement de la République populaire de Chine (84,1%), notamment des provinces de Pékin, Shanghai, Guangdong, Jiangsu ainsi que de la région de Hong Kong (15,6 %).

## QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Près des trois quarts des touristes (74,6 %, -0,8 point) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement seuls (21,6 %, -3,6 points), entre amis (20,7 %, +10,9 points) ou en couple (19,2 %, -7,4 points). Paris Île-de-France constitue la destination unique du séjour pour plus de la moitié des visiteurs (52,4 %, -19,7 points). Elle fait partie d'un circuit européen pour 33,7 % (+15,2 points) et d'un circuit France pour 22,7 % (+10,1 points). Les Chinois voyagent en individuel non organisé pour 76,1 % (-4,0 points). Ils sont 9,9 % (+3,2 points) à opter pour un séjour organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur,

8,6 % (+3,6 points) à préférer les groupes organisés et 5,3 % (-2,7 points) à effectuer un voyage organisé par leur entreprise.

## QUEL HÉBERGEMENT ?

Plus de 9 séjours sur 10 (91,5 %, +9,4 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 75,6 % (49,1% en 3 étoiles et 43,6 % en haut de gamme), les résidences hôtelières (5,8 %) ainsi que les meublés et locations saisonnières (5,0 %). Les résidences principales de parents (3,5 %) et d'amis (3,3 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

## QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (95,9 %), les promenades en ville (72,5 %) et le shopping (61,1%). Les Chinois apprécient particulièrement les croisières fluviales (28,8 %, +14,7 points), le shopping (+12,4 points), les visites de musées et monuments (+11,9 points) ainsi que les visites guidées de quartiers (19,9 %, +9,7 points). Ils se consacrent également davantage à la découverte de la gastronomie française (56,3 %,

+9,6 points), aux ateliers thématiques (9,6 %, +7,7 points) ainsi qu'aux marchés et brocantes (23,0 %, +7,7 points). En revanche, ils sont moins intéressés par les sorties nocturnes (14,5 %, -7,9 points), les parcs d'attractions (20,5 %, -3,5 points) ou les événements sportifs (1,3 %, -3,2 points).

## QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (79,6 %), le musée du Louvre (79,0 %), Notre-Dame de Paris (68,6 %), l'Arc de triomphe (65,3 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (40,6 %). Les Chinois sont plus nombreux à visiter les sites "classiques", notamment le musée du Louvre (+28,7 points), Notre-Dame de Paris (+18,0 points), l'Arc de triomphe (+17,2 %) et la tour Eiffel (+14,7 points). Ils sont également plus nombreux à se rendre au château de Versailles (30,8 %, +16,0 points), à La Vallée Village (9,8 %, +7,4 points), au Muséum national d'Histoire naturelle (10,4 %, +6,9 points), au centre Pompidou (21,1 %, +5,1 points) et au château de Fontainebleau (6,0 %, +3,8 points). En revanche, ils fréquentent moins Disneyland® Paris (7,6 %, -10,8 points).

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



	En avion	En train	Par la route
Arrivée	47,2%	24,8%	28,0%
Départ	70,9%	19,7%	9,4%



**43,1%**  
Repeaters

**56,9%**  
Primo-visiteurs

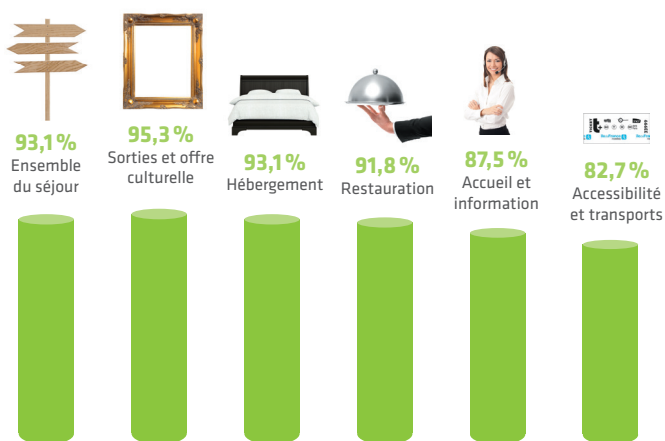
La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 59,7% de repeaters et de 40,3% de primo-visiteurs.  
Période de référence : les 5 dernières années.

### POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT



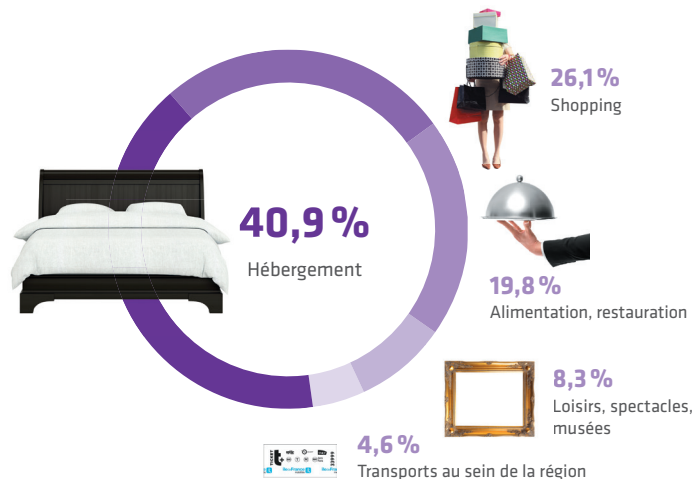
Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.  
1 - Entreprises, parents, amis.

### DES TOURISTES SATISFAITS, AVEC DES AMÉLIORATIONS À APPORTER EN MATIÈRE DE TRANSPORTS



Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 93,0%.

### PLUS DU QUART DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES AU SHOPPING



Les Chinois, dont la dépense moyenne par jour et par personne (198 €) est nettement supérieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (139 €), accordent une part plus importante de leur budget au shopping (+10,2 points) et moins importante à la restauration (-3,5 points) ainsi qu'à l'hébergement (-3,5 points).

### À retenir

- **976 000 séjours**, soit 4,4% des séjours de la clientèle internationale
- **5 047 000 nuitées**, soit 5,0% des nuitées de la clientèle internationale
- **1,0 milliard d'euros** de consommation touristique, soit 7,0% de la consommation touristique de la clientèle internationale
- **5,2 nuits** en moyenne
- **43,1%** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **76,1%** voyagent en individuel non organisé
- **74,6%** voyagent pour motifs personnels uniquement

### Nos suggestions

- Proposer des parcours de visites autour du shopping et de la gastronomie au sens large
- Développer les moyens de paiement *cashless* pour faciliter l'expérience shopping (Alipay, WeChat Pay)
- Promouvoir l'offre touristique francilienne via l'écosystème digital chinois (WeChat, AliTrip, Baidu)
- **1024€** de budget moyen de séjour par personne
- **93,1%** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **53,8%** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans