

# LES CHINOIS

**59,2 %**  
des touristes  
sont venus en avion

**8,8 %**  
des touristes  
sont venus en train

**32,0 %**  
des touristes  
sont venus par la route

> Population totale : **1,364** milliard d'habitants  
> Taux de croissance économique : **+6,9 %**  
> Taux de change moyen : **1 EUR = 6,97 CNY** ;  
variation 2015/2014 : -14,8 %

> Taux de chômage : **4,1 %**  
> Taux d'inflation : **+1,4 %**

Sources : BCE, Banque mondiale, FMI.



**34,0 %**  
REPEATERS

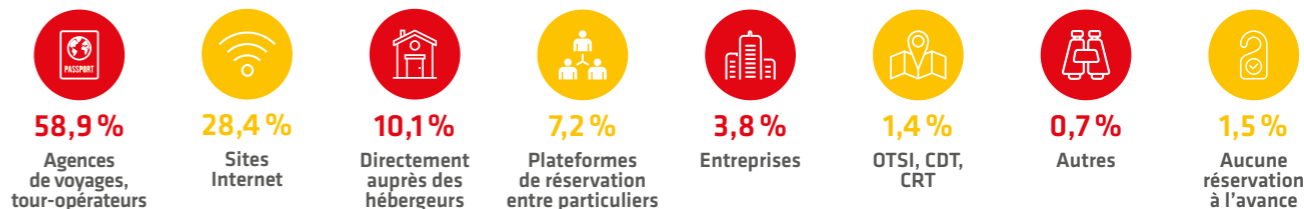
**66,0 %**  
PRIMO-VISITEURS

La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 58,1% de repeaters et de 41,9% de primo-visiteurs.

Période de référence : les 5 dernières années.



## POUR RÉSERVER, LES AGENCES DE VOYAGES ET LES TOUR-OPÉRATEURS JOUENT UN RÔLE PRÉPONDERANT



À l'étape de la préparation du voyage, les Chinois favorisent également les agences de voyages et les tour-opérateurs (51,8%, +30,5 points) devant Internet (32,3%, -23,2 points).

Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

### QUEL PROFIL ?

Les visiteurs chinois ont un âge moyen (34 ans) très inférieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils sont employés pour près du tiers (30,1%, +4,3 points), issus des PCS+<sup>(1)</sup> pour 27,2% (-8,8 points) et étudiants pour 17,6% (+9,0 points).

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

### QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Près des trois quarts des touristes (74,5%, +1,0 point) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement en couple (19,4%, -7,2 points), en famille (18,6%, -6,9 points) ou entre amis (17,3%, +7,1 points). Paris Île-de-France constitue la destination unique du séjour dans plus du quart des cas (26,8%, -39,5 points). Elle fait partie d'un circuit européen pour 45,5% (+29,7 points) et d'un circuit France pour 36,7% (+16,5 points). Les Chinois voyagent en individuel non organisé pour 63,3% (-18,8 points). Ils sont 25,1% (+18,0 points) à préférer les groupes organisés tandis que 11,6% (+0,8 point) optent pour un séjour en individuel organisé.

### QUEL HÉBERGEMENT ?

Plus de 9 séjours sur 10 (93,7%, +9,6 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 71,1% (moyen de gamme pour 49,8% et haut de gamme pour 38,3%), les résidences hôtelières (14,0%) ainsi que les gîtes et chambres d'hôtes (4,6%). Les résidences principales d'amis (3,3%) et de parents (+1,4%) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

### QUELLES ACTIVITÉS ?

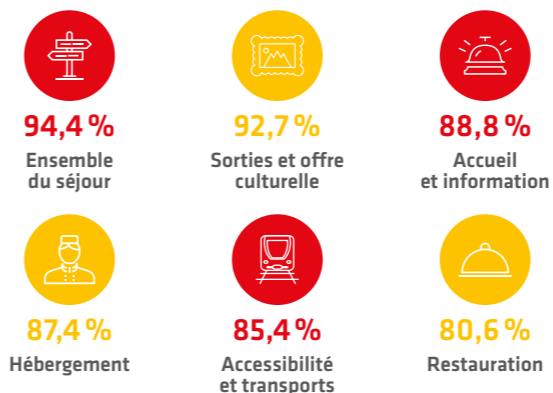
Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (96,1%), la découverte des villes (76,8%) et le shopping (60,0%). Les Chinois apprécient particulièrement les visites guidées de quartiers (30,4%, +21,8 points), les marchés et brocantes (40,1%, +15,6 points) et le shopping (+14,9 points). En revanche, ils sont moins intéressés par les parcs d'attractions (12,1%, -14,6 points), les sorties nocturnes (16,8%, -2,8 points) ainsi que les événements culturels et les expositions (9,4%, -2,7 points).

### QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (88,6%), le musée du Louvre (86,6%), l'Arc de triomphe (77,3%), Notre-Dame de Paris (68,4%) et le château de Versailles (35,3%). Les Chinois sont plus nombreux à visiter tous les sites du "top 5", notamment le musée du Louvre (+36,8 points) et l'Arc de triomphe (+26,5 points). Ils sont également plus nombreux à se rendre au château de Fontainebleau (10,5%, +8,2 points). En revanche, ils fréquentent moins le Sacré-Cœur de Montmartre (25,9%, -12,6 points), Disneyland® Paris (6,1%, -10,8 points) et le musée d'Orsay (14,0%, -6,4 points).



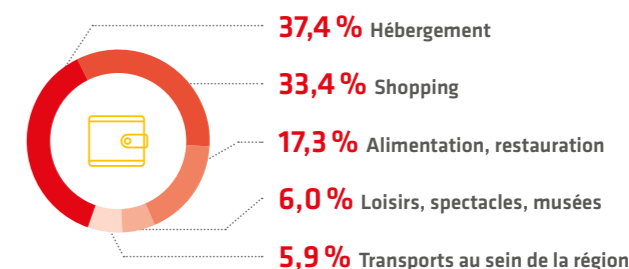
## DES TOURISTES SATISFAITS, AVEC DES AMÉLIORATIONS À APPORTER EN MATIÈRE DE RESTAURATION ET DE TRANSPORTS<sup>(1)</sup>



Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 94,5 %.

(1) % satisfaits et très satisfaits.

## PLUS DU TIERS DES DÉPENSES DES CHINOIS CONSACRÉES AU SHOPPING



Les Chinois, dont la dépense moyenne par jour et par personne (197 €) est très supérieure à celle de l'ensemble des clientèles (153 €), accordent une part plus importante de leur budget au shopping (+14,1 points) et moins importante à l'hébergement (-6,1 points) ainsi qu'à la restauration (-5,5 points).

## À RETENIR <

- > **888 000 séjours** soit 4,6 % des séjours de la clientèle internationale
- > **4 092 000 nuitées** soit 4,8 % des nuitées de la clientèle internationale
- > **4,6 nuits** en moyenne
- > **34,0 %** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- > **74,9 %** voyagent en individuel
- > **74,5 %** voyagent pour motifs personnels uniquement
- > **197 €** de dépense moyenne par jour et par personne
- > **906 €** de budget moyen du séjour par personne
- > **94,4 %** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- > **46,9 %** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

## NOS SUGGESTIONS <

- > **Travailler avec les agences de voyages et les tour-opérateurs**
- > **Porter une attention particulière aux touristes venus entre amis ou en famille avec des amis**
- > **Informier et rassurer les visiteurs sur les questions de sécurité**