

LA CLIENTÈLE CHINOISE venue en avion

Population totale : 1,337 milliard d'habitants
 Taux de croissance économique : +10,3 %
 Taux de change moyen : 1 € = 9,0 CNY ; variation 2010/2009 : -5,6 %
 Taux de chômage : 4,1 % dans les zones urbaines
 Taux d'inflation : +3,3 %

Sources : FMI, Banque de France.



Quel profil ?

Les Chinois ont un âge moyen (34 ans) inférieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion (39 ans). Ils sont issus de catégories socioprofessionnelles supérieures¹ pour un tiers d'entre eux environ (33,8 %, -10,2 points), sont employés pour près du quart (24,3 %, +2,2 points) et artisans, commerçants ou chefs d'entreprises pour 18,2 % (+9,7 points).

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

Quel type de voyage ?

Près de la moitié (47,3 %, -24,6 points) voyagent pour motifs personnels. Ils viennent principalement seuls (40,0 %, +5,8 points), entre amis (20,4 %, +10,7 points) ou en couple (16,0 %, -12,4 points).

Paris Île-de-France est la destination unique du séjour dans près de la moitié des cas (46,4 %, -27,1 points). Elle fait partie d'un circuit Europe pour un quart (25,0 %, +13,4 points) et d'un circuit France pour 19,4 % (+10,4 points).

Les Chinois voyagent en individuel non organisé pour 64,9 % (-6,9 points). 18,0 % (+12,0 points) optent pour les groupes organisés tandis que 17,1 % (-5,0 points) partent en individuel organisé.

Quel hébergement ?

Près de 9 séjours sur 10 (87,5 %, +6,0 points) ont lieu en hébergements marchands.

Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 74,5 % (moyen de gamme pour 66,7 % et haut de gamme pour 22,3 %), les résidences hôtelières (7,3 %) ainsi que les meublés et locations saisonnières (2,9 %).

Les résidences principales d'amis (6,5 %) et de parents (3,0 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

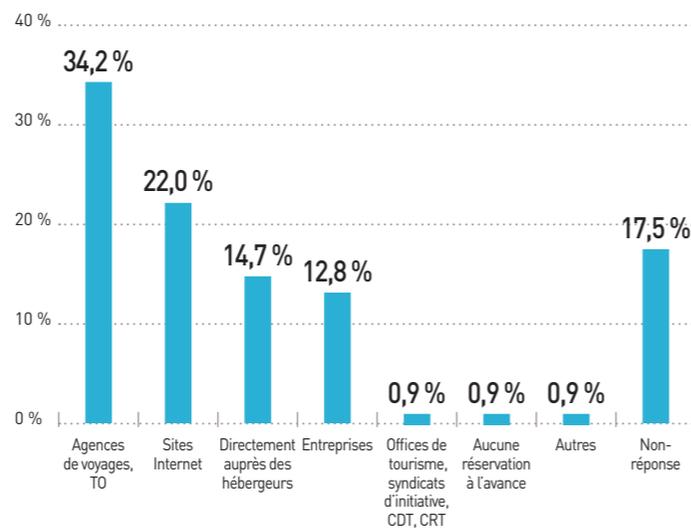
Une majorité de primo-visiteurs chinois à Paris Île-de-France



Période de référence : les 5 dernières années.

La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 53,1 % de repeaters et de 42,8 % de primo-visiteurs (4,1 % de non-réponse).

Pour réserver, les agences de voyages et les tour-opérateurs jouent un rôle prépondérant



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 (33,4 %, +8,0 points) devant Internet (21,8 %, -19,2 points) et les hébergeurs en direct (14,7 %, +5,0 points).

Quelles activités ?

Ils apprécient particulièrement les visites guidées de quartiers (18,9 %, +9,7 points), les marchés et brocantes (42,2 %, +9,5 points) ainsi que les événements et expositions (12,3 %, +4,3 points). Les visites de musées et monuments, qui sont à l'origine de 67,1 % des voyages effectués pour motifs personnels, sont également particulièrement pratiquées une fois sur place (97,7 %, +5,5 points). En revanche, les Chinois sont moins intéressés par les sorties nocturnes (20,9 %, -5,7 points) et les visites de parcs et jardins (38,9 %, -3,4 points).

Quels sites visités ?

"Top 5" des lieux les plus visités : le musée du Louvre (78,4 %), Notre-Dame de Paris (74,9 %), la tour Eiffel (74,5 %), l'Arc de triomphe (72,5 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (41,7 %).

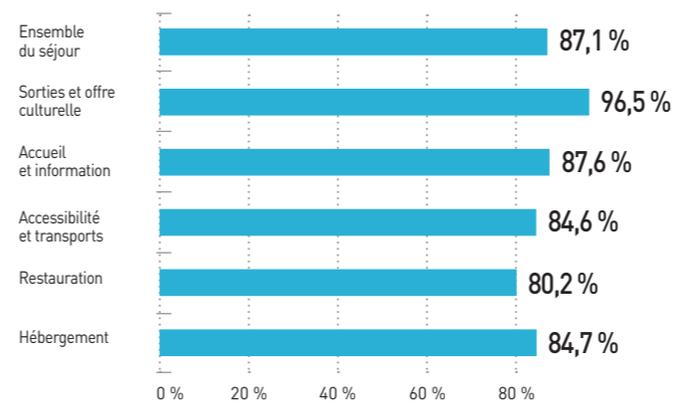
Les Chinois sont plus nombreux à visiter les 4 premiers sites cités plus haut et notamment le musée du Louvre (+22,4 points). Ils sont également plus nombreux à se rendre au château de Versailles (25,0 %, +8,3 points) et à celui de Fontainebleau (6,7 %, +2,8 points). En revanche, ils fréquentent moins la Grande Arche de La Défense (10,8 %, -2,8 points) et le Sacré-Cœur de Montmartre (-2,6 points).

Plus du quart des dépenses des Chinois consacrées au shopping



Les Chinois, dont la dépense moyenne par jour et par personne est supérieure à celle de l'ensemble des clientèles, accordent un budget plus important au shopping (+5,5 points) et moins important à la restauration (-6,1 points).

Des touristes satisfaits, avec des améliorations à apporter en matière de restauration*



*% satisfaits et très satisfaits.

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 95,1 %.

Les données exprimées en "points" sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion. Source : dispositif permanent d'enquête dans les aéroports - CRT Paris Île-de-France, ADP (BVA) - résultats 2010.

42,5 % sont déjà venus à Paris Île-de-France² au cours des 5 dernières années

59,8 % souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

² Ce qui est inférieur à la moyenne de l'ensemble des clientèles

L'ESSENTIEL

... 206 000 séjours soit 2,0 % des séjours de la clientèle internationale venue en avion (↗ 34,4 % par rapport à 2009).

... 1 404 000 nuitées soit 2,4 % des nuitées de la clientèle internationale venue en avion (↗ 18,2 % par rapport à 2009).

... 6,8 nuits en moyenne (↘ 0,9 nuit par rapport à 2009).

... 42,5 % sont déjà venus à Paris Île-de-France.

... 82,0 % voyagent en individuel.

... 47,3 % voyagent pour motifs personnels uniquement.

... 146 € de dépense moyenne (par jour et par personne).

... 87,1 % sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.

... 94,8 % recommanderaient la destination à leur entourage.

... 59,8 % souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.