



LES CLIENTÈLES INTERNATIONALES VENUES EN AVION



LES CHINOIS

Population totale : 1,347 milliard d'habitants
 Taux de croissance économique : +9,2 %
 Taux de change moyen : 1 € = 9,00 CNY ; variation 2011/2010 : +0,2 %
 Taux de chômage : 4,1 % dans les zones urbaines
 Taux d'inflation : +5,4 %



Sources : Bureau national de statistiques de Chine - Banque de France - FMI - DREE.

Quel profil ?

Les visiteurs chinois ont un âge moyen (33 ans) inférieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en avion (39 ans).

Ils sont issus de catégories socioprofessionnelles supérieures¹ pour plus du tiers (36,6 %, -10,2 points), sont employés pour 18,5 % (+0,1 point) et artisans, commerçants ou chefs d'entreprises pour 14,5 % (+6,9 points).

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

Quel type de voyage ?

Plus de la moitié (56,7 %, -14,4 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement seuls (32,3 %, -2,5 points), entre amis (21,2 %, +11,2 points) ou en couple (17,2 %, -10,9 points).

Paris Île-de-France est la destination unique du séjour dans près de la moitié des cas (46,3 %, -20,9 points). Elle fait partie d'un circuit Europe pour plus du tiers (37,6 %, +21,5 points) et d'un circuit France pour 22,5 % (+10,7 points).

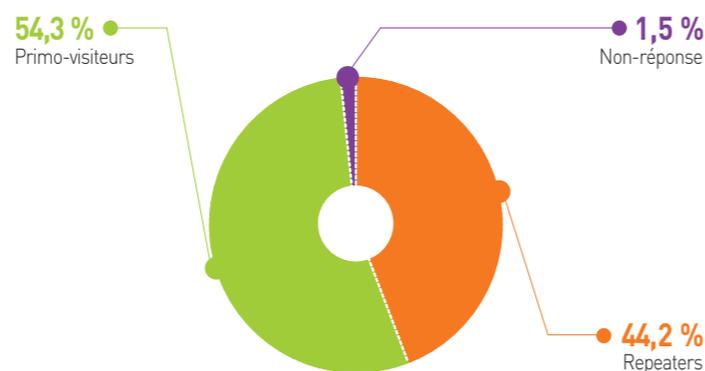
Les Chinois voyagent en individuel non organisé pour 62,7 % (-14,5 points). Plus de 2 visiteurs sur 10 (21,4 %, +4,1 points) partent en individuel organisé tandis que 15,9 % (+10,4 points) optent pour les groupes organisés.

Quel hébergement ?

Près de 9 séjours sur 10 (87,9 %, +6,2 points) ont lieu en hébergements marchands.

Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 77,2 % (moyen de gamme pour 59,8 % et haut de gamme pour 29,8 %), les meublés et locations saisonnières (4,7 %), les hébergements pour jeunes (2,9 %) et les résidences hôtelières (2,1 %). Les résidences principales d'amis (6,1 %) et de parents (3,3 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

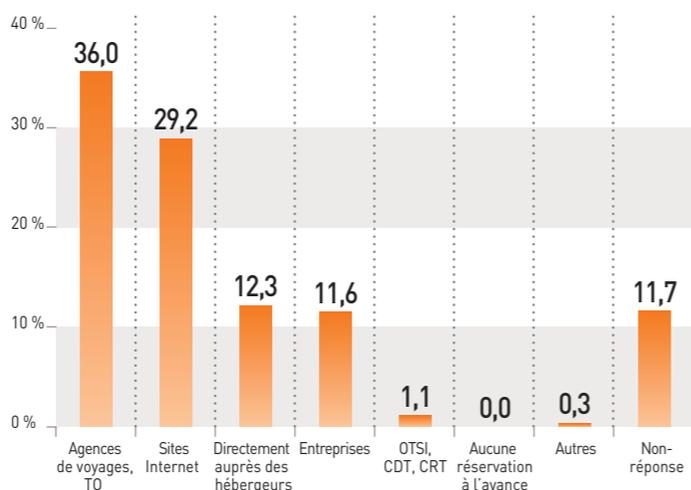
UNE MAJORITÉ DE PRIMO-VISITEURS CHINOIS À PARIS ÎLE-DE-FRANCE



Période de référence : les 5 dernières années.

La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 52,3 % de repeaters et de 43,7 % de primo-visiteurs (4,0 % de non-réponse).

POUR RÉSERVER, LES AGENCES DE VOYAGES ET LES TOUR-OPÉRATEURS JOUENT UN RÔLE PRÉPONDÉRANT (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 (35,9 %, +9,9 points) devant Internet (32,1 %, -14,2 points) et les hébergeurs en direct (12,2 %, +3,2 points).

Quelles activités ?

Les Chinois apprécient particulièrement les marchés et brocantes (44,2 %, +15,8 points), les visites guidées de quartiers (20,3 %, +13,1 points), le shopping (60,9 %, +10,3 points), la découverte de la gastronomie (48,9 %, +8,7 points) ainsi que les visites de musées et monuments (96,6 %, +7,3 points). En revanche, ils sont un peu moins intéressés par les événements sportifs (2,5 %, +0,1 point) ainsi que par la découverte de nouveaux quartiers branchés (13,4 %, +0,7 point).

Quels sites visités ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (83,4 %), le musée du Louvre (83,0 %), l'Arc de triomphe (77,4 %), Notre-Dame de Paris (72,7 %) et le Sacré-Cœur de Montmartre (39,4 %).

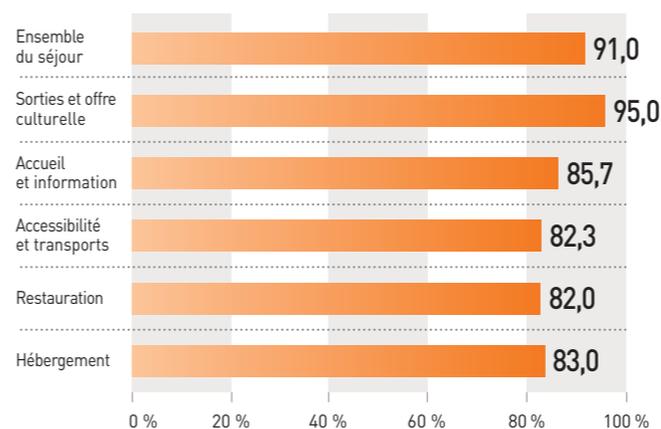
Les Chinois sont plus nombreux à visiter les 4 premiers sites du "top 5" et notamment le musée du Louvre (+25,4 points). Ils sont également plus nombreux à se rendre au château de Versailles (31,0 %, +11,7 points). En revanche, ils fréquentent moins le Sacré-Cœur de Montmartre (-6,7 points) et le musée d'Orsay (21,9 %, -3,5 points).

PLUS DE 40 % DES DÉPENSES DES CHINOIS CONSACRÉES AU SHOPPING



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 (+18,1 points) et moins important à l'hébergement (-8,6 points) ainsi qu'à la restauration (-7,8 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 : 95,3 %.

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 2011.

44,2% sont déjà venus à Paris Île-de-France au cours des 5 dernières années²

46,8% 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

- 297 000 séjours soit 2,9 % des séjours de la clientèle internationale venue en avion (↗ 44,5 % par rapport à 2010).
- 1 986 000 nuitées soit 3,1 % des nuitées de la clientèle internationale venue en avion (↗ 41,4 % par rapport à 2010).
- 6,7 nuits en moyenne (↘ 0,1 nuit par rapport à 2010).
- 44,2 % sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- 84,1 % voyagent en individuel.
- 56,7 % voyagent pour motifs personnels uniquement.
- 171 € de dépense moyenne (par jour et par personne).
- 91,0 % sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- 94,2 % recommanderaient la destination à leur entourage.
- 46,8 % souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.