





Plan d'actions Chine continentale

L'année 2024 est marquée par une importante augmentation des voyages à l'étranger des Chinois, un volume de voyages qui s'établit à 130 millions. Cet accroissement bénéfice largement à la destination France portée par une actualité riche : l'année franco-chinoise du tourisme culturel, vitrine offerte par les Jeux Olympiques. Dans ce contexte d'augmentation des flux, les dépenses suivent avec une progression de 15% vs 2023.

Le premier semestre 2025 confirme cette dynamique positive soutenue par le raccourcissement de la délivrance des visas, de même qu'une augmentation de la capacité aérienne vers la France. Plus de 155 millions Chinois devraient voyager à l'étranger en 2025, un volume qui confirme la position leader de ce marché pour le tourisme international.

### Chiffres clés

**155** millions de départs à l'étranger (prév. 2025)

**5 %**Croissance économique en 2024

**5.1**millions de foyers disposant d'un patrimoine d'au moins 728 000 €, soit une richesse combinée de 18 milliards

## En savoir plus sur les clientèles de ce marché

### Données économiques sur le marché

La Chine reste la 2e économie mondiale avec un PIB de plus de €17,867 Md avec une croissance qui s'est établie à 5 % en 2024.

Elle s'illustre particulièrement par sa rapidité à adopter et maintenant développer des technologies innovantes. Au-delà de ses performances économiques la Chine est passée devant le Royaume Uni et s'est élevée au 2ème rang en termes de niveau de "soft power" en 2025. (Global Soft Power Index).

La population ultra-riche de Chine - les personnes disposant d'un patrimoine net d'au moins 30 millions de dollars - devrait augmenter de près de 50 % en quelques années, selon les projections d'un récent rapport de Knight Frank sur la richesse. En 2025, c'est plus de 5 millions de foyers qui disposent d'un patrimoine de plus de \$825 000. Le taux de change CNY/EUR, proche de 0,125 est légèrement plus bas qu'avant 2020 mais son impact reste négligeable pour le tourisme chinois.

### Place de la destination France

La France est la destination leader en E.U pour les voyageurs chinois (sur la base du nombre de visas Schengen émis en 2024). En Europe, le Royaume- Uni, l'Allemagne, et l'Italie sont nos principaux concurrents. C'est sur la clientèle a haute et très haute contribution en particulier, que se situe notre position de force. Une position qu'il s'agit de consolider, les voyageurs de ce type restant les plus enclins à voyager alors que les visiteurs de la classe moyenne se tournent vers le marche domestique et les destinations proches.

La France bénéficie généralement d'une image bienveillante dans les médias chinois. Parfois, les Français sont perçus comme un peuple fier de son héritage et un peu distant, voire élitiste. A l'inverse les Chinois nourrissent une admiration pour la manière de vivre française et le "savoir-vivre" qui y sont associés.

La France est vue comme une nation de **prestige et de culture** qui, à l'instar de la Chine, est attachée à son patrimoine millénaire. Le **luxe**, la mode, et une certaine idée romantique de notre destination, sont les mots clefs attachés à notre destination. Les paysage et la nature par opposition aux mégalopoles Chinois y trouvent aussi une place de choix. A l'inverse les incidents liés à la **sécurité**, ou un accueil **peu bienveillant** feront immédiatement l'objet de témoignages sur les **médias sociaux chinois** (1 milliard d'utilisateurs actifs) dont la très grande **portée peut être sévère.** 

# Principales motivations de séjour et modes de réservation

### Profil des voyageurs

Le touriste « moyen » Chinois à l'international serait un urbain de 34 ans au salaire de plus de \$50 000 /an.

Les plus fortunés souvent issus de villes de 1er rang voyagent plus fréquemment et souvent seuls ou en famille. Ils recherchent des expériences exceptionnelles, un confort de logement, une gastronomie locale fine, des sorties sportives et découvertes originales. Les touristes habitant dans les villes de premier et de nouveaux 1ers rangs représentent plus de 80 % du nombre total de voyageurs à l'étranger. Les principaux bassins émetteurs sont Beijing, Shanghai, Canton, Hangzhou, Shenzhen, Hong- Kong suivis de Chengdu, et Wuhan.

La durée de leur séjour en France est d'environ 5-7 nuits.

Les milléniaux chinois étaient 330 millions en 2023 (22 % de la population), alors la Génération Z (19 % de la population) s'élevait à 225 millions. Aisés, ultra-connectés, ils recherchent des voyages qualitatifs et innovants et des expériences toujours plus extraordinaires. Ils parlent davantage anglais et voyagent de plus en plus de manière autonome. Une tendance notable : l'augmentation du nombre de voyageurs qui partent pour la première fois à l'étranger. Près de 38 % des voyageurs chinois se rendront à l'étranger

pour la première fois. Ces voyageurs sont plus jeunes - près de 64 % ont moins de 30 ans et 60 % d'entre eux sont des femmes.

#### Principales raisons de choisir la France

Parmi les principales motivations de voyages en France, même si le shopping et en particulier l'achat de produits de luxe reste partie intégrante du voyage c'est plutôt l'expérience de luxe qui prend le dessus. Le patrimoine culturel et l'art de vivre à la française (Gastronomie, mode, culture...) sont devenus des sources de motivations prépondérantes dans le choix de la destination France. Ils recherchent également de plus en plus souvent des expériences non urbaines et en particulier en dehors de Paris

**Tourisme d'affaires**: le voyageur d'affaires représenterait 20% des voyageurs chinois en France. Les voyages incentive reprennent progressivement le chemin de la France. Nous sommes loin des groupes de 1000, 3500 voire 6000 participants des années pré-Covid, mais un groupe de 500 invités nous rassure quant à la capacité du marché à rebondir dans ce secteur si porteur et rémunérateur. La 1ère région chinoise, celle du Guangdong, a envoyé des dizaines de délégations en France grâce au Shenzhen European Office. Le tourisme sportif, notamment comme cela a été le cas dans le cadre des JO 2024, est aussi un motif d'organisation de visites de délégation chinoises en France. **Destinations favorites**: Paris, Provence-Côte d'Azur, Bourgogne, Rhône Alpes, Nouvelle Aquitaine. Hauts de France **Sensibilité ou non au tourisme durable** 

85 % des voyageurs chinois considèrent l'écoresponsabilité comme importante ou très importante en matière de voyage. Néanmoins les consommateurs chinois n'ont pas nécessairement encore intégré l'idée de payer un supplément pour voyager de manière plus écologique.

#### Mode de réservation

Plus de 76 % des réservations en ligne en Chine sont effectuées par le biais d'un appareil mobile.

Dans le vaste paysage des médias sociaux Xiaohongshu (Rednote) et Douyin sont en position dominante comme ressource pour les voyageurs .

#### Poids des séjours par saison

Quatre pics de réservation (dont 3 en hors saison en France ce qui rend cette clientèle particulièrement intéressante):

- Le Nouvel An Chinois en 17 février- 3 mars (Printemps 27.9%),
- Le 1er mai (entre 4 et 7 jours en 2025)
- Juillet (été 34,4%)
- La Golden Week 1-8 Octobre 2025 22.5% Hiver 15.2%)

## Recommandations pour aborder ce marché

**Payer pour l'expérience** est la nouvelle tendance des touristes chinois comparé à leur engouement précédent pour l'achat de produits de luxe même s'ils demeurent les rois de la dépense.

La part de voyages individuels est maintenant majoritaire contrairement à ce qui était encore le cas avant la pandémie. Les offres devront refléter cette tendance : itinéraires thématiques et expérientielles , favoriser les attractions originales dans les destinations connues au-delà de la « bucket list »

Les exigences en termes de qualité et standing d'hébergement (4 étoiles) de service sont hautes.

Un mot ou un signe d'accueil en chinois pourront faire toute la différence.

La mise en évidence d'une théière et de thé vert sera aussi un geste apprécié.

# Les actions phares