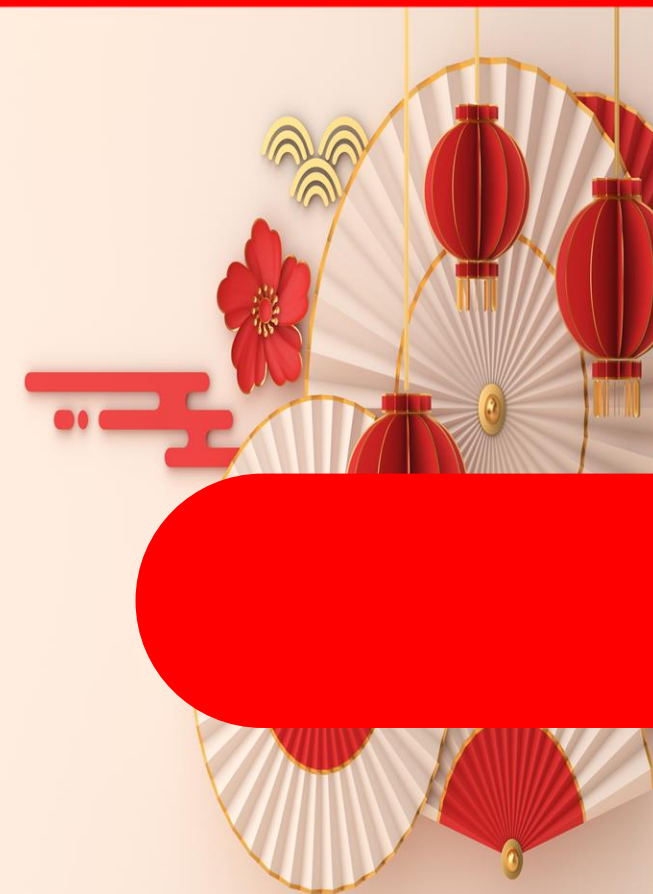


PRESENTATION DE MARCHE 2024

Chine continentale – Hong Kong – Taiwan





■ Indicateurs et Conjoncture

TENDANCES ECONOMIQUES



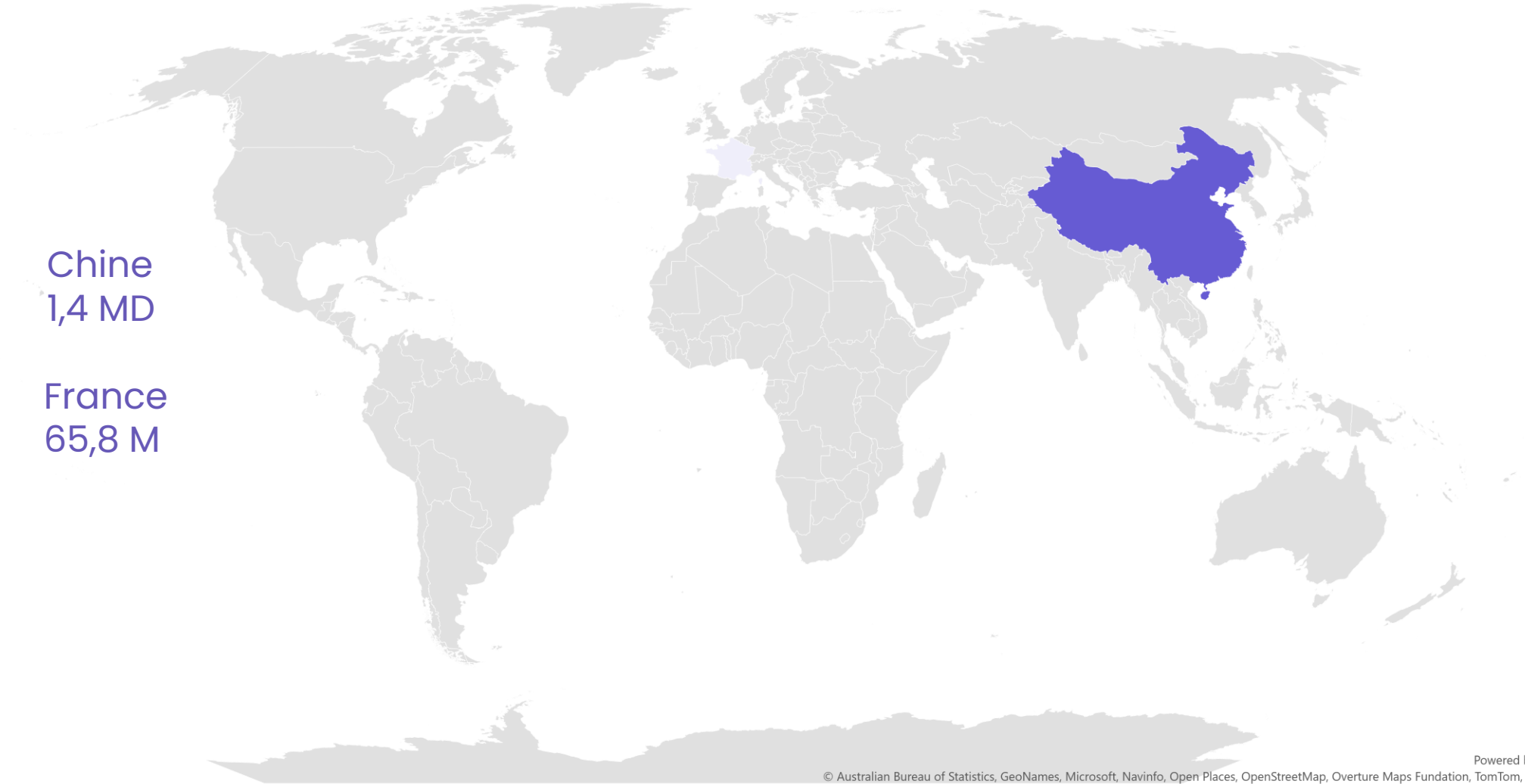
LA CHINE, UN PAYS IMMENSE



Chine
1,4 MD



France
65,8 M



Indicateurs et Conjoncture : Performance Economique

CHINE CONTINENTALE : UNE ECONOMIE EN DEMI TEINTE MAIS UNE CONFIANCE EN PROGRESSION ...

PIB/HABITANT (Source: FMI)

2024	\$13,136
2023	\$12,513
2022	\$12,642

2024

PIB 5 %

Taux d'intérêt 3.5 %

Taux de change
¥1 = 0,13 €

Chômage 5.1%

Inflation 0.5 %

Indice de confiance
des consommateurs 86.4

2025

PIB 4, 7 % (estimate)

Taux d'intérêt 3 %-3.5 %

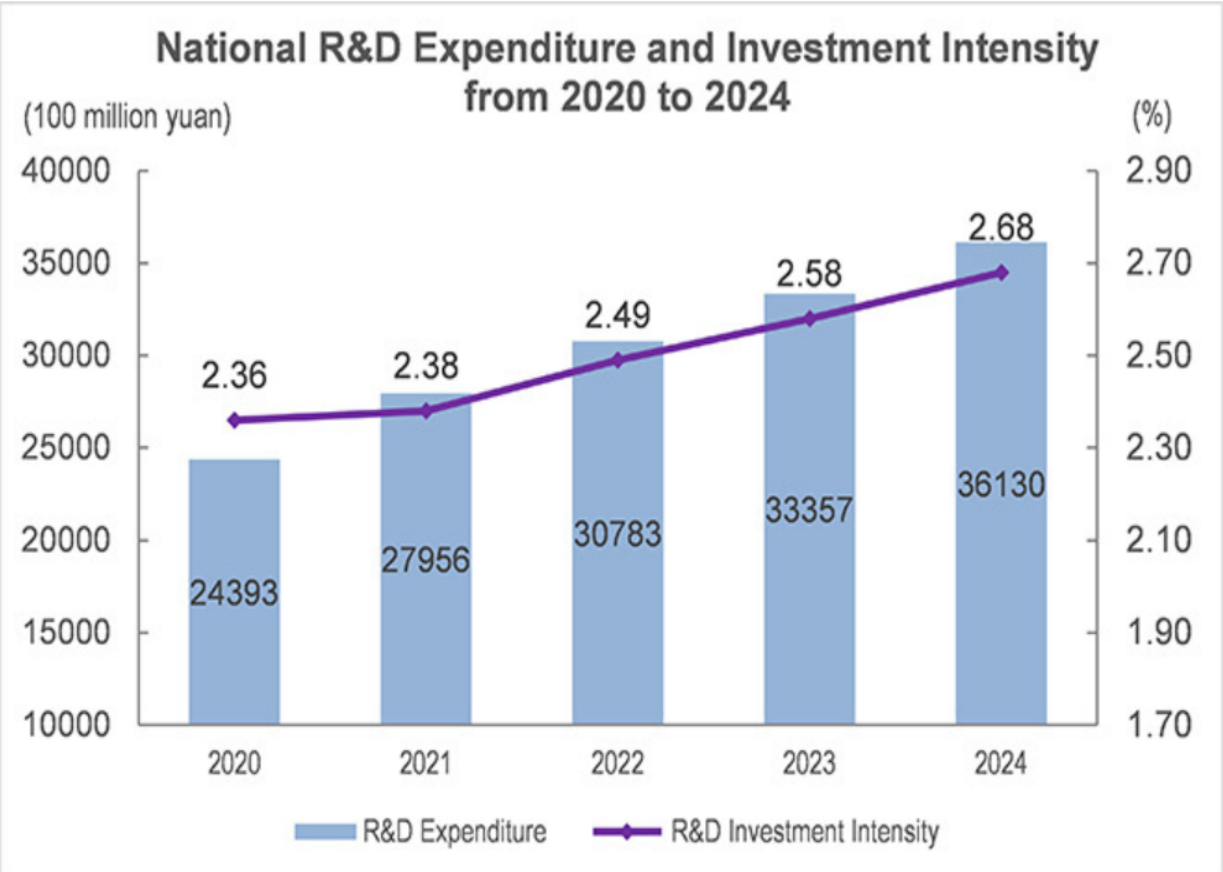
Taux de change
¥1 = 0,1 €

Chômage 5.2%

Inflation -0.1%

Indice de confiance
des consommateurs 87.8

DE SUIVEUR A INNOVATEUR UNE RAPIDITE INEGALEE



Can China Innovate in Advanced Industries?		
Industry	Position vs. World Leaders	Pace of Progress
Robotics	Near	Rapid
Chemicals	Lagging	Rapid
Nuclear Power	Ahead	Rapid
Electric Vehicles/Batteries	At Par	Rapid
Machine Tools	Lagging	Rapid
Biopharmaceuticals	Lagging	Rapid
Semiconductors	Lagging	Modest
Artificial Intelligence	Near	Rapid
Quantum	Near	Modest
Display Technology	Near	Rapid

Sources: China Briefing- Trading Economics

Indicateurs et Conjoncture

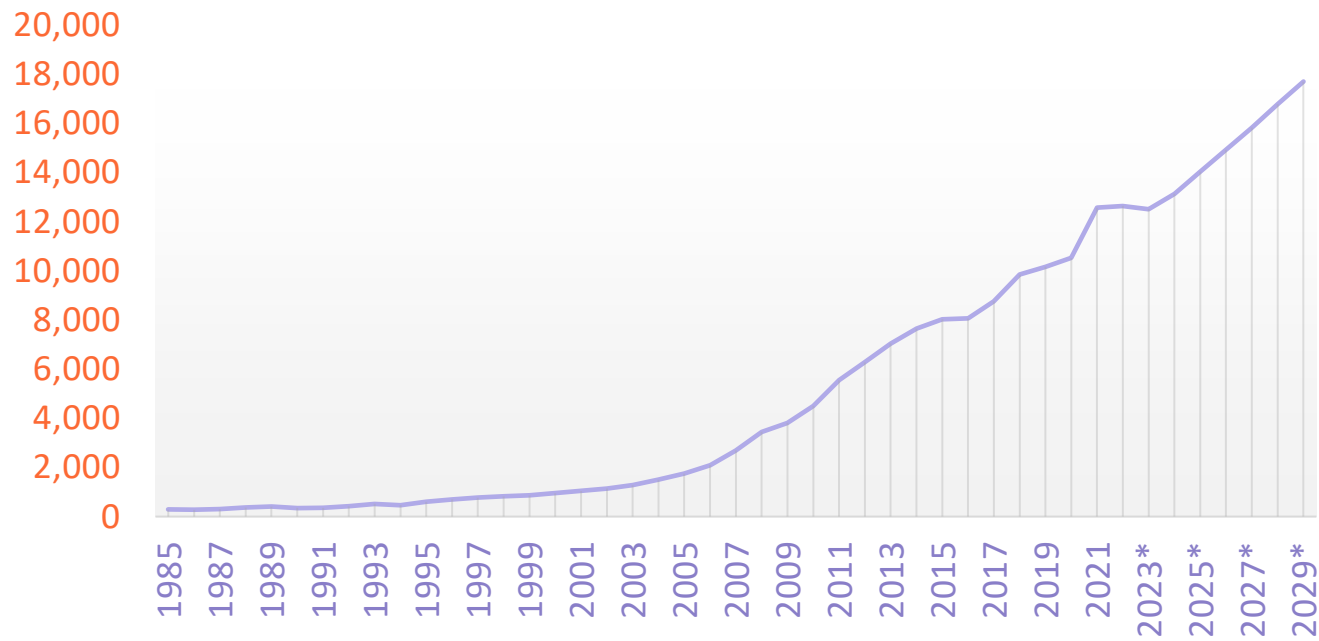
DES MEGALOPOLIS MOTEURS DE LA CROISSANCE : VILLES TIER 1 ET NOUVELLES VILLES TIER 1



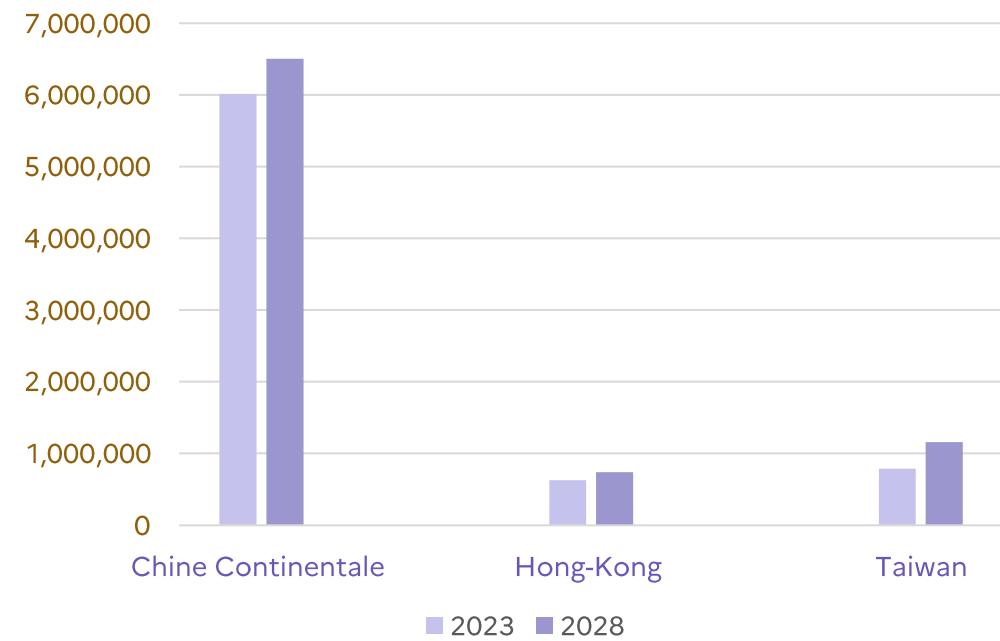
Indicateurs et Conjoncture

DES OPPORTUNITES QUI RESTENT TRES SOLIDES

Evolution du PIB par habitant en Chine

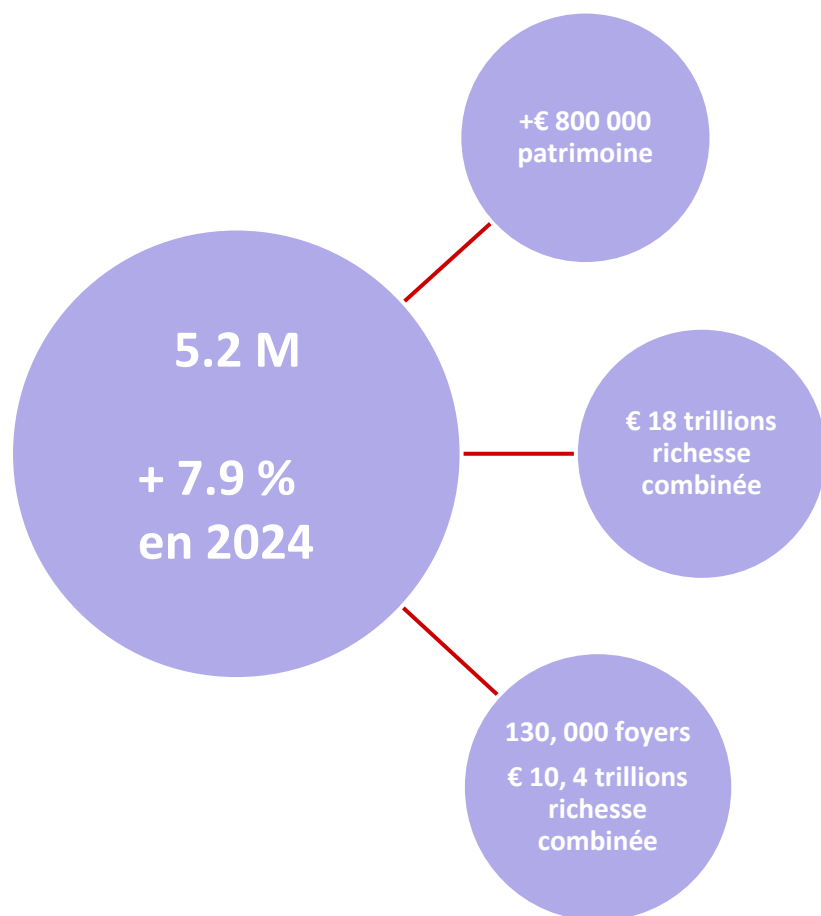


Evolution du nombre de millionnaires
Chine Continentale - Honk-Kong - Taiwan



Indicateurs et Conjoncture : un renforcement des UNWI et UHNWI

TYPOLOGIE





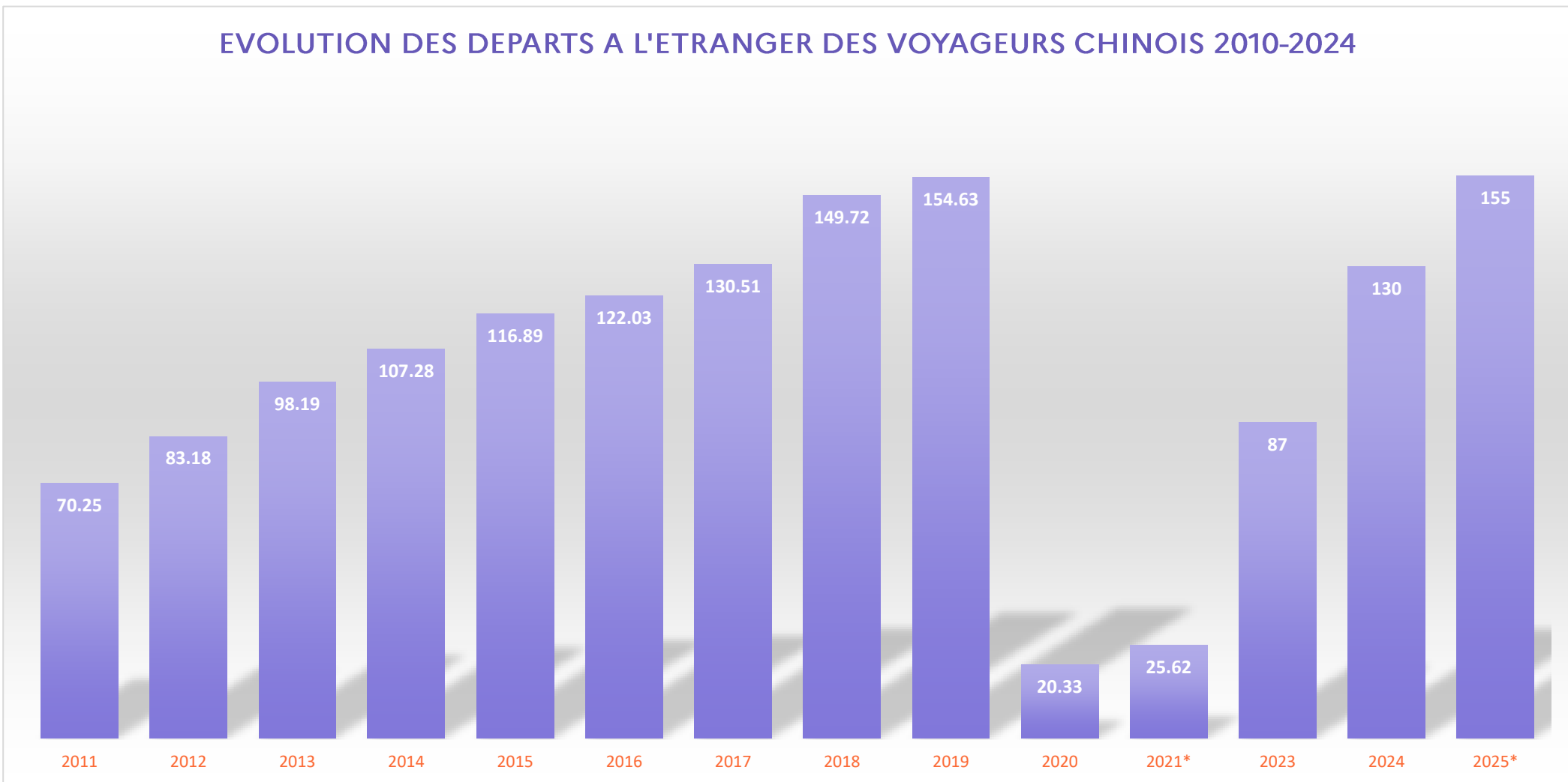
■ Indicateurs du tourisme & tendances

POSITIONNEMENT ET EVOLUTION DE LA DEMANDE

TENDANCES TOURISME

UN REDRESSEMENT DU MARCHE DES VOYAGES INTERNATIONAUX ACHEVE

EVOLUTION DES DEPARTS A L'ETRANGER DES VOYAGEURS CHINOIS 2010-2024



* Forecast

Source : China Ministry of Culture and Tourisme – China Trading Desk

Indicateurs du tourisme et tendances

UN REDRESSEMENT DU MARCHÉ DES VOYAGES INTERNATIONAUX ACHEVE

DEPENSES A L'ETRANGER

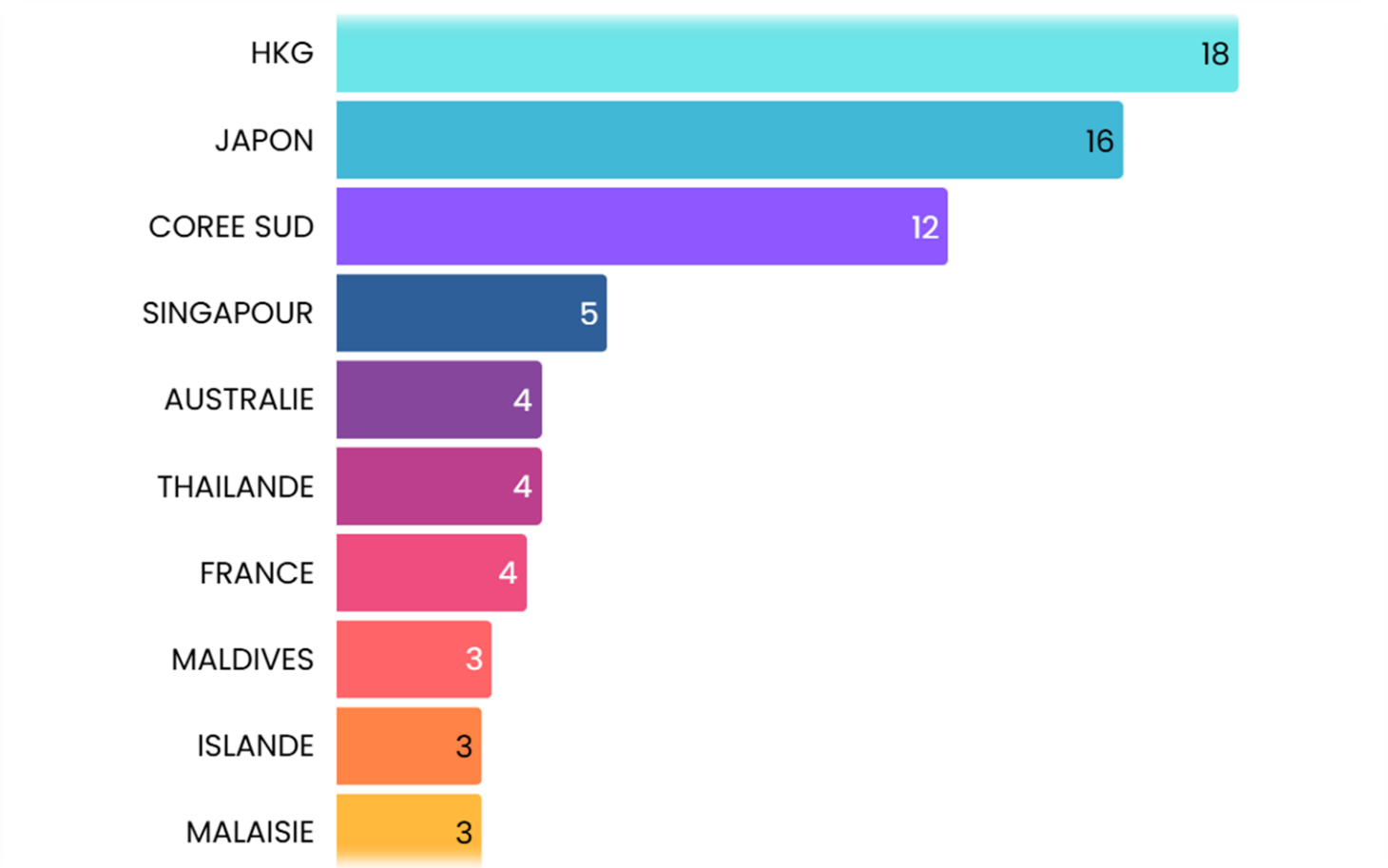
\$150Md ←
Dépenses des américains à l'étranger

→ **\$196.5Md**
Dépenses des chinois à l'étranger

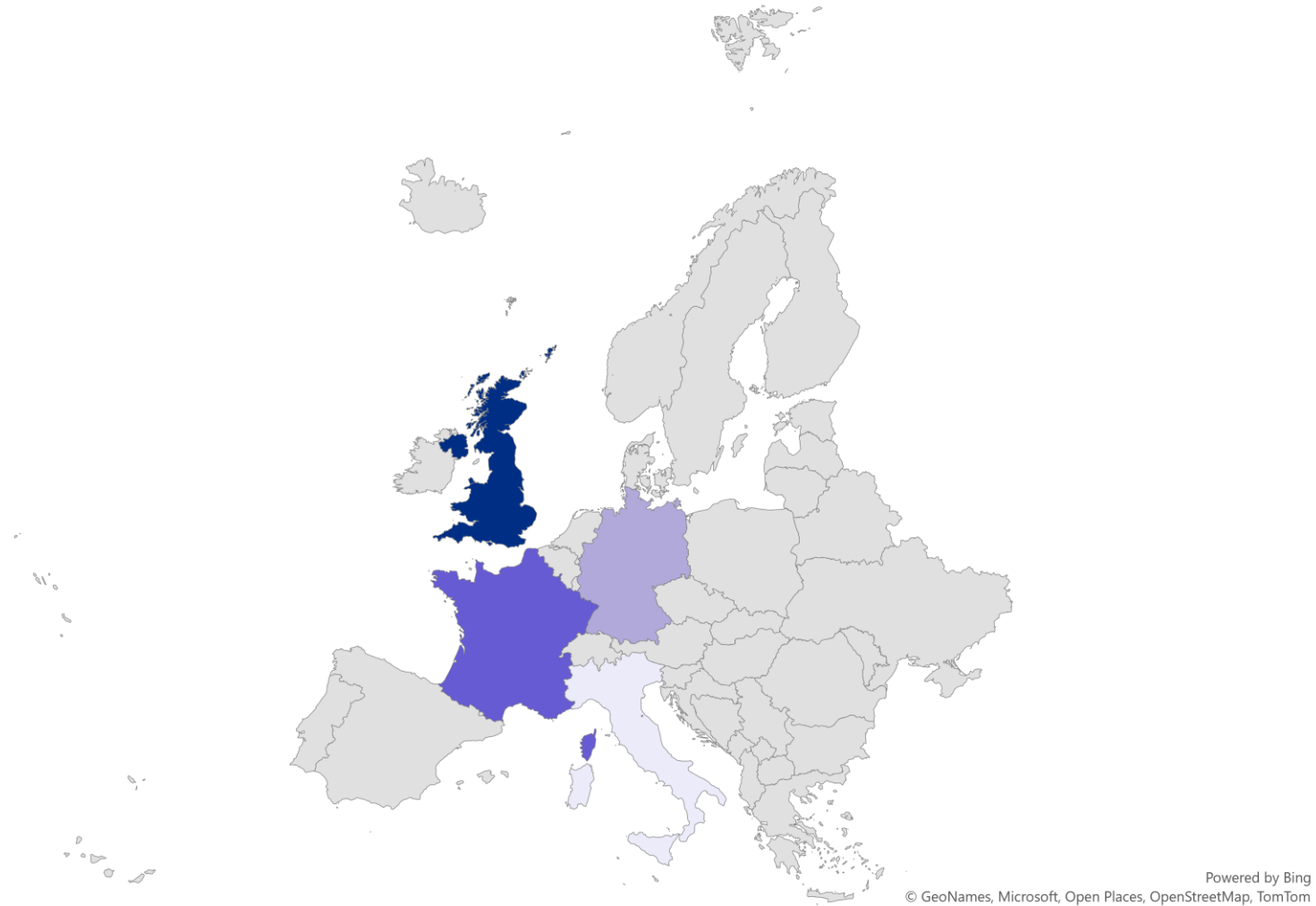
Indicateurs du tourisme et tendances

LA FRANCE ET LES INTENTIONS DE VOYAGES

LES 10 DESTINATION RESERVEES OU
PLANIFIEES PAR LES CHINOIS POUR
LES 12 PROCHAINS MOIS en %

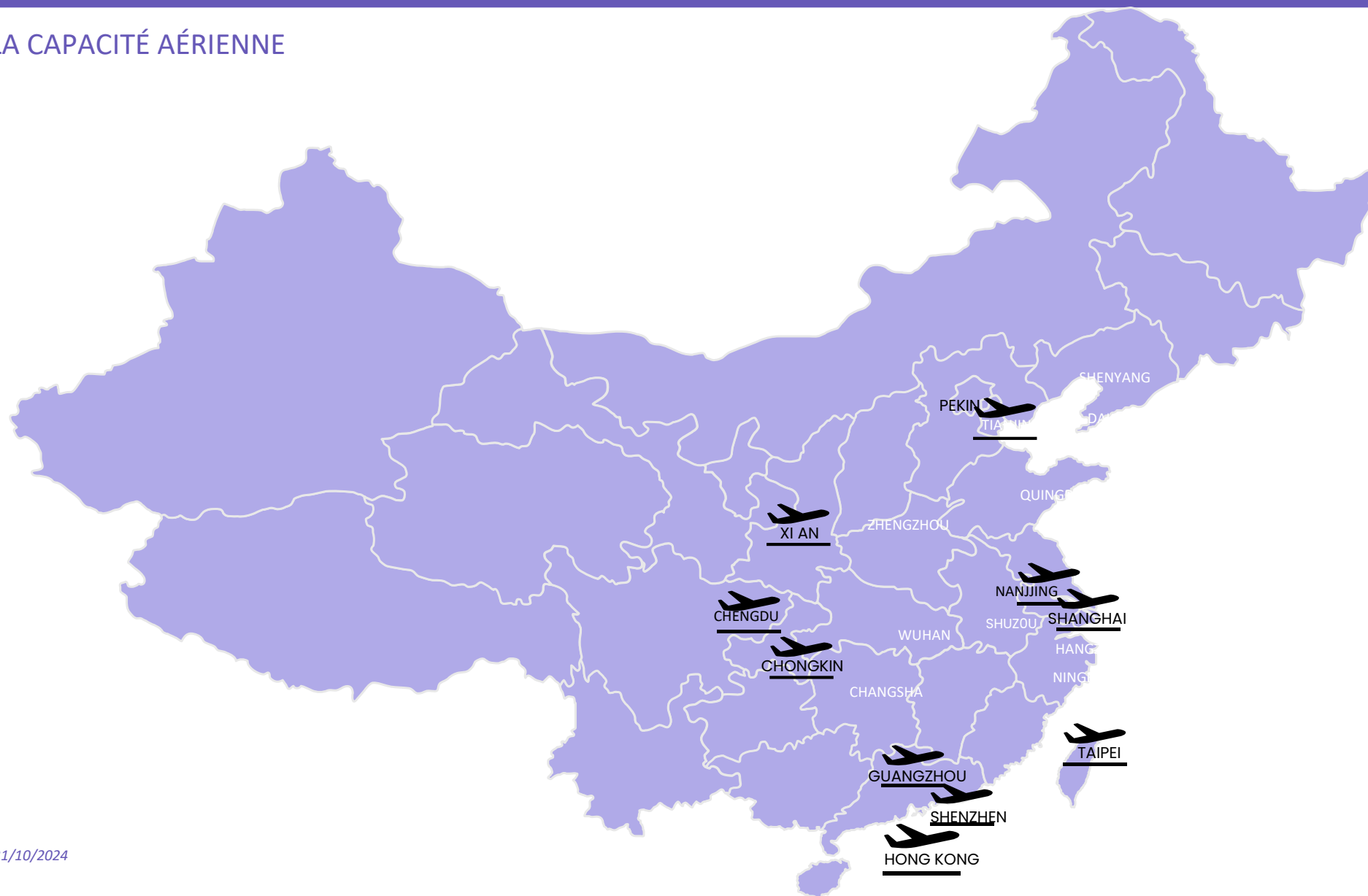


LA FRANCE EN TETE EN EU: PRINCIPALES DESTINATIONS DES CHINOIS EN EUROPE (Base demandes de visa)



Indicateurs du tourisme et tendances

OPTIMISER LA CAPACITÉ AÉRIENNE



Indicateurs du tourisme et tendances

VOLS DIRECTS À DESTINATION DE LA FRANCE PAR SEMAINE (JUSQU'AU 31/08/25)

Pekin (PEK)	PARIS (CDG)	14	Air France- Air China
Shanghai (PVG)	PARIS (CDG)	14	Air France- China Eastern
Canton/Guangzhou (CAN)	PARIS (CDG)	6	China Southern
Chongqing(CKG)	PARIS (CDG)	2	Hainan Airlines
Shenzhen (SZX)	PARIS (CDG)	1	Hainan Airlines
Xi'An (XYZ)	PARIS (CDG)	1	Hainan Airlines
Shanghai (PVG)	MARSEILLE (MRS)	3	Shanghai Airlines
Chengdu	Paris		Air China
Nanjing	Paris	7	China Eastern juillet- aout
Hong-Kong	PARIS (CDG)	14	Air France Cathay Pacific
Taipei	PARIS (CDG)	7	Eva Air

Indicateurs du tourisme et tendances

UNE DEMANDE PLUS DIFFÉRENCIÉE , DES VOYAGEURS JEUNES ET PLUS INDIVIDUELS



Voyageurs individuels

Les plus fortunés

Urbain « tier 1 »

Souvent en famille

Confort, gastronomie et expériences originales

Jeunes seniors

Ceux issus de **classes moyennes supérieures** et souvent issus de villes de 2ème ou 3ème rang, préfèrent les voyages en **groupes**, et profitent de l'opportunité pour effectuer davantage d'achats de **produits de luxe** plus abordables qu'en Chine.



Gens Z et Milleniaux

+70 % voyageurs internationaux

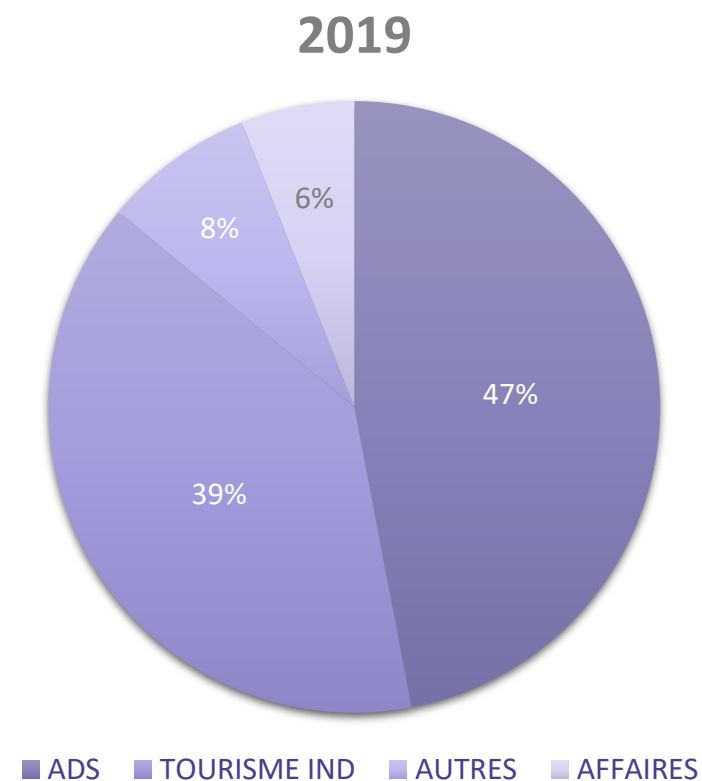
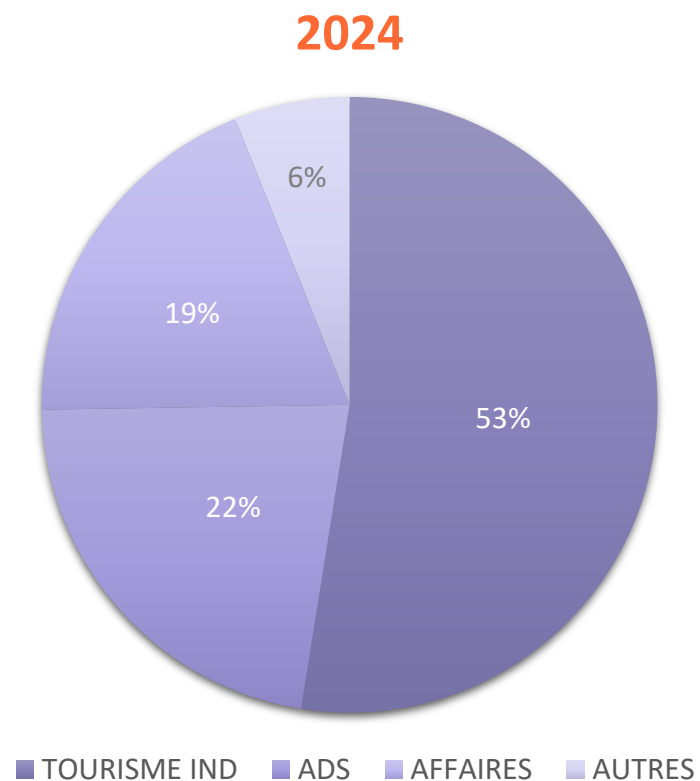
Ultra connectés

Expériences innovantes

Jeunes femmes > Hommes

Indicateurs du tourisme et tendances

UNE DEMANDE PLUS DIFFÉRENCIÉE : PROFIL DES DEMANDEURS DE VISA 2029 VS 2024



Indicateurs du tourisme et tendances

UNE CLIENTÈLE EXIGEANTE

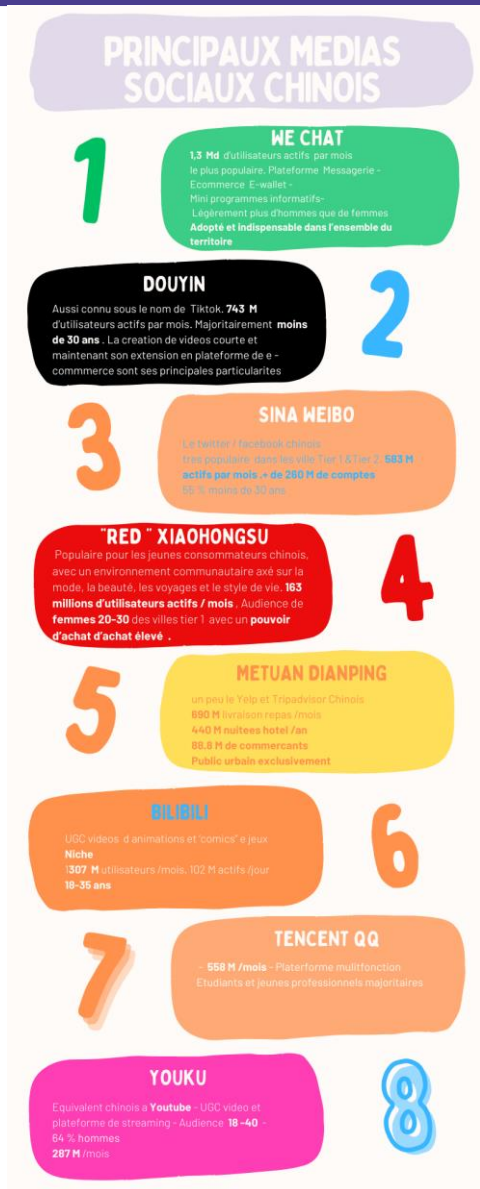
Qualité et confort une
priorité du séjour, plus que
le prix



Indicateurs du tourisme et tendances

UNE CLIENTÈLE ULTRA CONNECTÉE

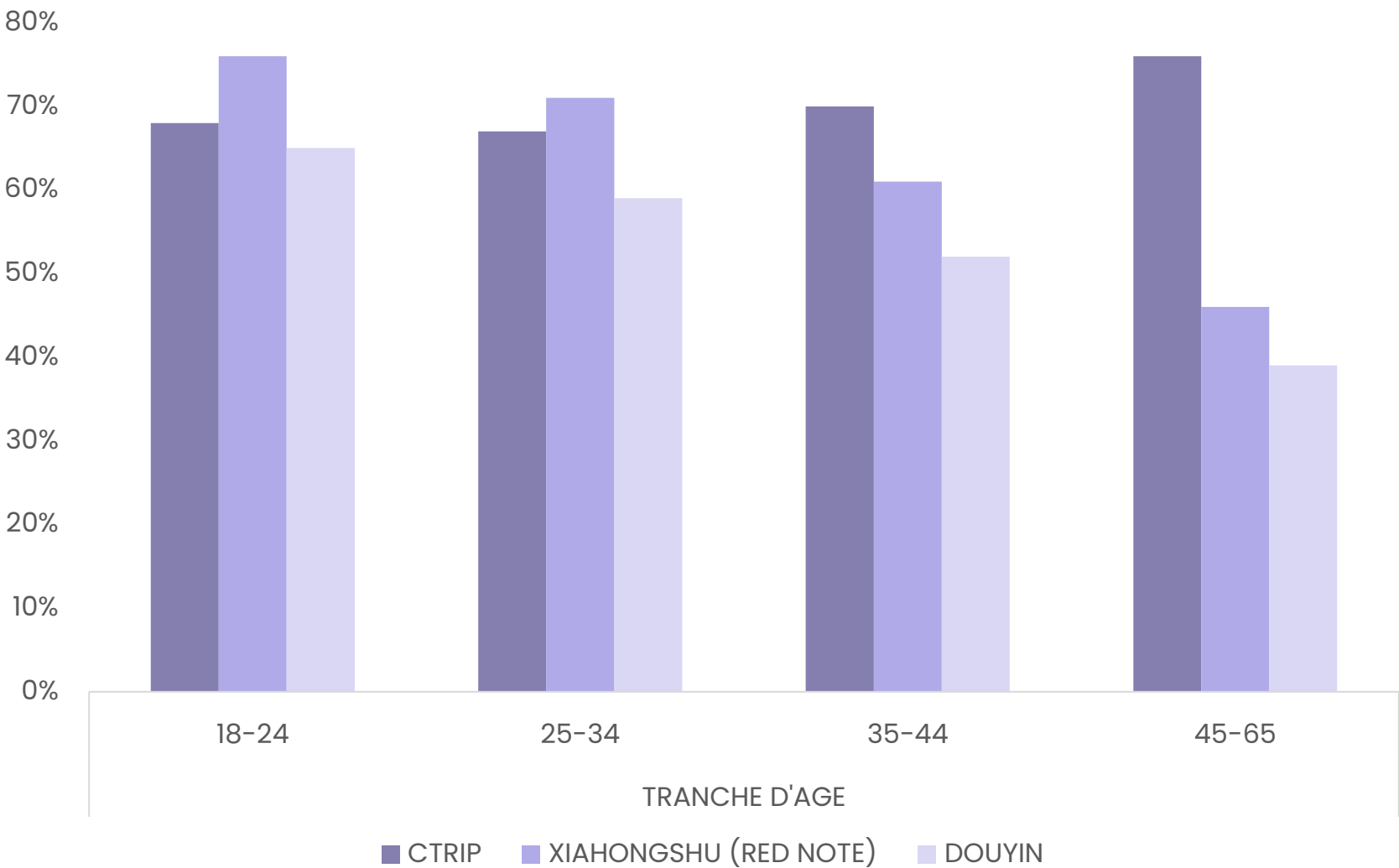
- 67 % des réservations sont faites via une application mobile
- 40 % exclusivement via des médias sociaux
- 90 % des paiements sont effectués par e-wallet



Indicateurs du tourisme et tendances

QUI PRIVILEGIE LES MEDIAS SOCIAUX

LES MEDIAS SOCIAUX SOURCE INCONTOURNABLE D'INFORMATION



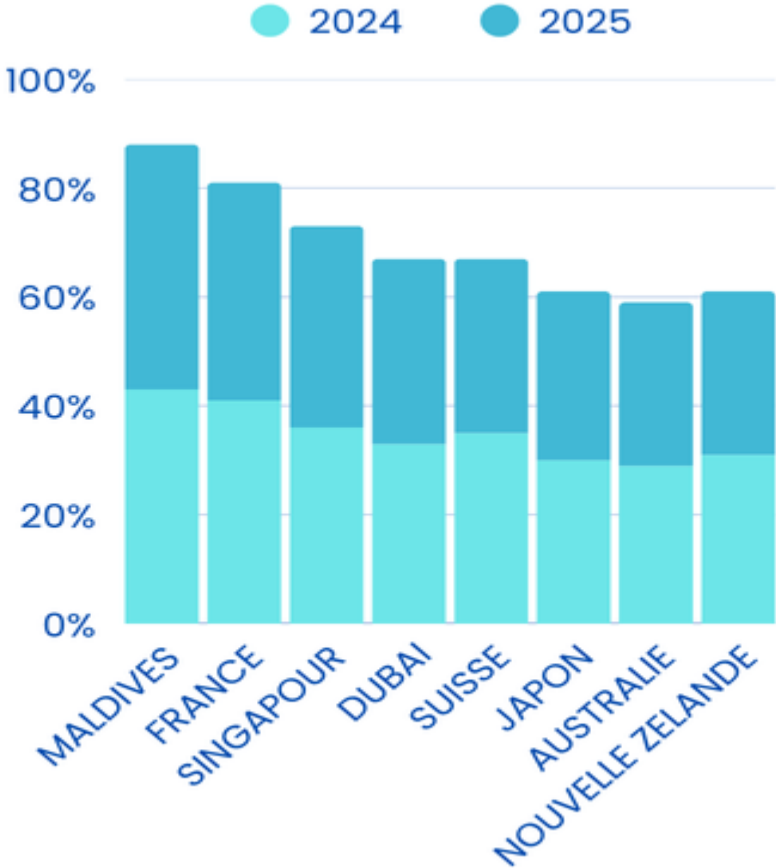
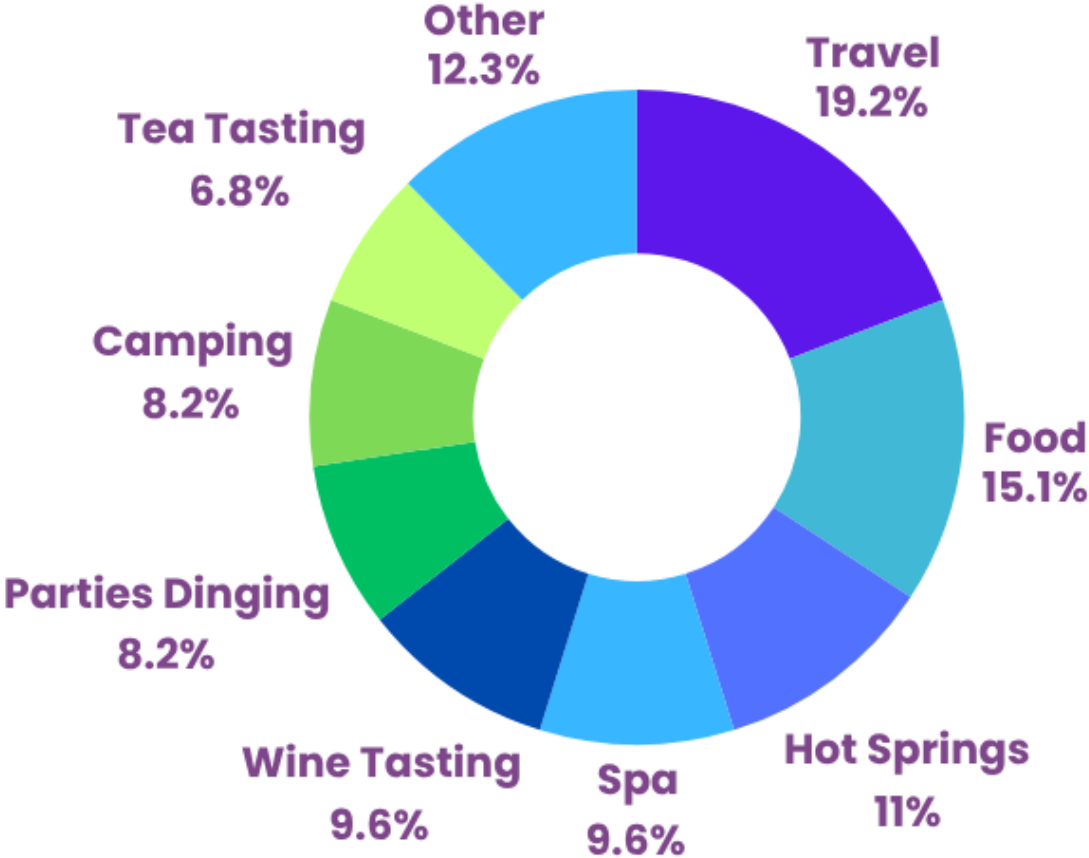


■ Distribution et Produits

LES GRANDS RESEAUX ET LES NICHES A HAUTE VALEUR
AJOUTEE

Distribution et produits : focus haute contribution

EVOLUTION DE LA DEMANDE DU CONSOMMATEUR : LE TOURISME ET LA France RESTENT PRIVILEGIEES



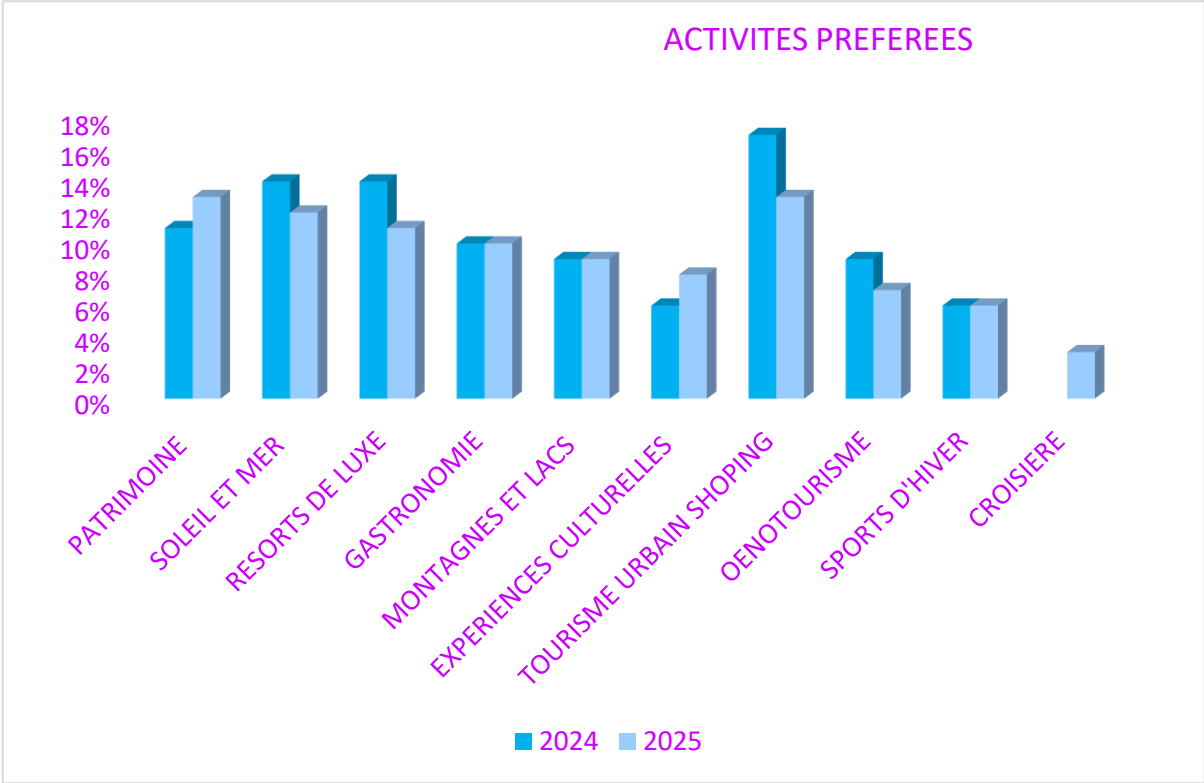
Distribution et produits : focus haute contribution

EVOLUTION DES INTERETS CHEZ LES VOYAGEURS A HAUTE CONTRIBUTION

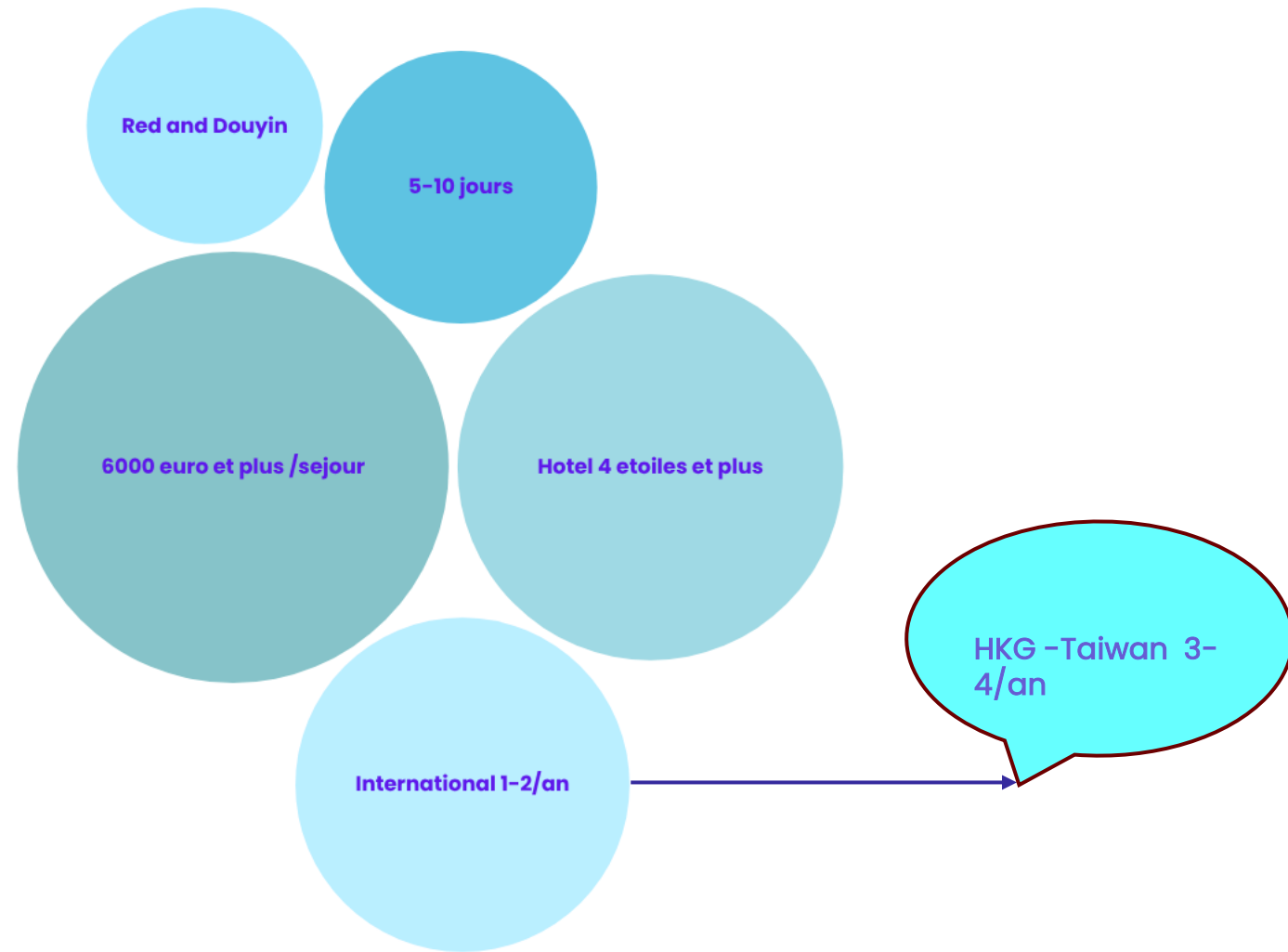
- Expérience et nature se renforcent
- l'engouement ne faiblit pas pour la gastronomie
- le shopping est moins un motif de séjour unique

Néanmoins en août 2024

- premier marché volume détaxe en Europe Continentale
- +25% vs 2023



PROFIL DU VOYAGEUR



Distribution et produits

LES PRINCIPAUX DISTRIBUTEURS

TO/AGV TRADITIONNELS



U-TOUR
Fondé en 1992 large opérateur coté à la bourse de Shenzhen, la France est une destination favorite. Après avoir été « sauvé » par Alibaba en 2021 a reporté un flux net de trésorerie de \$59 M pour le 1er semestre 2024



HGC TRAVEL GROUP E-TI HOLIDAYS
Fondé en 1993, sert un réseau de plus de 6500 AGV en Chine. L'une des premières agences de voyage internationales approuvées par l'Administration nationale du tourisme de Chine pour franchiser les voyages entrants et sortants des citoyens chinois



Q- TRAVEL
Q- travel est la marque internationale de China Bamboo Garden fondée à Shanghai en 2000.



CAISSA
Origine européenne, existe en Chine depuis 1993, un opérateur avec une large programmation France une marque très réputée et cotée en bourse depuis 2015. Plus de 50 filiales dans le monde entier

- TRIP.COM un leader mondial**
- 6ème plus grande entreprise de voyage en capitalisation boursière
 - 11ème en bénéfice : 2,16 MD*

*
Juin 2023-Juin 2024

5

OTA

CLEFS



CTRIP
Leader du marché
25 ans d'existence
inventaire optimal de la destination France
ex: + 830 propriétés en Provence Côte d'Azur
service client au cœur de l'offre



QUNAR
Démarré en 2005, une place de marché et un comparateur il met en avant le UGC. Ne contracte pas ses propres produits. Appartient à Trip.com. Centré sur le prix



去哪儿网
Qunar.com



FLIGGY
Lancé en 2016, appartient et est opéré par Alibaba. S'adresse à une clientèle majoritairement féminine et jeune. Cherche à se développer en l'Europe



MEITUAN DIANPING
8 ans d'existence. Cet acteur relativement nouveau détient près de 46 % de part de marché de la réservation d'hôtels



美团点评
Meituan Dianping



TONCHENG TRAVEL
se concentre sur les groupes de consommateurs jeunes, individuels
Audience à 87% de "low tier cities"

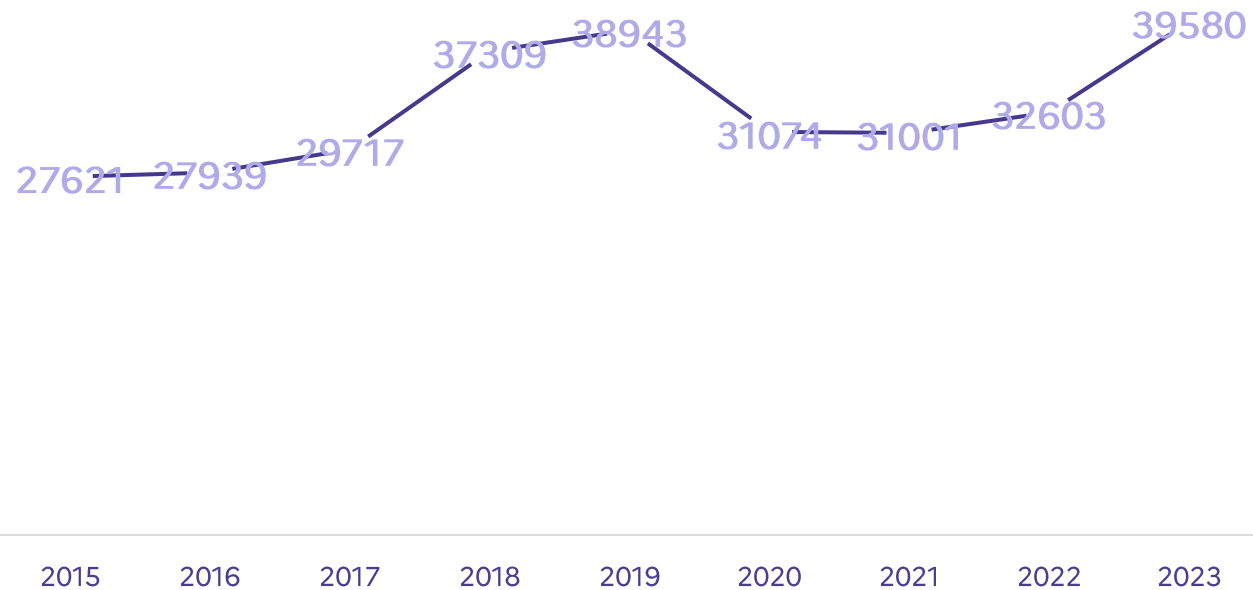


同程旅行

Distribution et produits

LES AGENCES DE VOYAGE ACTEURS INCONTOURNABLES...

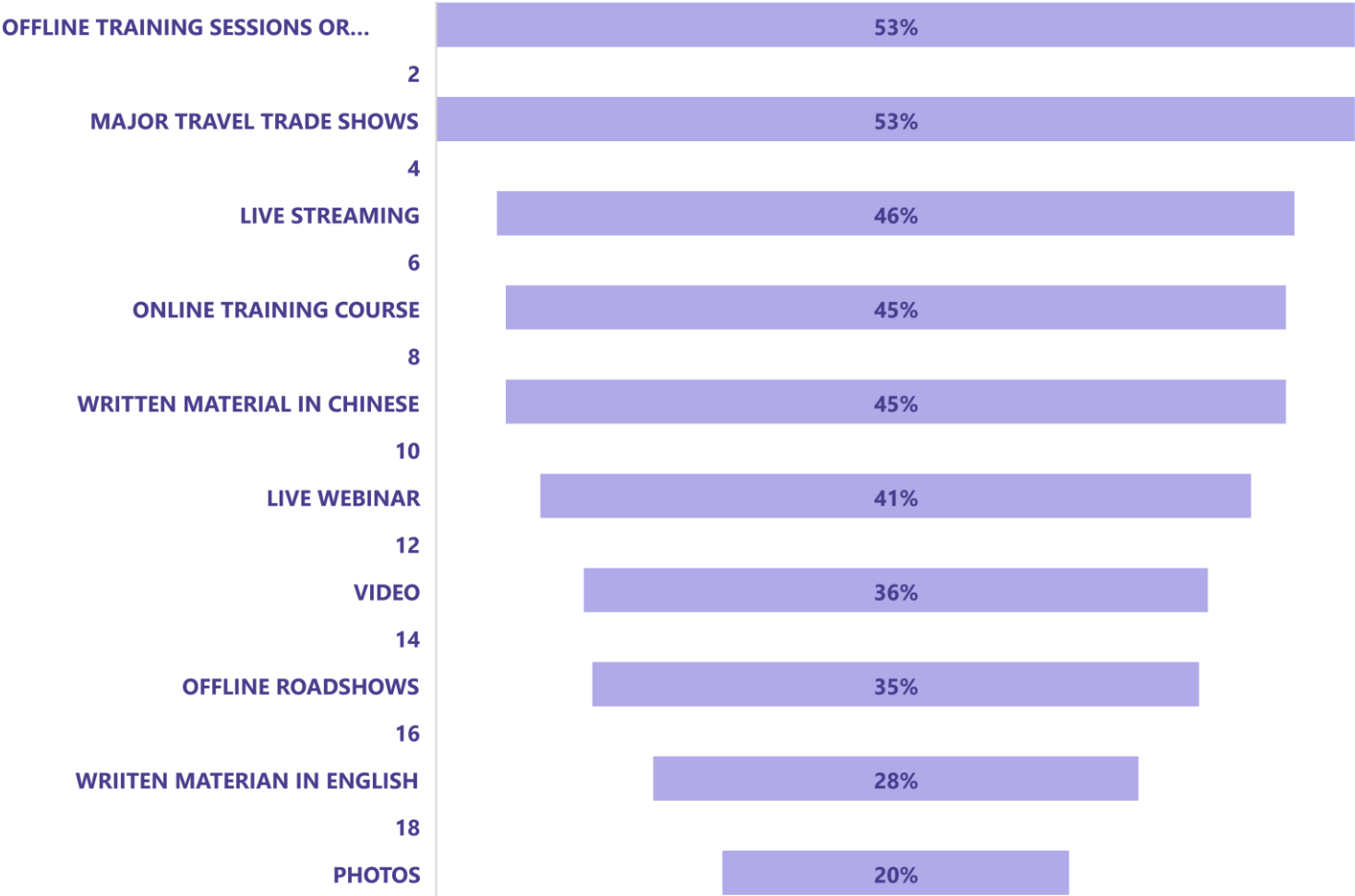
NOMBRE D'AGENCES DE VOYAGES EN CHINE
2015-2023



- 166 Chine Continentale
- 90 HKG
- 68 Taiwan



TRAVAILLER AVEC LES DISTRIBUTEURS : QUELS CANAUX PRIVILÉGIER ?



PRIVILEGIER LA HAUTE CONTRIBUTION : NOS CIBLES

OENOTOURISME

CHINE :

5ème pays consommateur de vin au monde

Une préférence pour le vin rouge même si le vin blanc progresse

Un partenariat commercial et culturel ancien avec la France

LVMH investi en Chine

Investisseurs Chinois en Bourgogne et dans le Bordelais

- 35-40 ans = age moyen de l'oenotouriste
- Une clientèle individuelle de self drive
- 8 voyagistes spécialisées à Destination Vignobles en 2024

Structure de la distribution et des produits

SPORTS D'HIVER : UN INTÉRÊT NAISSANT POUR LA MONTAGNE



Estimation du volume du marché du Ski en Chine en 2022 : €3.5Md



Nombre de skieurs en Chine en 2024 : 23 millions (+16% vs 2023) dont
400, 000 snowboarders



719 stations mais seulement une vingtaine au niveau européen



Une population relativement jeune : 53 % moins de 30 ans et et
majoritairement débutant



Structure de la distribution et des produits

SPORTS d' HIVER : UNE VOLONTE POLITIQUE D'EXPANSION ET DES OBJECTIFS PRECIS DEPUIS 2015

Prévision de :

- **50 M** d'adeptes d'ici 2025
- **1000 stations** d'ici 2030

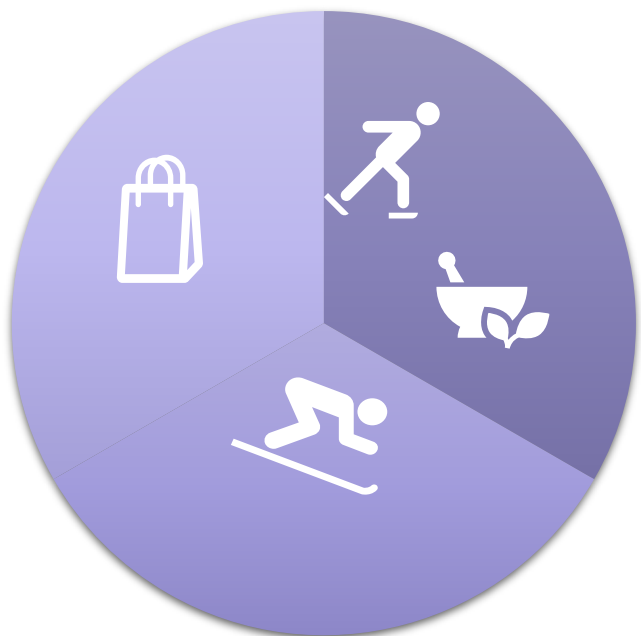
- Plus grande piste de ski couverte du monde : 800 000m²
- ¼ de toutes les visites de skieurs dans des stations de ski couvertes.



Structure de la distribution et des produits

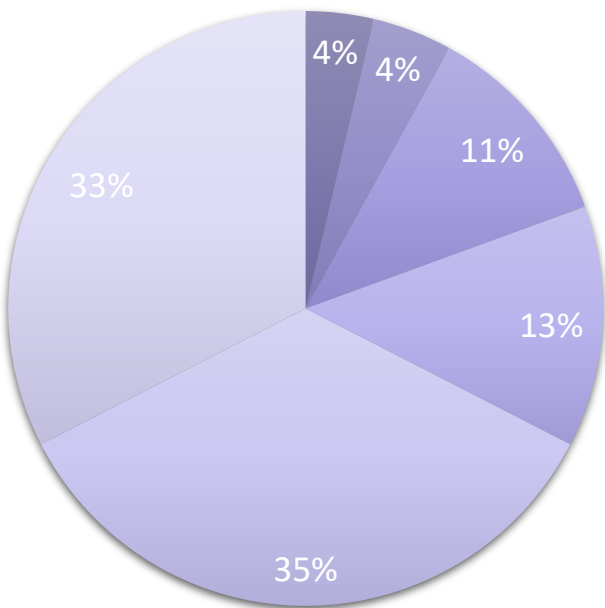
SPORTS D'HIVER

ACTIVITÉS



■ SKI ET SNOWBOARD ■ PATIN ET SPA /BIEN ETRE ■ SHOPPING

AGE

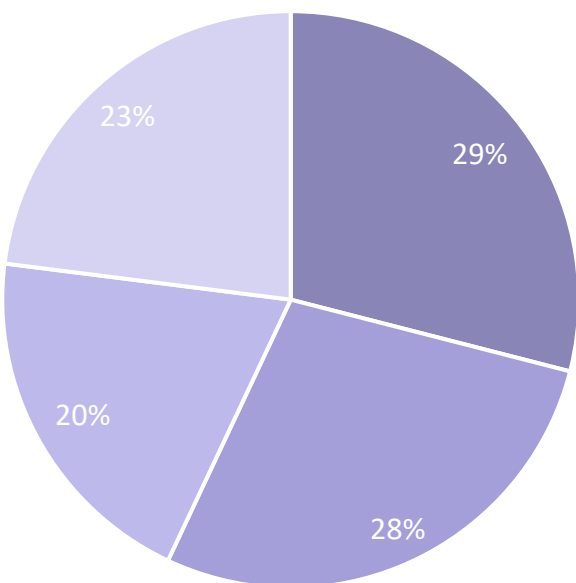


■ Moins de 7ans ■ Plus de 50 ans ■ 40 à 50 ans
■ 7 à 20 ans ■ 30 à 40 ans ■ 20 à 30 ans

Structure de la distribution et des produits

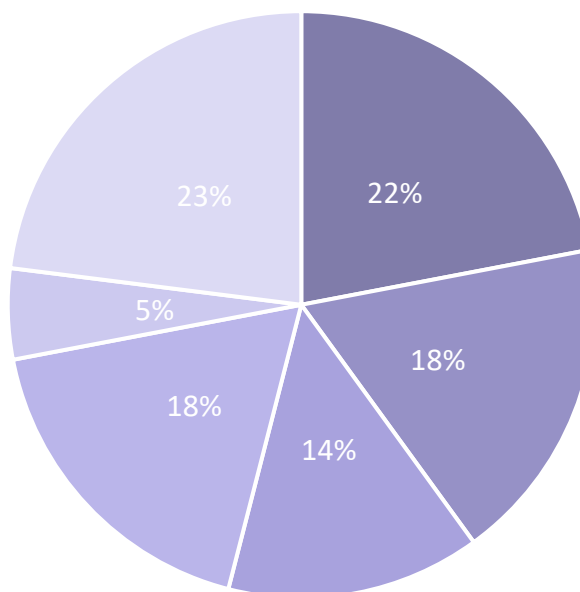
SPORTS D'HIVER

Profil



■ SEUL ■ EN FAMILLE ■ AMIS & COLLEGUES ■ EN COUPLE

Bassins émetteurs



■ PEKIN ■ HEIBEI ■ LIAONING
■ JILIN&HEILONGJIANG ■ SHANGHAI ■ AUTRES

#ActivateurDeTourismes

