

DOSSIER DE PRESSE

just
dijon
to visit

DIJON CHINA DESK

Faire de Dijon
la destination touristique privilégiée
de la clientèle chinoise
haut de gamme



Dijon crée un **China Desk** pour conquérir la clientèle chinoise haut de gamme

Dijon Métropole ambitionne de devenir pour les touristes chinois la deuxième ville de destination en France après l'Île-de-France.

Cette volonté constitue l'un des axes majeurs de la stratégie de développement touristique de la métropole dijonnaise.

Pour ce faire, l'Office de Tourisme de Dijon Métropole a mis en œuvre le Dijon China Desk, un programme de promotion inédit, destiné à conquérir une clientèle individuelle haut de gamme, à attirer plus particulièrement les « millenials » et à augmenter la durée des séjours.

Le Dijon China Desk, initié début 2018, se traduit par un renforcement des liens avec les professionnels chinois du tourisme et le développement d'importantes opérations de promotion, notamment sur les réseaux sociaux et auprès des réseaux d'influenceurs chinois.

L'Office de Tourisme de Dijon Métropole s'engage également à faciliter l'accueil et « l'expérience voyageur » des touristes chinois au moyen d'outils et d'actions spécifiques.

Accueillant déjà un nombre significatif de touristes chinois, Dijon dispose sans conteste des atouts permettant de s'imposer comme une destination incontournable pour cette cible : un patrimoine historique et architectural d'exception, une gastronomie et des vins célèbres dans le monde entier, des équipements culturels d'envergure nationale et internationale, des commerces haut de gamme.

La situation géographique privilégiée et la bonne desserte de Dijon, sa capacité hôtelière adaptée et son statut de ville particulièrement sûre concourent également à son attractivité.



UNE VOLONTÉ D'ATTIRER LES VOYAGEURS INDIVIDUELS ET D'AUGMENTER LA DURÉE DES SÉJOURS

L'Office de Tourisme de Dijon Métropole souhaite saisir dès à présent les opportunités offertes par l'essor du tourisme chinois en France et en Europe, tout en capitalisant sur le fait que les touristes chinois constituent d'ores et déjà une part non négligeable des visiteurs.

La fréquentation touristique des chinois en Europe ne cesse de se développer : en 2016, on a ainsi recensé 8,2 millions d'arrivées de Chinois dans l'Union Européenne - un chiffre qui a doublé en l'espace de 5 ans - la France se positionnant comme la destination numéro 1 en Europe.

À l'échelle de Dijon, les touristes chinois représentent déjà la première nationalité étrangère en nombre de nuitées, avec près de 95 000 nuitées en 2017, principalement effectuées dans des hôtels haut de gamme ou milieu de gamme. Pour autant, ces séjours restent encore le plus souvent de courte durée, car Dijon ne constitue généralement qu'une brève étape dans un circuit France ou Europe de quelques jours.

En effet, la majorité des touristes chinois

qui se rendent en France pour la 1ère fois le font encore dans le cadre de groupes (15-40 personnes) et de séjours de découverte de l'Europe, généralement de 3 ou 4 pays.

Mais les comportements de la clientèle chinoise sont en train d'évoluer. En marge des circuits en groupe, émergent des déplacements en comité plus restreint, voire individuels, en particulier chez les plus jeunes.

On observe également une réduction du nombre de pays visités.

Le développement de la clientèle individuelle et des « repeaters » permet de proposer de plus en plus de séjours thématiques. Les millenials (20-35 ans), voyageurs ultra-connectés, indépendants, et à la recherche d'expériences authentiques, constituent aujourd'hui 40% des touristes chinois voyageant en Europe.

Le voyage en famille, perçu par les parents chinois comme un élément bénéfique pour le développement et l'éducation des enfants, rencontre de même un succès croissant.

C'est sur ces nouvelles typologies de clientèle que l'Office de Tourisme de Dijon Métropole a choisi de concentrer ses efforts.



LES PRINCIPALES ACTIONS ENGAGÉES DANS LE CADRE DU DIJON CHINA DESK

Renforcer les relations avec les professionnels chinois du tourisme

Depuis sa création début 2018, le Dijon China Desk a permis de nouer des relations étroites et régulières avec les tours opérateurs et agences de voyage chinoises. Afin de mieux promouvoir la destination auprès des professionnels, une brochure de présentation en mandarin a été publiée.

Ainsi, l'Office de Tourisme de Dijon Métropole a participé en janvier 2018 au China Workshop de Paris, en présence de près de 200 professionnels du tourisme chinois et a rencontré individuellement dans ce cadre une trentaine d'agences de voyage chinoises.

Un EducTour rassemblant 70 agences de voyage chinoises a été organisé à la même période à Dijon et en Côte de Nuits.

L'Office de Tourisme de Dijon Métropole s'est rendu à Pékin et à Shanghai du 29 août au 8 septembre 2018 pour présenter individuellement la destination à 23 agences de voyage haut de gamme.

Du 26 au 29 octobre prochain, Dijon accueillera le France Luxury Fam Trip 2018, permettant de présenter les offres haut de gamme de la destination.

Afin d'assurer la pérennité des liens initiés avec ces différents acteurs, l'Office de Tourisme de Dijon Métropole s'appuie sur l'expertise et le réseau d'Oscar Tours, un spécialiste français du tourisme chinois.

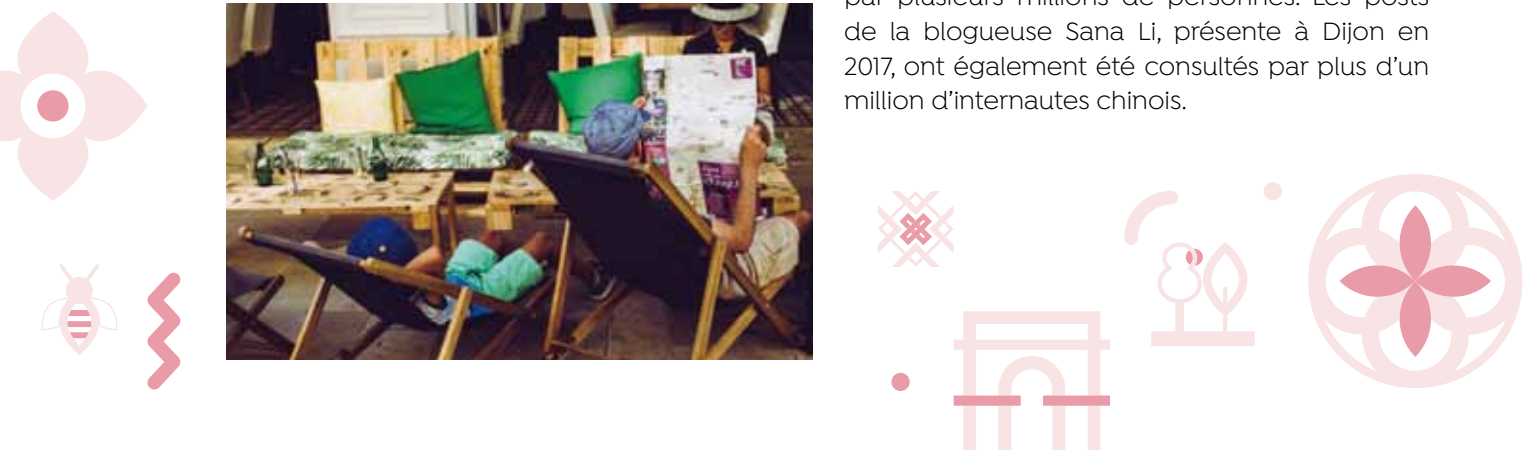


Une présence sur les médias sociaux et les réseaux d'influenceurs chinois

Les réseaux et médias sociaux de la Chine continentale sont devenus des outils incontournables pour les touristes chinois. La plateforme WeChat, qui revendique plus de 900 millions d'utilisateurs est désormais la première source d'information pour se renseigner sur une destination.

L'Office de Tourisme de Dijon Métropole a ainsi pris le parti d'investir ces réseaux sociaux, en créant en juin 2018 un compte officiel sur Weibo, l'équivalent chinois d'Instagram, sur lequel il poste 3 publications par semaine. Parallèlement il sera présent à partir de novembre prochain sur WeChat, autre réseau social majeur. Les informations publiées sur le futur compte de l'Office de Tourisme de Dijon Métropole permettront aux agences de voyage, guides et FIT chinois de bien préparer leur séjour à Dijon et aux touristes chinois présents à Dijon de s'informer, de s'orienter, et de faire découvrir la destination aux internautes.

Plusieurs blogueurs et influenceurs chinois ont déjà été accueillis à Dijon : ainsi Fan Yibo, l'un des plus anciens et influents blogueurs de voyage chinois, est venu en mars 2018. Ses publications ont été lues notamment sur Weibo et Wechat par plusieurs millions de personnes. Les posts de la blogueuse Sana Li, présente à Dijon en 2017, ont également été consultés par plus d'un million d'internautes chinois.



Optimiser l'accueil et « l'expérience voyageur » des visiteurs chinois

Accéder aisément au wifi, pouvoir se géolocaliser, sélectionner et réserver en ligne un hébergement, un restaurant, une activité, effectuer des paiements depuis un téléphone mobile, constituent autant d'éléments qui simplifient et sécurisent le quotidien des touristes chinois.

L'Office de Tourisme de Dijon Métropole s'engage résolument dans une démarche « chinese friendly » à travers deux partenariats innovants.

Dijon est ainsi la première ville de France hors Paris à déployer le système Silkpay, qui propose des solutions de paiement dématérialisées permettant aux clientèles chinoises de payer directement en cashless et en Yuan.

Parallèlement, l'Office de Tourisme de Dijon Métropole envisage l'utilisation de CTrip, un outil chinois de réservation en ligne, qui pourrait le cas échéant permettre d'accroître les réservations hôtelières individuelles en provenance de Chine.

D'autres pistes de promotion de la destination sont actuellement explorées, telles que la création d'événements à forte valeur ajoutée, ou le développement de coopérations entre Dijon et la Chine sur différentes thématiques (cinéma, culture, économie, etc), avec pour objectif de susciter l'attraction d'une clientèle individuelle haut de gamme.

Un dispositif inédit dans son ampleur et ses ambitions

Si de nombreux territoires partagent le souhait d'attirer la clientèle chinoise compte tenu de l'énorme potentiel de développement qu'elle représente, le China Desk mis en œuvre par l'Office de Tourisme de Dijon Métropole ne trouve actuellement pas d'équivalent en France en terme de stratégie, de ressources mobilisées et de hauteur des ambitions affichées.



Un programme d'actions qui s'inscrit en cohérence avec les ambitions de la Région Bourgogne-Franche -Comté

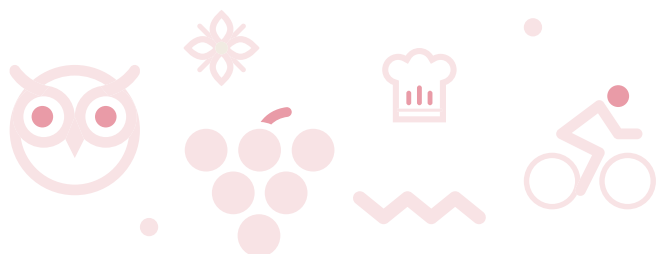
En 2017, le Comité Régional du Tourisme de Bourgogne-Franche-Comté a inscrit l'objectif de devenir la première région pour l'accueil des Chinois en France et en Europe, hors Ile-de-France parmi les priorités de son Schéma de Développement Touristique.




Une démarche partenariale

L'Office de Tourisme de Dijon Métropole établit des synergies et s'appuie sur l'expertise et les réseaux de différents partenaires :

- Atout France, qui dispose de 2 bureaux en Chine, à Pékin et Shanghai
- le Conseil Régional et le Comité Régional du Tourisme de Bourgogne-Franche-Comté qui développent des actions de promotion et de coopération avec la Chine
- le service des relations internationales de Dijon Métropole qui favorise les partenariats économiques, universitaires et culturels avec la Chine
- les réseaux privés tels que l'Association Chinoise des Agences de Voyages (ACAV) l'Association des Chinois de Dijon, le Club Hôtelier Dijon Bourgogne.





Dijon, un territoire qui dispose de tous les **atouts** pour attirer la clientèle chinoise



L'Office de Tourisme de Dijon Métropole a choisi de promouvoir la destination prioritairement autour des thématiques que sont le vin et la gastronomie, le romantisme, le shopping, le patrimoine culturel et l'art de vivre. Autant d'items susceptibles de séduire la clientèle des « millenials » chinois et qui constituent les fondamentaux de l'attractivité touristique de Dijon.

Ce positionnement permet à Dijon de recevoir 2 millions de touristes par an et d'être classée 9^{ème} ville de France en termes de nuitées hôtelières pour des visiteurs internationaux.

DIJON MÉTROPOLE, C'EST

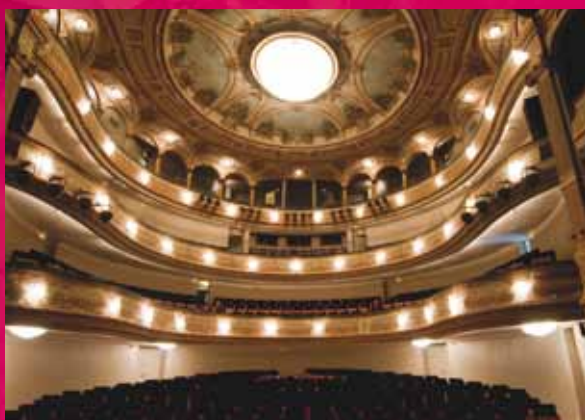
Un patrimoine d'exception

- 2 reconnaissances Unesco : Climats du vignoble de Bourgogne (2015) et Repas gastronomique des Français (2010), bientôt valorisés au sein de la Cité internationale de la gastronomie et du vin.
- 97 ha classés « secteur sauvegardé »
- 3000 édifices remarquables dans le centre historique



Des équipements culturels prestigieux

- Le musée des Beaux-Arts de Dijon, l'un des plus grands musées de France
- Le Consortium Museum, un espace d'art contemporain de renommée internationale
- L'Opéra de Dijon



Une capitale de la gastronomie et du vin

- Des spécialités gourmandes emblématiques : moutarde de Dijon, crème de Cassis, truffe, jambon persillé, pain d'épice, grands vins de Bourgogne.
- Un fonds exceptionnellement riche de 33 000 documents dédiés à la gastronomie et à l'œnologie conservés à Dijon.
- Plus de 600 restaurants parmi lesquels 4 établissements étoilés au Guide Michelin.
- Une Cité internationale de la gastronomie et du vin qui ouvrira ses portes en 2020.

Une capacité hôtelière adaptée, avec 12 hôtels 4 et 5 *, 29 hôtels 3 * représentant un parc de 3940 chambres.

L'implantation de nombreuses enseignes haut de gamme.



Une situation géographique privilégiée et une forte accessibilité

Dijon est située à 1 h 35 de Paris, 1 h 45 de Lyon, 2 h de Lausanne, 2 h de Strasbourg en TGV. Elle est desservie par les axes routiers européens et le TGV.

dijon
just
to visit

CONTACT PRESSE

AGENCE GÉRALDINE MUSNIER

Samy Chebil

04 78 91 19 75

samy@agencegeraldinemusnier.com



Géraldine Musnier

06 72 68 27 21

geraldine@agencegeraldinemusnier.com

JUST DIJON

40 avenue du Drapeau
CS 17 510 • 21 075 DIJON CEDEX
+33 (0) 380 503 535



justdijon.com



destinationdijon.com