



**OFFICE DE
TOURISME**
dijon
MÉTROPOLE



DIJON CHINA DESK

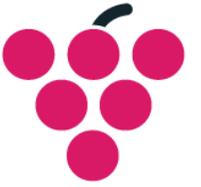
Geneviève FONTAINE / Directeur Office de Tourisme de Dijon Métropole





Le marché touristique chinois : 8.2 millions d'arrivée en Europe, doublement en 5 ans, France, première destination avec 2.1 millions. Prévision d'ici à 5 ans, 5 millions !





Un marché touristique déjà bien en place à
Dijon :

- 1^{ère} nationalité étrangère en nuitées
- 95 000 nuitées chinoises en 2017
- Principalement en hôtellerie haut de gamme et moyenne gamme





Une localisation stratégique pour les tours
en Europe et en France.

Dijon, ville étape des circuits touristiques
chinois principalement sur les groupes tours
Europe.





Constat:

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

Objectif : 2^{ème} ville de destination en France après l'île de France





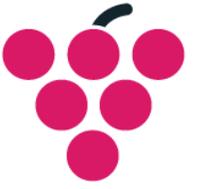
Mais une durée de séjours trop courte de ville étape et une méconnaissance de la destination et des produits de la destination.





En marge des circuits
en groupe, émergent des déplacements en
comité plus restreint, voire individuels, en
particulier chez les plus jeunes.





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.





Dijon China Desk™ : un programme de promotion et de conquête dédié au marché **individuel** chinois haut de gamme et aux « millenials »

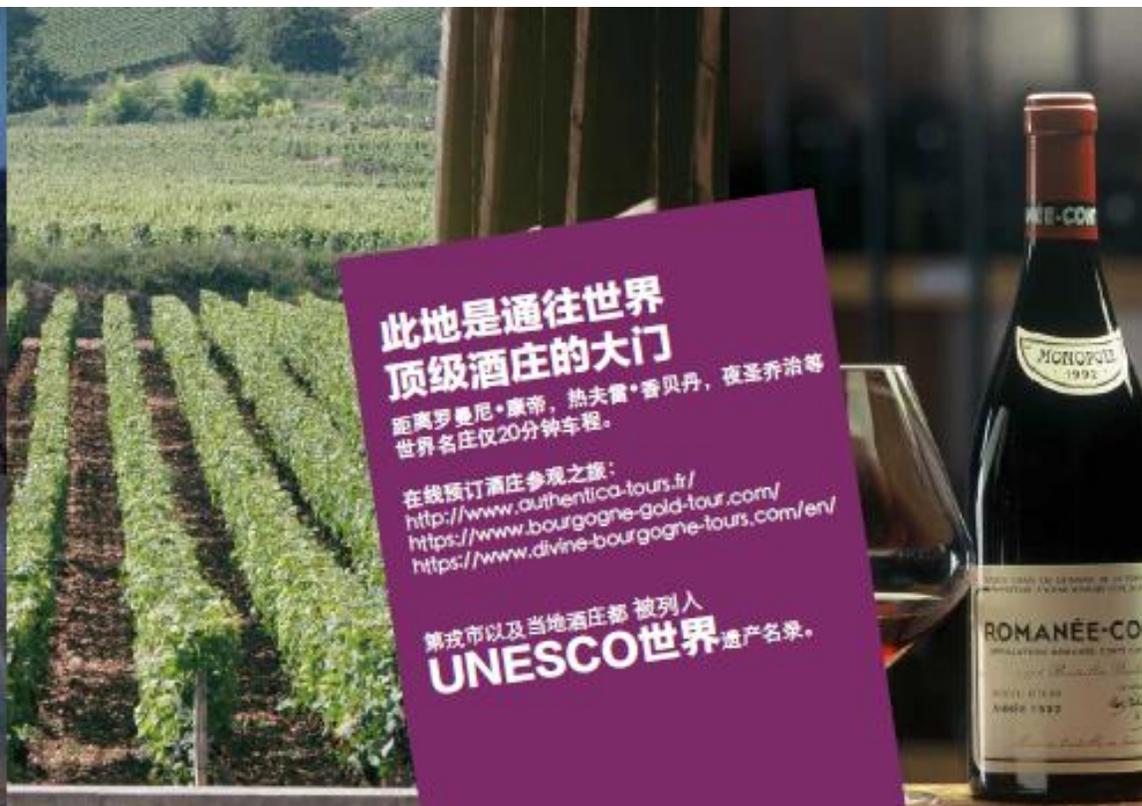




1) Renforcer les relations avec les professionnels du tourisme chinois

- Brochure en mandarin
- Eductours TO et AVG
- Workshop en Chine







理想的小众旅行目的地:
可网上订询“搜寻松露”活动 www.truffe-de-bourgogne.fr , 热气球之旅 www.air-escar-got.com , 在勃艮第运河上乘坐小艇 www.cap-canal.fr

著名的伯恩济贫院
第戎市和周边地区共有
2家5星级酒店
12家4星级酒店和28家3星级酒店。

寻找松露

Copyright: Sene U





2) Créer des alliances stratégiques

- Echanges et coopérations internationales
- Partenariat avec un TO spécialiste du marché touristique chinois
- Dépôt de la marque Dijon China Desk





3) Investir les RS et les technologies numériques chinoises

- Présence sur les réseaux sociaux Wechat / Weibo...
- Présence sur les plateformes techniques : Ctrip / Alibaba...
- Réseaux et médias d'influence (bloggeurs voyages, séries TV...)





4) Optimiser l'accueil et l'expérience du voyageur chinois

- Déploiement des solutions de paiement cashless : Wechat Pay, Alipay, Silkpay
 - Déploiement des QR code Wechat
- Formation des professionnels et sensibilisation





Are you « Chinese Friendly » ?

Rencontre du tourisme métropolitain / Clermont-Ferrand

