

## **LANCEMENT D'UNE CAMPAGNE "BIENVENUE EN CHINE" CÉLÉBRANT L'ANNÉE FRANCO-CHINOISE DU TOURISME CULTUREL**

**CAO CAO Mobility France, acteur incontournable de la mobilité écoresponsable et accessible, annonce le lancement de la campagne « Bienvenue en Chine » en l'honneur du 60e anniversaire des relations diplomatiques entre les deux pays et de l'année du tourisme culturel franco-chinois.**

Cette campagne sera officiellement lancée le 16 avril en présence de son Excellence M. Shaye LU, Ambassadeur de Chine en France. Elle a pour objectif de **promouvoir la destination Chine auprès du Grand Public français et des touristes franciliens du 16 avril au 16 juin**. Cette initiative vise à renforcer les liens entre la Chine et la France, ainsi qu'à favoriser une coopération accrue dans le secteur du tourisme. L'ambition est de valoriser la Chine comme destination touristique et culturelle auprès du public français, tout en facilitant les rencontres entre entreprises chinoises et acteurs français du tourisme.

**Cette initiative s'inscrit dans une démarche globale de collaboration visant à promouvoir les voyages touristiques entre la France et la Chine.**

Le secteur du tourisme représente une part non négligeable du PIB de la France et de la Chine avec, respectivement, en 2023 une part de 7,5 % pour la première destination touristique mondiale et de 7,9 % pour la deuxième puissance économique mondiale. En 2019, 500 000 Français visitaient la Chine, tandis que plus de 2 millions de Chinois se rendaient en France. Le tourisme a été profondément paralysé à la suite de la crise du Covid-19 mais l'année 2024 représente une opportunité majeure de redynamiser ce secteur.

**Le contexte actuel est davantage propice au tourisme en direction de la Chine, avec la reprise accélérée depuis 6 mois du trafic aérien vers cette destination grâce à la relance des liaisons aériennes entre les deux pays.**

Le nombre de vols entre la France et la Chine est en effet aujourd'hui revenu à 78 vols par semaine,

soit une capacité équivalente à environ 80 % de celle observée avant la crise sanitaire.

Cette nette remontée en cadence de ces échanges mutuels est également facilitée par les **récentes mesures d'assouplissement des formalités d'entrée** annoncées par le Ministère chinois des affaires étrangères le 24 novembre dernier . Les autorités chinoises ont ainsi supprimé l'obligation de visa pour les voyageurs titulaires de passeports ordinaires de France pour un séjour d'une durée maximale de 15 jours du 1er décembre 2023 au 30 novembre 2024.

Les congés du Nouvel An lunaire ont également été le théâtre d'une reprise significative du tourisme et de la consommation en Chine, dépassant même les niveaux pré-pandémie, témoignant ainsi de **l'attrait continu de la destination chinoise pour les voyageurs du monde entier**.

**La campagne "Bienvenue en Chine" bénéficie d'une mobilisation collective de partenaires stratégiques qui soutiennent cette ambition** de renforcer les liens sino-français tout en promouvant le tourisme culturel. Parmi ces partenaires clés figurent NI HAHO CHINA alias l'Office de Tourisme de la Chine, ICBC, Hisense, Unionpay, TCL, Hainan Airline, AliCloud, CHEN Market et Shede Spirit. Leur implication témoigne de **leur engagement commun dans la promotion de l'amitié entre les deux nations et dans le développement de ce secteur stratégique**.

**À l'occasion de cette campagne marquante, 54 LEVC-TX, les véhicules emblématiques de Caocao connus comme les Black Cab londoniens, seront personnalisés aux couleurs de l'année franco-chinoise du tourisme culturel ainsi que de différentes marques partenaires.** Adriver, partenaire de Caocao depuis ses débuts, s'est chargé de sa mise en place opérationnelle.

**Pour célébrer l'ouverture de la campagne, le 16 avril, une soirée exceptionnelle** se déroulera à Paris. La soirée sera marquée par des interventions de personnalités du secteur économique et touristique, dont *son Excellence M. Shaye LU, Ambassadeur de Chine en France ; M. Ning JIN, Directeur Général de Industrial and Commercial Bank of China et M. Christian MANTEI, Président du conseil d'administration de Atout France.*



## **À propos des campagnes publicitaires OOH de Caocao Mobility France en partenariat avec Adriver**

Les campagnes OOH sur les véhicules de Caocao Mobility France en partenariat avec Adriver génèrent 86 % d'Occasion De Voir dans Paris intramuros. 70 % des ODV sont distribuées dans les arrondissements à fort pouvoir d'achat.

## **À propos de Caocao Mobility France**

CAO CAO Mobility France, au capital de 35M, est une entreprise de mobilité attentive à notre environnement soutenue par le constructeur automobile Geely, 13ème constructeur mondial (Volvo - Lotus - Lync & Co. ). Le groupe fort de 80 salariés engagés autour de nos 3 valeurs (Environnement-Qualité-Sécurité) est basé à Levallois-Perret. Caocao Mobility France est composée de 2 filiales dont ESQ-VTC en charge de la gestion des chauffeurs salariés, et Caocao Mobility Paris créée en août 2019. Caocao Mobility Paris est une plateforme de mobilité et de location de ses véhicules LEVC-TX. Son engagement d'offrir un service de mobilité accessible à tous et décarbonée a été récompensé en mars 2024 lors de la cérémonie des Travel d'or lors de laquelle elle a reçu le prix du transporteur préféré des Français. La plateforme CAO CAO Mobility touche 120 millions d'utilisateurs en Chine, ce qui en fait un des leaders de la mobilité dans son pays d'origine.

Ndlr : CAO CAO se prononce Tsao Tsao

**Pour plus d'informations et/ou si vous souhaitez être présent à cet événement :**  
**[presse@caocao.fr](mailto:presse@caocao.fr)**