

Le Marché Français

Le marché national pèse pour la moitié de la fréquentation. Le faible taux relatif de départ à l'étranger bénéficie à toutes les régions et en particulier à PACA, 1^{ère} destination fréquentée, mais les dépenses à l'étranger augmentent rapidement. La demande nationale bénéficie surtout aux hébergements non marchands ou aux modes locatifs et camping, mais se répartit bien sur le territoire.

Parmi les 20 régions de l'Union Européenne au plus fort PIB par habitant, on trouve l'Île de France au 5^{ème} rang.

La Côte d'Azur

Le marché français a toujours été au 1^{er} rang des clientèles. La "Grande Côte d'Azur" incluant le Var réalise 5% du total des nuitées françaises (2012-14) et figure au 1^{er} rang des destinations, mais sa part chute régulièrement. Pour les Français, la Côte d'Azur c'est d'abord le Var, puis les Alpes-Maritimes. Réduite aux Alpes-Maritimes, elle accueille 3,2% des nuitées hôtels en France. La part de marché est en légère baisse dans les hôtels, mais stable pour les réservations aériennes via GDS (9%). Selon le SDT Sofres, les AM sont au 8^{ème} rang des départements pour leur part en nuitées tous hébergements avec 2%.

Principales régions d'origine : Méditerranée (PACA-Languedoc) 27%, Paris-IDF 24%, Rhône-Alpes-Auvergne 19%, Sud-Ouest 7%, Ouest 6%. **Visiteurs avion :** 58% viennent de Paris-IDF, 7% de l'Ouest, 7% de Picardie-Nord Pas de Calais, 6% de Rhône-Alpes-Auvergne, 6% de l'Est, 4% du Sud-Ouest, 4% de Corse, 3% de Normandie

Chiffres clés

- 5,9 millions de séjours de 5,5 nuits en moy., dont :
- 2,2 millions de séjours en hôtels et résidences
- 800 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- env. 90 000 résidences secondaires (non Azuréens)

Dépense : 61€/jour, 404€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : 6 sur 10 réservent leur vol dans le mois qui précède le séjour, moins d'un sur 10 plus de 3 mois avant

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 42%, juillet-août = 22%, hiver = 32%. Pointe en août (12%)

Visiteurs avion : 55% repartent sur des vols vers Paris Orly, 12% vers Paris CDG, 5% Lyon, 3,5% Nantes et 3% Lille. Résas via GDS : 93% arrivent sur vol direct, et parmi les autres la moitié font une correspondance à Lyon



Points forts

- volume minimal de fréquentation assuré, malgré les aléas conjoncturels
- montée en gamme : du 2* (majoritaire pendant des décennies) vers le 3-4*
- contribution importante en hiver (près du tiers des séjours) ; au 1^{er} rang des marchés pour la part des séjours avion réalisés en février-mars
- bonne dispersion spatiale de la fréquentation, grâce notamment à la forte proportion de visiteurs motorisés
- forte diversité de motifs, activités et centres d'intérêt

Ce marché inclut la France métropolitaine et les DOM-TOM, soit une population de 66,4 millions d'habitants (âge moyen : 39 ans)

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2014 : +1,6%/an

Dépenses à l'étranger

36,0 milliards €, au 6^{ème} rang mondial en 2014 - Tendance annuelle moyenne 2005-2014 : +3,4%

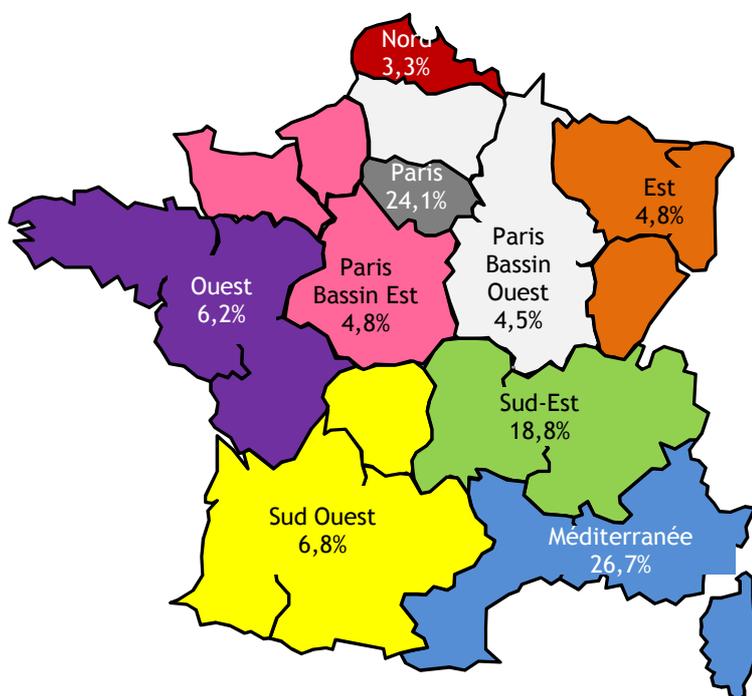
Nombre de jours de congés payés

25 + 10 jours fériés = 35

Particularités du calendrier : forte concentration sur Août, ponts de Mai et vacances de février-mars

C'est un marché...

- de proximité, de loisirs et d'affaires
- pour des courts séjours (près d'un sur 2) en hôtels ou chez des parents et amis ou bien des longs séjours en résidences secondaires
- d'automobilistes (7 visiteurs sur 10 par la route)
- de visiteurs plutôt âgés (près d'un sur 2 a 50 ans ou +)
- pour tous les types d'hébergement et toutes les catégories
- à forte motivation plage (un sur deux en été) mais au dernier rang des marchés pour le taux de visite des musées et le taux de visite à Monaco
- au 1^{er} rang des marchés pour la part des séjours avion en Loisirs non Marchand

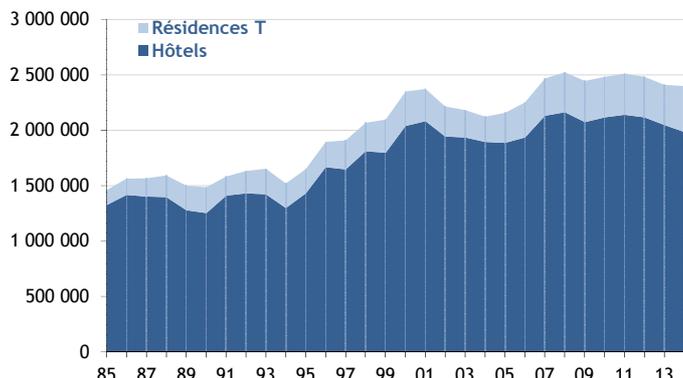


Points faibles

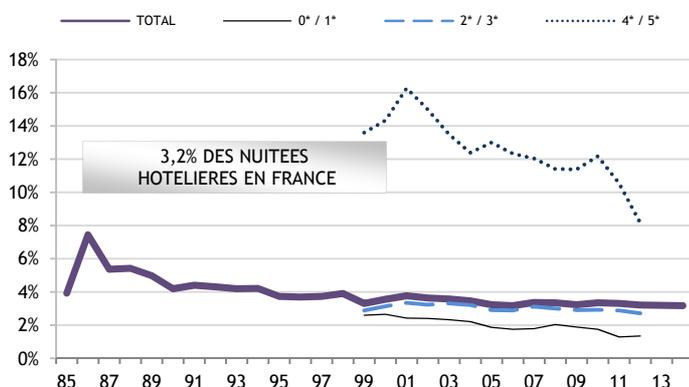
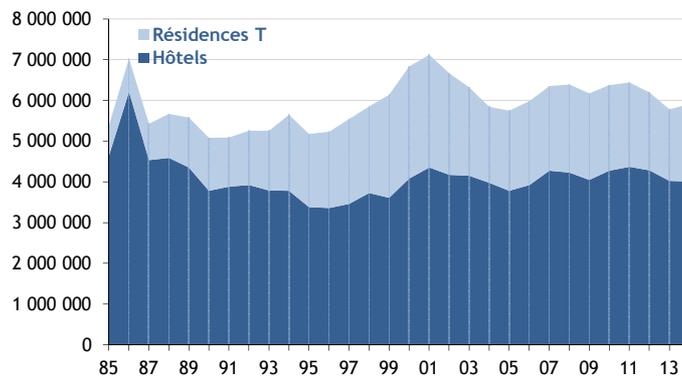
- tendance à privilégier les solutions non marchandes ou économiques (avant dernier rang des marchés pour le taux de séjours en hôtels)
- insuffisante attractivité pour les clientèles jeunes et faible taux de renouvellement des clientèles (10%, au dernier rang des marchés)
- faible dépense par jour (au dernier rang pour la dépense par personne), du fait notamment d'un faible taux de shopping (avant-dernier rang, forte chute)
- à l'avant dernier rang pour le taux de très satisfaits

Les séjours français en hôtels et résidences ont connu une forte poussée entre 95 et 2001, grâce à la multiplication des courts séjours au détriment des vacances. La demande a ensuite baissé jusqu'en 2005, rebondi en 2007-08, pour atteindre un record en 2008. Elle est plutôt stable depuis. En nuitées la pointe de 2001, largement due aux résidences, n'a plus été atteinte et la tendance est négative depuis 2011. La part des résidences de tourisme s'est considérablement élargie sur le total des nuitées, surtout à partir de 2000. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 16% des séjours et 31% des nuitées, une part élevée.

SEJOURS



NUITEES



PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

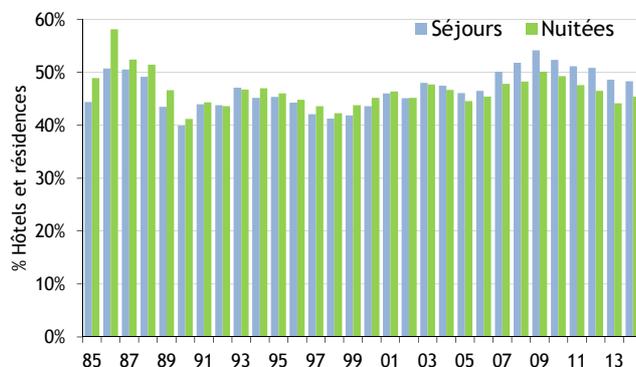
Sur le total des nuitées hôtelières passées dans leur pays, les Français en réalisent actuellement 3,2% sur la Côte d'Azur, une part inférieure à celle observée sur les marchés étrangers. Le taux de 4% n'a plus été atteint depuis 98. La tendance était franchement négative jusqu'en 2006, et stable depuis.

Si la part reste élevée en catégories 4-5*, à 8,2% en 2012 (16,3% en 2001), elle est dans la moyenne pour les 2-3* (2,9%) mais très faible en 0-1* (1,3%).

La part des Français dans la fréquentation des hôtels et résidences évolue de manière assez cyclique. Elle avait fortement chuté entre 86 et 90, puis entre 93 et 96, de nouveau entre 2003 et 2005, et la phase de baisse actuelle, due au dynamisme des marchés étrangers, dure depuis la pointe de 2009. Il n'y a qu'entre 86 et 88 ainsi qu'entre 2008 et 2012 que la part des Français sur le total a dépassé les 50%, mais elle n'est jamais descendue en deça des 40%.

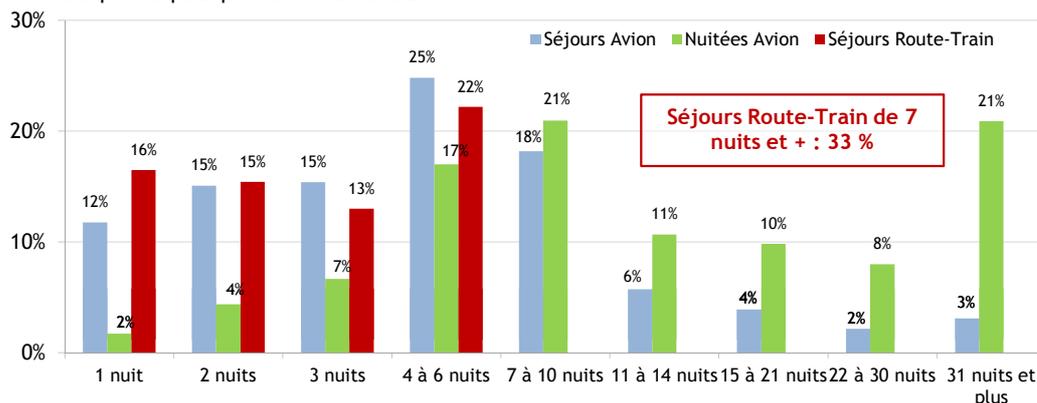
La part des nuitées est de nouveau, depuis 2007, nettement plus faible que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour très courte.

CONTRIBUTION DES FRANCAIS A LA FREQUENTATION GLOBALE

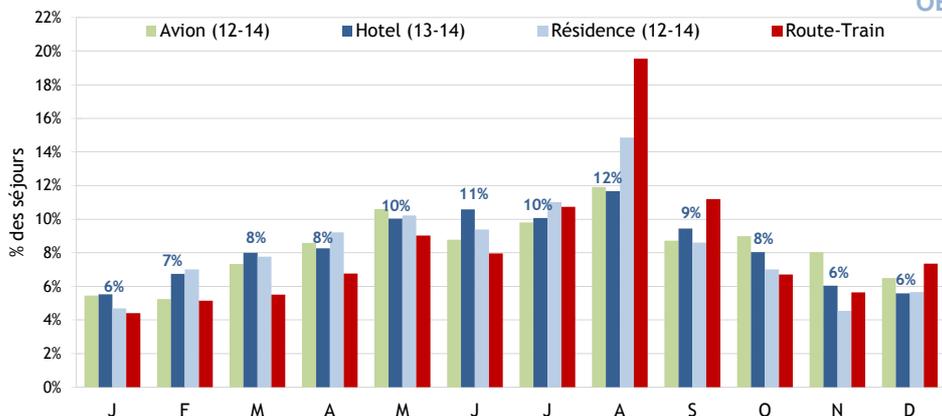


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Français sur la Côte d'Azur dépend du segment considéré. Les séjours par avion durent en moyenne près de 7 nuits (8 pour le Loisirs et 3,6 pour l'Affaires) et les séjours route-train 5,7 nuits. Les séjours Loisirs non Marchands durent toutefois 8,5 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) groupent 43% des séjours, quasiment le même taux pour l'avion et les autres modes route+train. Dans l'hôtellerie, les séjours sont très courts, seulement 2 nuits en moyenne. Dans les résidences de tourisme ils durent près de 5 nuits. Pour les séjours avion comme pour la route-train, le principal segment est celui des 4-6 nuits, soit près du quart des séjours. Les séjours de +3 semaines sont rares mais pèsent pour près de 3 nuitées sur 10.



	Durée	Nuits
	Hôtels	2,0
	Résidences	4,9
	Hôtels+Rés.	2,5
Avion 12-14	Moyenne	6,9
	Loisirs	8,0
	Dont Héb marchand	6,4
	Dont Héb non-march	8,5
	Affaires	3,7
	Dont MICE	2,9
	Dont Autres affaires	4,0
	Route - Train	5,7



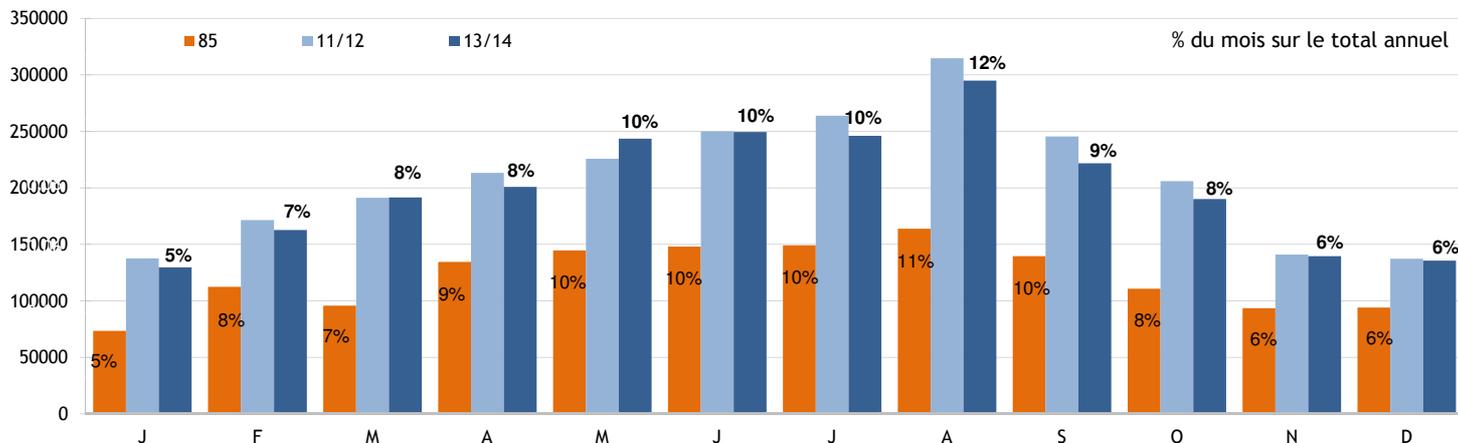
Les séjours français sont très bien répartis sur l'année. Des pointes modérées sont observées sur les périodes de vacances scolaires, avec toutefois une pointe très marquée en Août pour le segment route-TRAIN, et limitée à 12% dans les hôtels et résidences. Décembre-Janvier est la période la plus creuse dans les hébergements.

Attention : les taux indiqués portent sur les séjours hôtels ; les séjours en hôtels-résidences sont affectés au mois d'arrivée, tandis que les séjours par avion sont affectés au mois de départ, l'enquête étant réalisée à l'embarquement.

Les nuitées hébergements sont bien réparties entre Février et Octobre, et la progression du flux est régulière jusqu'en Août, qui culmine à plus de 14%. Novembre et Décembre génèrent le moins de nuitées (5% chacun). La période de Juin à Septembre représente seulement 44% du total annuel, une proportion relativement faible.

L'évolution des séjours hébergements depuis 1985 (en volume) montre une belle croissance de la demande toute l'année, mais plus limitée sur Février et Décembre (+45%). Elle est surtout marquée en Mars (séjours x2), en Août (+80%), Janvier (+76%), Octobre (+72%), mais aussi en Mai-Juin (+68%). Concernant la part de chaque mois, on note entre 85 et 2013/14 une croissance de la part des séjours réalisés en Mars et Août.

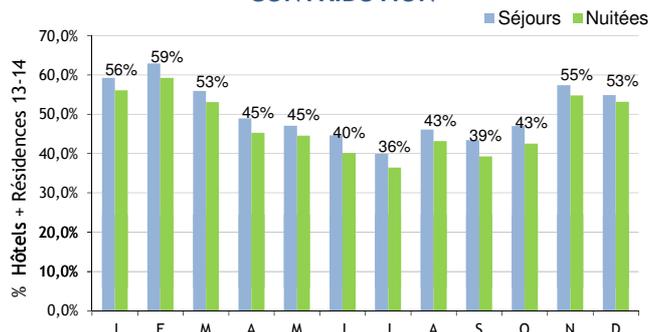
EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



POTENTIEL MENSUEL

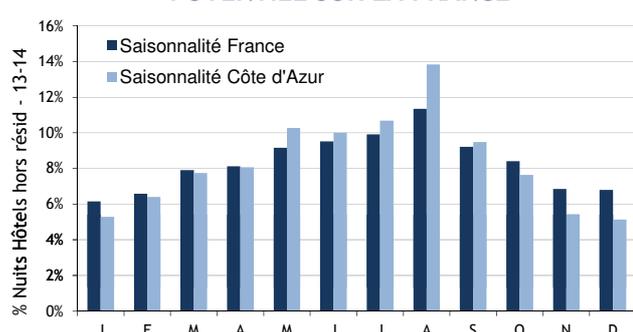
La part des Français sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 36% en Juillet à 59% en Février. Le marché français représente une cible importante pour tous les mois mais en particulier pour les mois de Novembre à Mars (plus de 53%). La part de marché Côte d'Azur/France varie entre 2,4% en Décembre et 3,9% en Août. Si on compare la distribution mensuelle des nuitées entre la France et la Côte d'Azur, on constate un potentiel élevé entre Novembre et Janvier, avec une présence importante en France mais moins sur la Côte d'Azur.

CONTRIBUTION



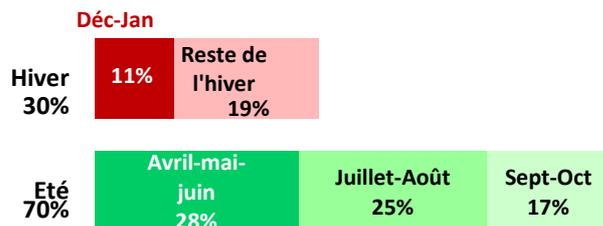
PDM 06/F	
J	2,7%
F	3,1%
M	3,1%
A	3,2%
M	3,6%
J	3,3%
J	3,4%
A	3,9%
S	3,3%
O	2,9%
N	2,5%
D	2,4%

POTENTIEL SUR LA FRANCE

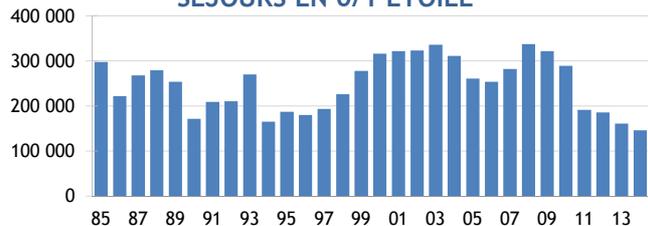


Hotels + Résidences			
	13-14	SEJOURS	NUITEES
J		5,4%	5,5%
F		6,8%	6,5%
M		8,0%	7,8%
A		8,4%	8,1%
M		10,1%	10,0%
J		10,4%	9,5%
J		10,2%	10,8%
A		12,3%	14,6%
S		9,2%	9,2%
O		7,9%	7,4%
N		5,8%	5,1%
D		5,6%	5,3%

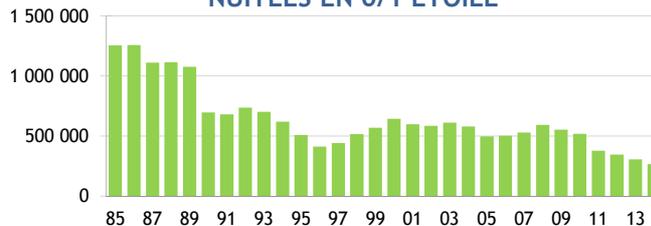
NUITEES 2013/14 - HOTELS ET RESIDENCES



SEJOURS EN 0/1 ETOILE



NUITEES EN 0/1 ETOILE



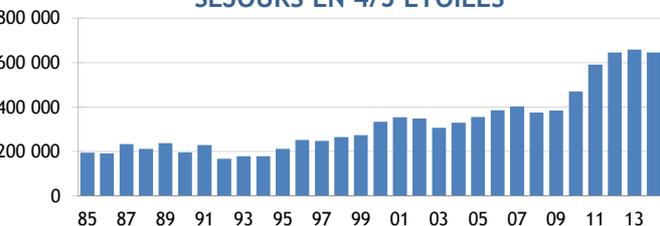
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



NUITEES EN 2/3 ETOILES



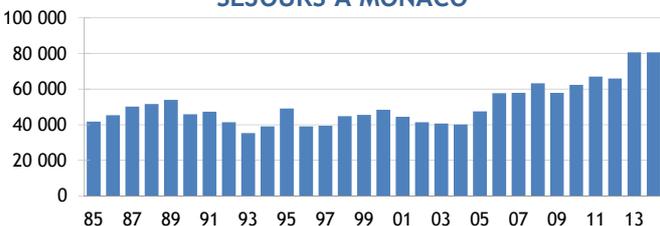
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



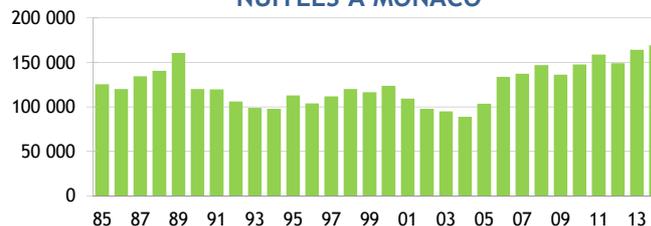
NUITEES EN 4/5 ETOILES



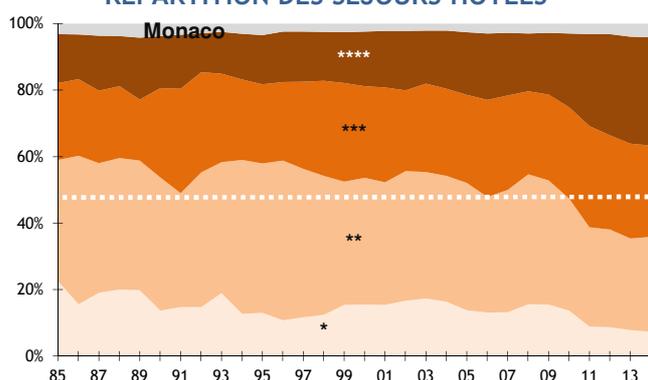
SEJOURS A MONACO



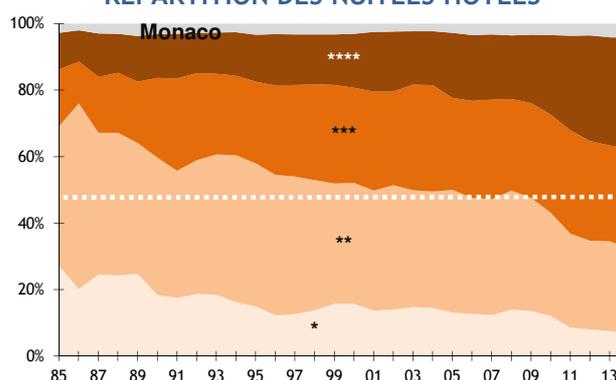
NUITEES A MONACO



REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



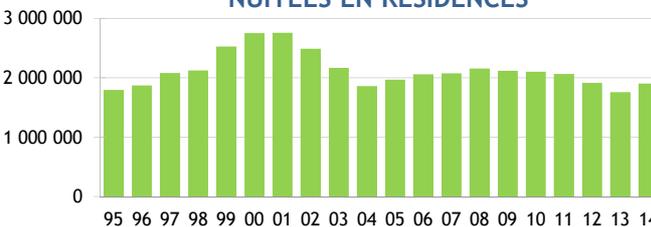
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



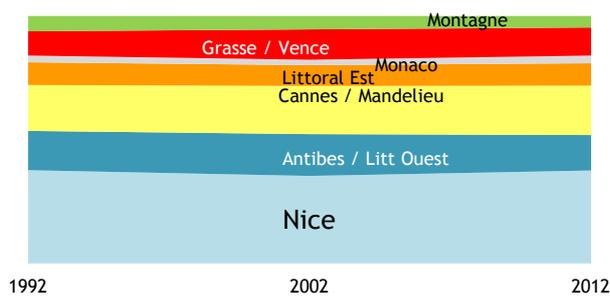
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



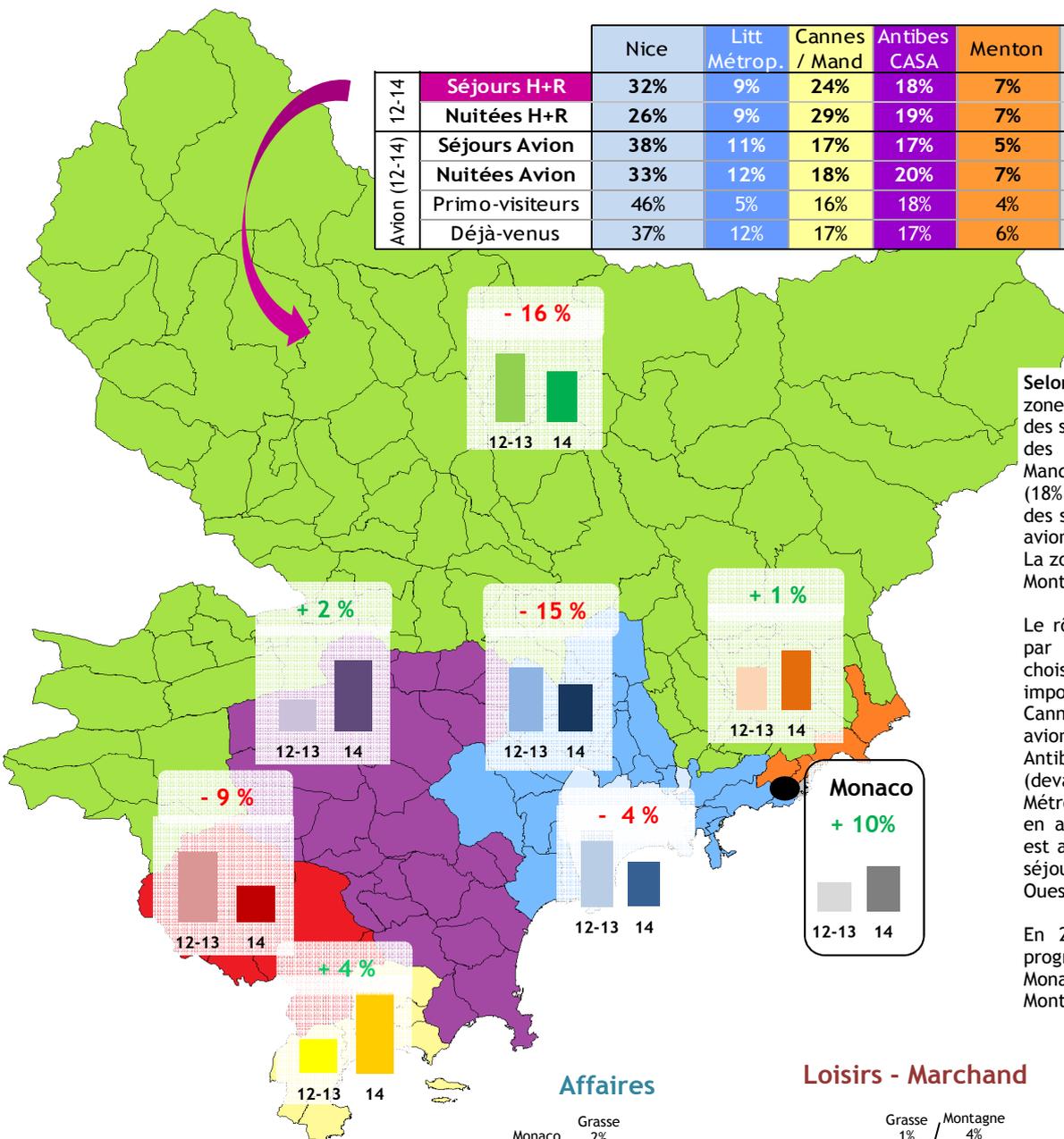
TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



Historiquement, les Français se répartissaient bien sur tout l'espace azuréen. Nice bénéficiait d'une part stable de 38%, devant Cannes-Mandelieu (20%) et Antibes-Littoral Ouest (en baisse à 14% contre 17% en 2002). La 3^{ème} grande zone la plus souvent choisie était le Moyen Pays (Grasse-Vence) avec 11%.

La part de Monaco s'élevait à 3% et celle de la Montagne à 5%. Le Littoral Est bénéficiait de 9% des séjours hôteliers.

	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
12-14								
Séjours H+R	32%	9%	24%	18%	7%	3%	3%	5%
Nuitées H+R	26%	9%	29%	19%	7%	3%	2%	5%
Avion (12-14)								
Séjours Avion	38%	11%	17%	17%	5%	6%	4%	2%
Nuitées Avion	33%	12%	18%	20%	7%	2%	4%	3%
Primo-visiteurs	46%	5%	16%	18%	4%	4%	4%	3%
Déjà-venus	37%	12%	17%	17%	6%	5%	3%	2%

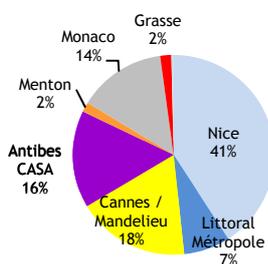


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2012-14 sont : Nice (32% des séjours hébergements "seulement" et 38% des séjours avion), suivie de Cannes Mandelieu (24% et 17%) et de Antibes-CASA (18% et 17%). Le Littoral Métropole réalise 9% des séjours hébergements et 11% des séjours avion, et Menton 7% (5% des séjours avion). La zone de Grasse réalise 3% des séjours et la Montagne 5%.

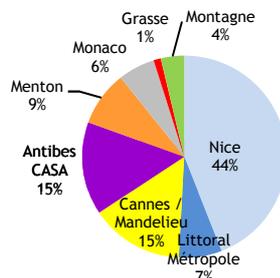
Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 46% des primo-visiteurs choisissent cette zone, mais une part importante choisit Antibes-CASA (18%) ou Cannes (16%). Nice héberge 44% des séjours avion Loisirs Marchand (devant Cannes ou Antibes) et 35% des Loisirs non Marchand (devant Antibes, Cannes et Littoral Métropole). Pour le segment Affaires, Nice en accueille 41% et Cannes 18%. La France est au 1^{er} rang des marchés pour la part des séjours avion hébergés sur Métropole Littoral Ouest.

En 2014 (voir carte), on note une forte progression des séjours hébergements sur Monaco, mais une chute importante sur la Montagne, le Littoral Métropole et Grasse.

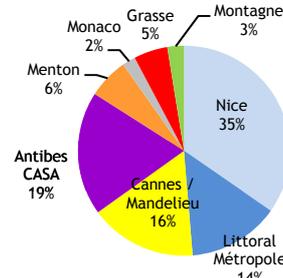
Affaires

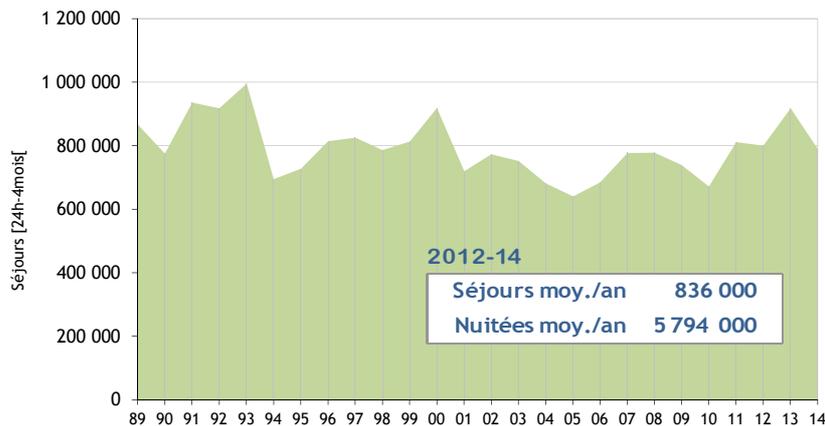


Loisirs - Marchand



Loisirs - Non Marchand





Environ 14% des séjours français sont actuellement réalisés par avion jusqu'à Nice. Entre 2000 et 2010, le taux de recours à l'avion a baissé de 20% à seulement 11%, mais il est remonté légèrement ensuite.

En volume, on observe une baisse entre 93 (forte pointe du fait de la crise, dopant les séjours par avion chez des parents et amis) et 2005, puis une inversion de tendance entre 2005 et 2013, le volume de 800 000 séjours annuels par avion étant de nouveau dépassé entre 2011 et 2013 (1 million en 93). Ne sont pas inclus les excursionnistes sans nuitée (flux avion d'environ 100 000 par an).

Les séjours par avion durent en moyenne 6,9 nuits, et pour les 2 cibles Motifs Loisirs le principal segment est le 4-6 nuits. Pour les séjours Affaires il s'agit des 1 nuit (1/3 du segment). En Loisirs non Marchand, les durées sont nettement plus élevées soit 8,5 nuits en moyenne, avec peu de séjours d'une seule nuit.

Le taux de satisfaction est bon avec 83% de "très satisfaits", mais on trouve aussi 5% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs se situe à un niveau plancher de seulement 10%, soit 6% en non Marchand et 19% en Marchand.

La dépense moyenne est assez faible à 61€ par jour/pers. et 404€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne 36% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" se limite à 11%.

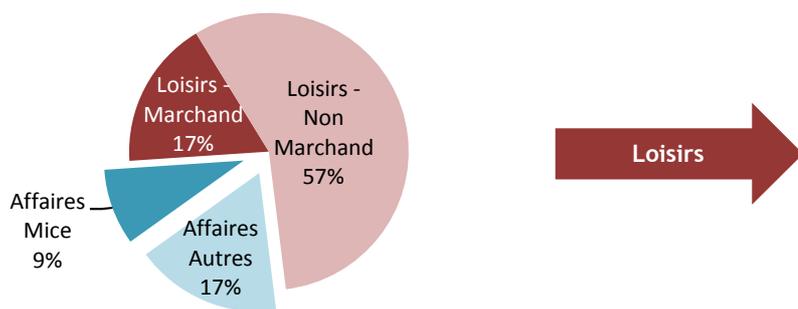
La clientèle est âgée de 44 ans en moyenne. Le principal segment âge en Loisirs est le 60 ans et + (3 séjours avion sur 10).

2012-14	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	6,9	6,4	8,5	3,7
Age moyen	44	45	45	43
Nb Personnes	1,4	1,8	1,4	1,3
Taux 1 ^{ère} visite	9%	19%	6%	11%
Dépense/séjour	404 €	651 €	298 €	474 €
Dépense/jour	61 €	105 €	39 €	117 €
> 200€ / jour	11%	17%	4%	26%
De 30 à 200€ / jour	53%	69%	45%	61%
<30€ / jour	36%	14%	51%	13%
Satisfaction				
Très satisfaits	83%	86%	84%	79%
Satisfaits	12%	6%	12%	15%
Non entier. Satisf.	5%	8%	4%	6%

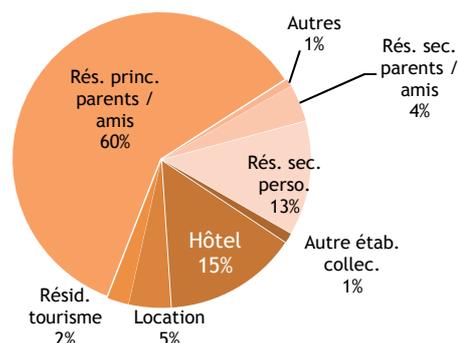
SEGMENTATION CIBLES

Le segment Loisirs non Marchand domine largement le marché et regroupe 57% des séjours avion. La part du Loisirs Marchand se limite à 17%, derrière celle du segment Affaires qui regroupe 26% des séjours (près d'un sur 10 en MICE).

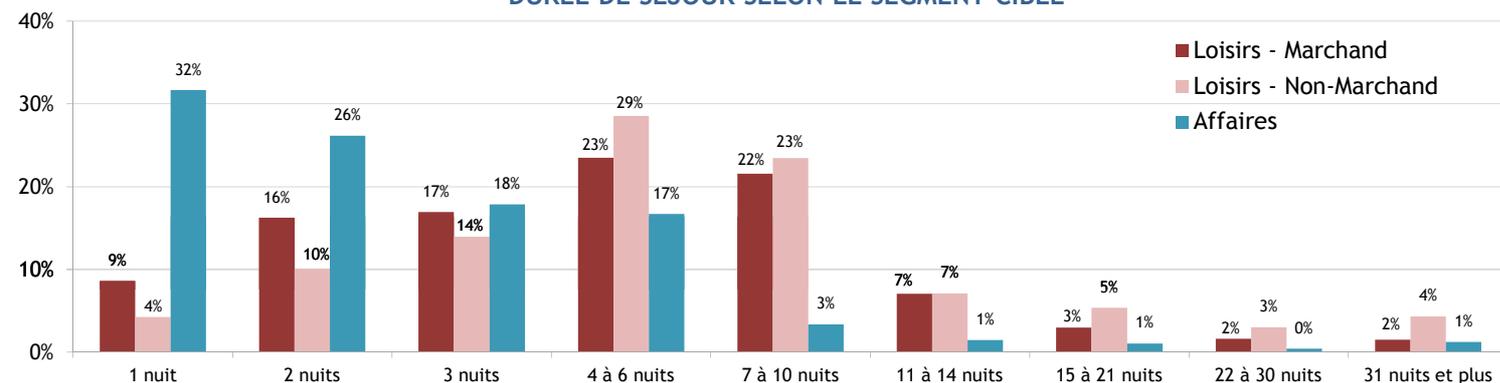
Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin la résidence des parents et amis soit 6 séjours avion sur 10. L'hôtel capte 15%, les résidences secondaires 17% et la location seulement 7% (avion).



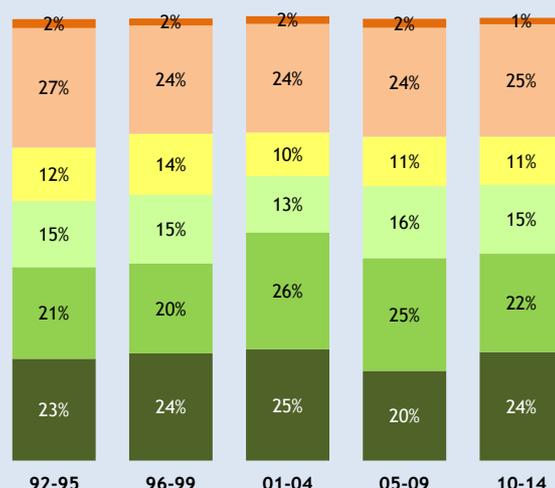
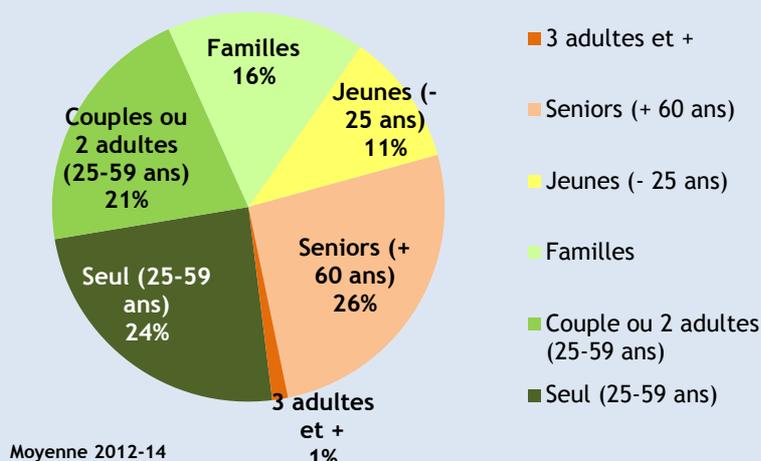
SEJOURS LOISIRS PAR HERBERGEMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



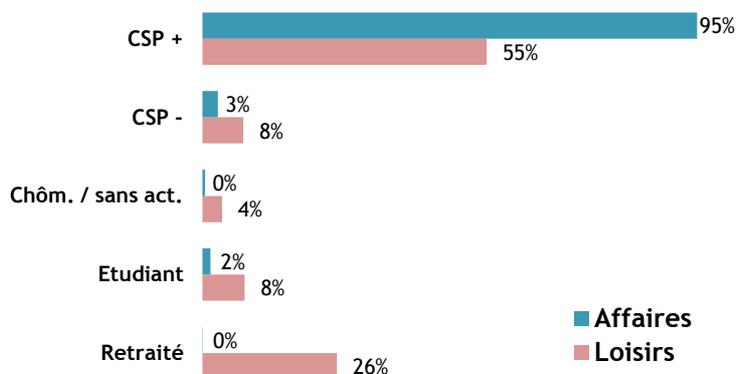
TYPLOGIE LOISIRS AVION



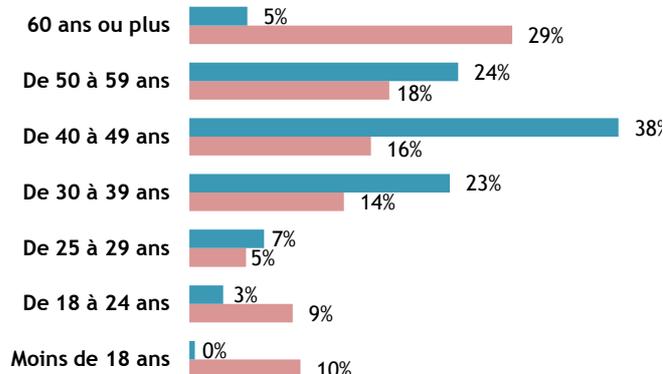
Le principal segment parmi les Français à motif Loisirs est celui des seniors, soit 26% du total. Un autre quart sont des adultes voyageant seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et un sur 5 voyage en couple-2 adultes. Les familles représentent 16% des cas (incluant 1,5 enfant en moyenne). Seuls 1% voyagent à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Jeunes représente 11%.

Sur deux décennies, on n'observe que peu d'évolutions. Une très légère tendance haussière pour les voyageurs seuls, une croissance puis une rechute du segment couples-2 pax (- 4 points entre 2004 et 2014), mais pas d'augmentation de la part des seniors.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



SEGMENT LOISIRS

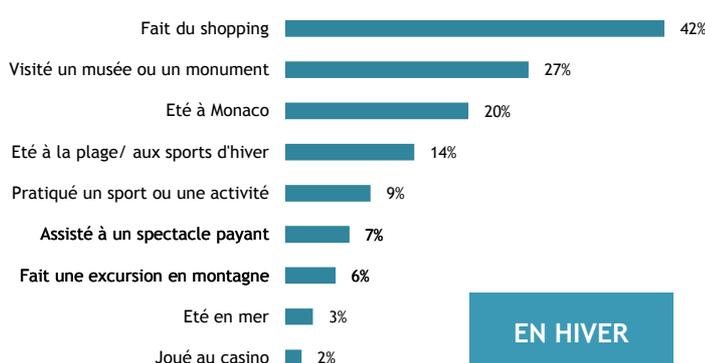
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs (moyenne 2012-14) sont surtout la plage (50%), le shopping (48%) et la visite de musée-monument (27%). En hiver, c'est le shopping qui vient en tête avec 42%, puis la visite de musée-monument avec 27%, devant la visite à Monaco (20%). Sur l'année entière 23% visitent Monaco (en hausse), 10% pratiquent un sport ou une activité (légère hausse) et 7% assistent à un spectacle payant. Le taux de visiteurs jouant dans les casinos a chuté de 7% en 2001-6 à 2% en 2007-14. Le taux de shopping a fortement baissé, de 61% à 45%, au profit de la visite des musées, dont le taux a doublé de 15% à 30%.

ACTIVITES DECLAREES



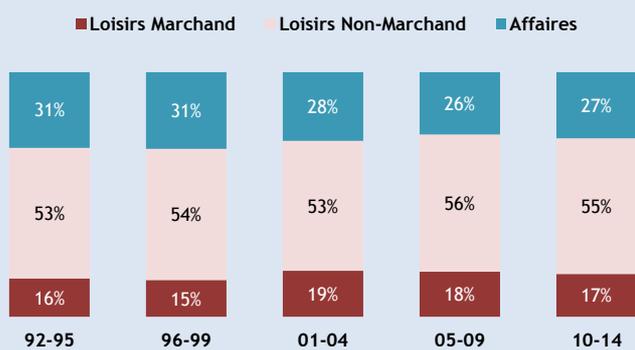
EN ETE

ACTIVITES DECLAREES

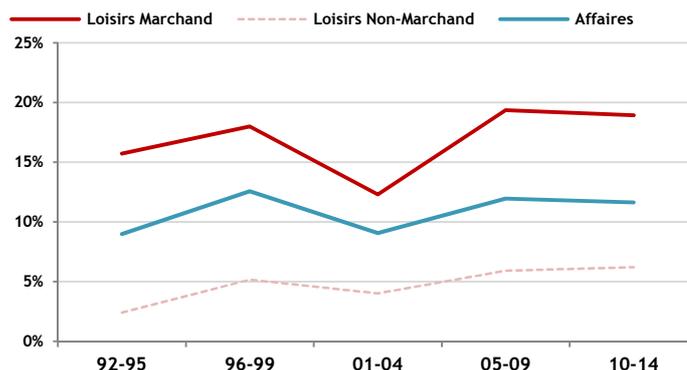


EN HIVER

SEGMENTATION CIBLES

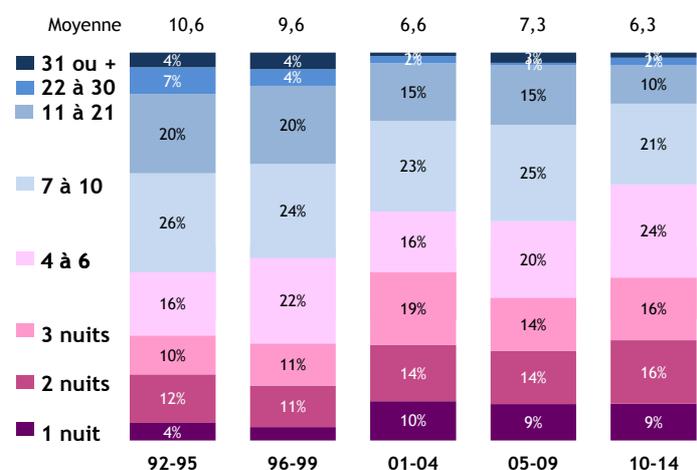


TAUX DE PRIMO-VISITEURS



Tendances Visiteurs avion Loisirs

DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



SEGMENTATION CIBLES

Léger recul de la part de l'Affaires au profit du Loisirs. Légère hausse de la part du Loisirs Marchand jusqu'en 2009, et stabilité de la part du non Marchand

TAUX DE PRIMO VISITEURS

En progression entre 2001 et 2009 puis stable. Rebond plus marqué pour le Loisirs Marchand (à près de 20%, un niveau satisfaisant), très faible mais en progrès pour le non Marchand

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Forte chute de 10,6 à 6,3 nuits. Très forte hausse de la part des courts séjours, à 41%, et plus récemment des 4-6 nuits, au détriment des durées plus longues

ZONES DE SEJOUR

Nice se maintient largement en tête, ayant rattrapé sa perte. Cannes a chuté au profit d'Antibes. Menton a légèrement progressé

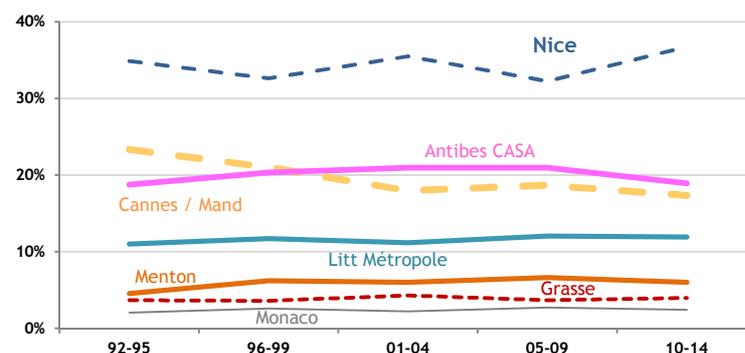
MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel a augmenté, mais reste derrière la résidence secondaire, en baisse. Parents et amis restent largement en tête

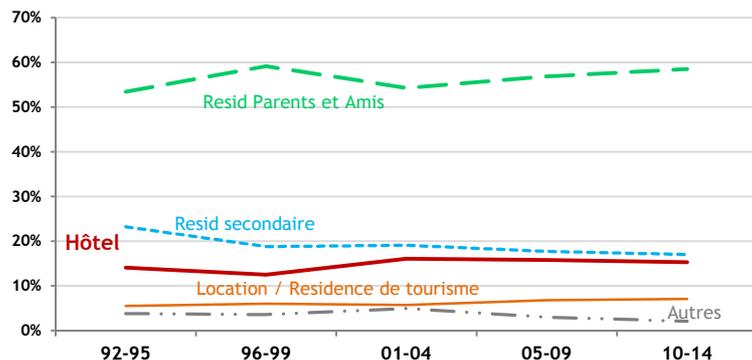
AGE/CSP

Age moyen stable. Hausse de la part des 50-59 ans. Baisse des retraités et des étudiants au profit des CSP+

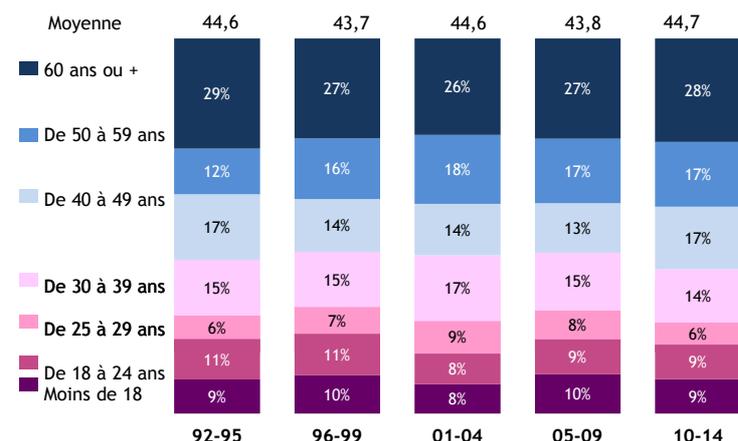
ZONES DE SEJOUR - Loisirs



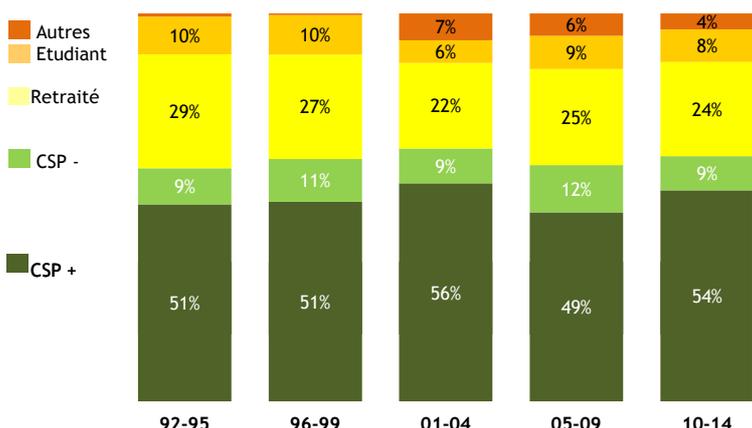
MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



ÂGE DES VISITEURS LOISIRS

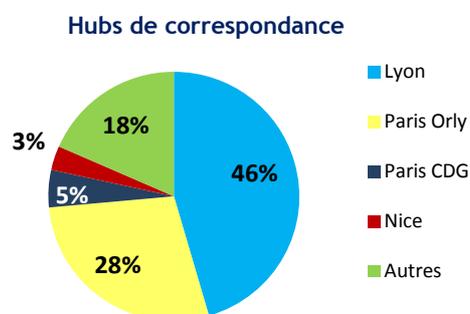
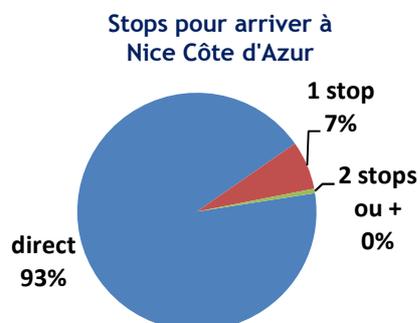


CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)



Les séjours avion réservés via les GDS

La base de données ForwardKeys® agrège les données de réservations aériennes des principaux GDS mondiaux (global distribution systems, tels qu'Amadeus et Sabre, utilisés par les agences de voyages), et extrait le flux en réception à l'aéroport de Nice Côte d'Azur. Une petite partie de ces séjours sont effectués hors du département des Alpes-Maritimes. Seuls les **séjours avec aller et retour réservés simultanément** sont pris en compte, et le séjour est affecté au marché du pays d'embarquement du vol aller, qui peut différer du pays de résidence du passager. La base de données n'inclut pas les réservations effectuées en direct auprès des compagnies aériennes. Il faut aussi souligner que la plus grande partie de l'offre des compagnies low cost n'est pas vendue via les GDS.

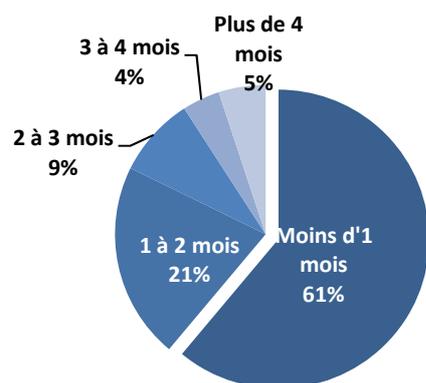


Les séjours **FRANCE** sont à destination de 1/Paris 2/Nice 3/Marseille 4/Toulouse

Les voyages à destination de **Nice-Côte d'Azur** sont tous effectués via un ou plusieurs autres aéroports, Lyon en tête (46%), devant Paris (33% pour les 2 aéroports).

SEJOURS	2010	2011	2012	2013	% Moy 12-13	Tendance
Nice	234 025	236 843	218 591	228 557		→
France	2 404 521	2 496 761	2 378 025	2 449 880		→
Part de marché Nice (%)	9,7	9,5	9,2	9,3		→
Durée des séjours Nice Côte d'Azur						
courts (1-3 nuits)	139 168	140 570	128 348	131491	58,1	→
moyens (4-8 nuits)	61 859	63 699	58 867	64230	27,5	→
longs (9-21 nuits)	27 618	27 010	25 715	25226	11,4	→
très longs (+22 nuits)	5 380	5 564	5 661	7610	3,0	→
Part des groupes 6 pax et +	2,4	2,5	2,5	2,5	2,5	→

Nombre de jours entre dates de réservation et d'arrivée



Les séjours Nice-Côte d'Azur sont réservés le plus souvent, soit plus de 6 fois sur 10, dans le mois qui précède le séjour. 21% réservent entre 1 et 2 mois avant et seulement 5% plus de 4 mois avant.

Les pics de réservation sont en semaines 1-2, 9 à 15, puis 36-38.

Les pics d'arrivée sont en semaines 19, 20 (pointe annuelle), 24, 25, 40 et 42.

Saisonnalité hebdomadaire des réservations et des arrivées à Nice

