

Le Marché Français

Le marché national génère la moitié de la fréquentation. Bien qu'il s'accroisse globalement, le taux encore faible de départ à l'étranger bénéficie à toutes les régions et en particulier à PACA, 1^{ère} destination fréquentée (les résidents du Nord et de l'Ouest fréquentent plutôt le littoral atlantique). Les touristes français se tournent surtout vers les hébergements non marchands ou bien les modes locatifs-camping.

Voir aussi la fiche "fréquentation française".

Parmi les 20 régions de l'Union Européenne au plus fort PIB par habitant, l'Île de France est au 9^{ème} rang (2017).

La Côte d'Azur

Le marché français a toujours été au 1^{er} rang, devant les étrangers. La "Grande Côte d'Azur" incluant le Var réalise 5% du total des nuitées françaises et figure au 1^{er} rang des destinations, mais sa part subit une érosion régulière. Dans l'imaginaire des Français, la Côte d'Azur c'est d'abord le Var, puis les Alpes-Maritimes. Ce dernier accueille près de 3% des nuitées hôtels en France.

La part de marché est en légère baisse dans les hôtels. Tous hébergements confondus, elle recule régulièrement : selon le SDT Sofres, les AM ne sont plus qu'au 14^{ème} rang des départements pour leur part en nuitées tous héb. avec 1,7% (3^{ème} en 98, 6^{ème} en 2006).

Principales régions d'origine : Méditerranée (PACA-Languedoc) 28%, Paris-IDF 29%, Rhône-Alpes-Auvergne 14%, Sud-Ouest 7%, Ouest 5%, Est 7%. Visiteurs avion : 48% viennent de Paris-IDF (en baisse), 6% du Nord Pas de Calais, 9% de l'Ouest, 9% du Sud-Ouest, 7% de Rhône-Alpes-Auvergne, 7% de l'Est, 4% du Bassin Paris Est, 4% du Bassin Paris Ouest, 4% de Corse, 2% des DOM-TOM.

Chiffres clés

- 5,3 millions de séjours de 6 nuits en moy., dont :
- 2,2 millions de séjours en hôtels et résidences
- plus de 800 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- env. 90 000 résidences secondaires (non Azuréens)

Dépense : 60€/jour, 400€/séjour

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 41%, juillet-août = 22%, hiver = 34%. Pointe en août (12%)

Visiteurs avion : 40% repartent sur des vols vers Paris Orly (baisse), 14% vers Paris CDG (rebond), 6,5% Nantes (hausse), 6% Lille (hausse), 5% Lyon (stable), 5% Bordeaux (hausse), 3% Toulouse (hausse), 3% Genève, 3% Strasbourg (stable), 4,5% vers la Corse.

😊 Points forts

- socle 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 (un tiers des séjours) ; au 1^{er} rang des marchés pour la part des séjours avion réalisés au 1^{er} trimestre
- bonne dispersion spatiale de la fréquentation, grâce notamment à la forte proportion de visiteurs motorisés
- forte diversité de motifs, activités et centres d'intérêt
- 73% réservent au moins une prestation du séjour via internet

Ce marché inclut la France métropolitaine et les DOM-TOM, soit une population de 67 millions d'habitants (âge moyen : 39 ans)

PIB

Tendance annuelle moy. 95-2018 : +1,5%/an (hors inflation)

Dépenses à l'étranger

40,5 milliards €, au 5^{ème} rang mondial en 2018 - Tendance annuelle moyenne 2005-2018 : +3,6%

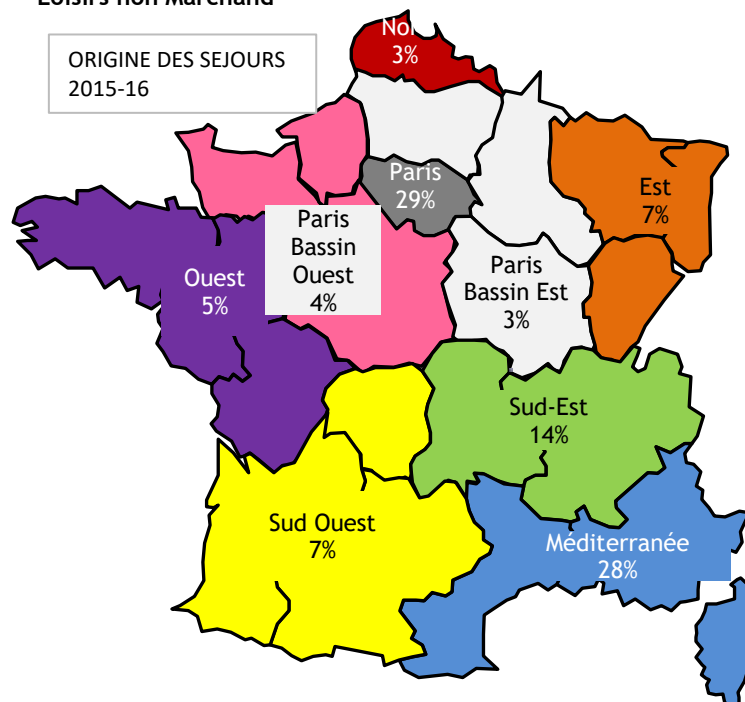
Nombre de jours de congés payés

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
- de courts séjours (près d'un sur 2) en hôtels ou chez des parents-amis ou bien de longs séjours en résid. sec.
- d'automobilistes (7 visiteurs sur 10), surtout individuels (taux d'intermédiation : 12%)
- de visiteurs plutôt âgés (plus de 4 sur 10 a 50 ans ou +)
- pour tous types d'hébergement, surtout non hôteliers (avant dernier rang des marchés pour le taux séjours hôtels)
- au taux d'activité inférieur aux étrangers, surtout intéressé par le shopping (36%, 1^{ère} activité citée, mais avec budget limité) et les sports extérieurs ; avant dernier rang des marchés pour le taux de visite musées, au dernier pour le taux de visite à Monaco
- au 2^{ème} rang des marchés pour la part des séjours avion en Loisirs non Marchand



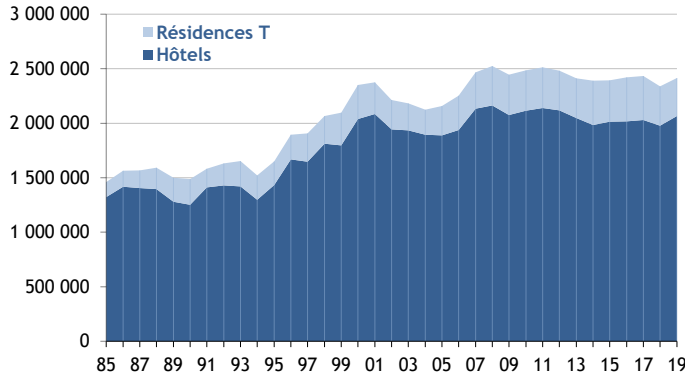
☹️ Points faibles

- tendance à privilégier les solutions non marchandes ou économiques, au dernier rang des marchés pour le taux de séjours en Loisirs marchands
- effondrement de la demande en hôtellerie 1-2*
- image vieillissante de la destination et insuffisante attractivité pour les clientèles jeunes ; très faible taux de renouvellement (10%, au dernier rang des marchés)
- faible dépense par jour (au dernier rang des marchés), (au dernier rang des marchés aussi pour jeux en casinos)
- seulement 14% se renseignent dans les OT locaux
- au dernier rang pour le taux de très satisfaits (80%)

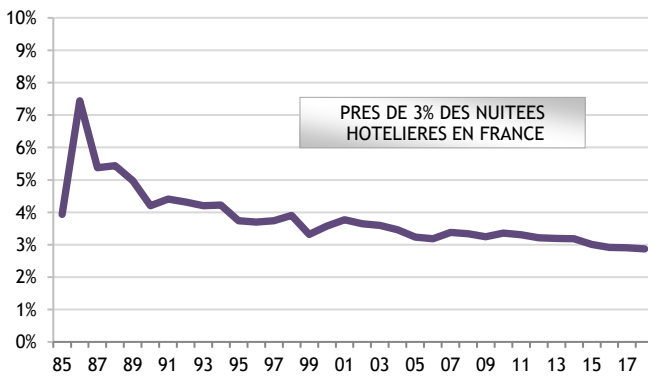
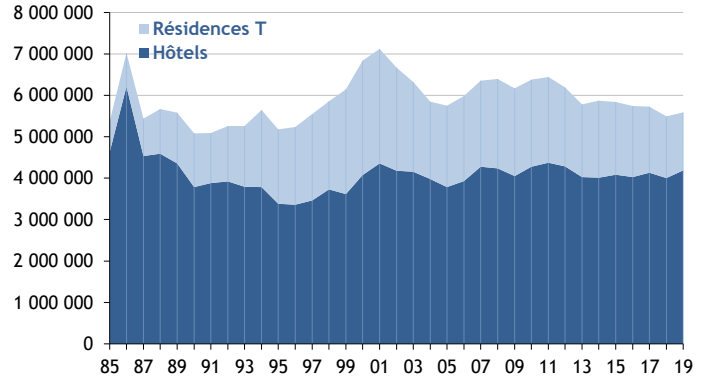
OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR

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 principales. La demande a ensuite baissé jusqu'en 2005 puis rebondi en 2007-08, pour atteindre un nouveau record en séjours. Depuis 2012 la tendance est de nouveau en baisse. En nuitées, la forte pointe de 2001, largement due aux résidences, n'a plus été atteinte. La part des résidences sur les nuitées s'était considérablement élargie entre 1998 et 2002. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à présent à 15% des séjours et 26% des nuitées, une part encore élevée, mais qui chute fortement sur les dernières années au profit des plateformes de réservation entre particuliers.

SEJOURS



NUITEES



PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

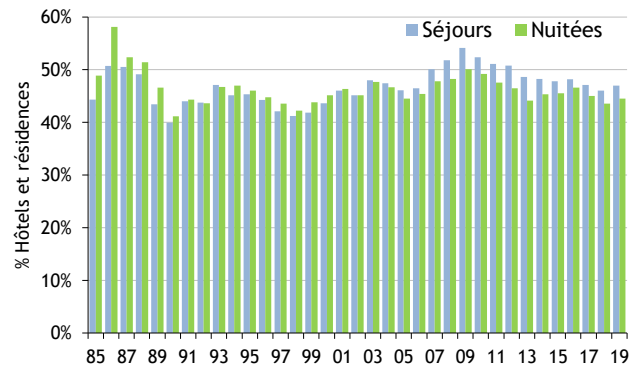
Sur le total des nuitées hôtelières passées dans leur pays, les Français en réalisent actuellement près de 3% sur la Côte d'Azur, une part très inférieure à celle observée sur les marchés étrangers. Le taux de 4% n'a plus été atteint depuis 98. La tendance était franchement négative jusqu'en 2006, stable ensuite, mais subit une nouvelle érosion en 2015, passant pour la 1ère fois en 2016 en dessous des 3%.

En 2018, la part de marché s'élève à 2,87%, un niveau plancher jamais observé dans le passé.

La part des Français dans la fréquentation des hôtels et résidences évolue de manière cyclique, et elle est aussi liée à l'évolution de la demande étrangère. Elle avait fortement chuté entre 86 et 90, entre 93 et 98, entre 2003 et 2005, puis entre 2009 et 2013. La phase de baisse actuelle, surtout due au dynamisme des marchés étrangers, s'interrompt en 2019. En 2019 la part s'élève à 47% des séjours et 45% des nuitées. 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 deçà des 40%.

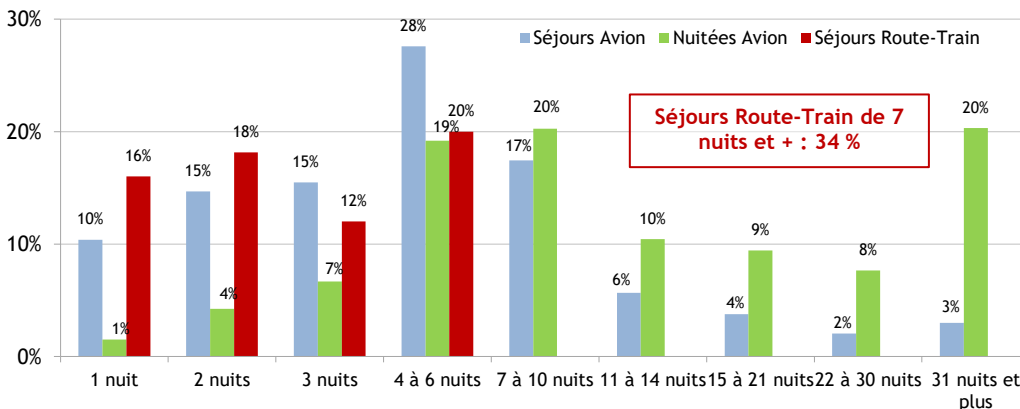
La part des nuitées est de nouveau, depuis 2007, nettement plus faible que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour très courte.

CONTRIBUTION DES FRANCAIS A LA FREQUENTATION GLOBALE

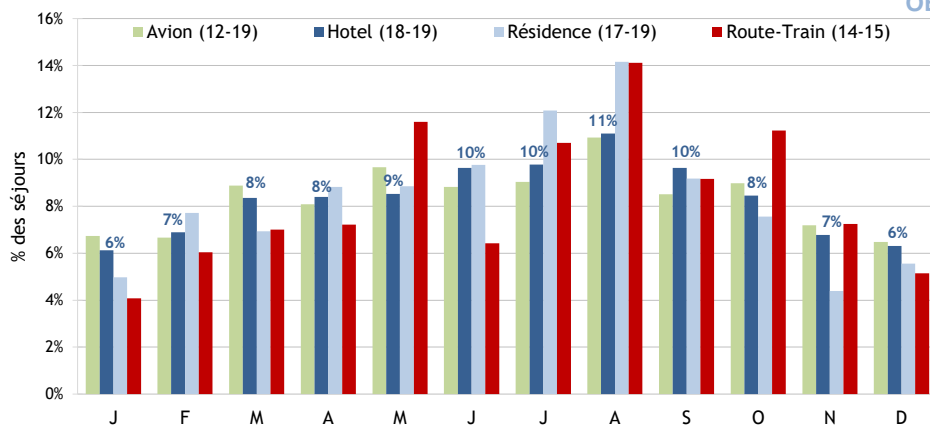


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Français varie selon le segment. Les séjours par avion durent en moyenne près de 7 nuits (près de 8 pour le Loisirs et 3,8 pour l'Affaires) et les séjours route-train 6,1 nuits. Les séjours Loisirs non Marchand durent toutefois 8,5 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) groupent 40% des séjours avion et 46% des 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 respectivement plus de 1/4 et 1/5ème 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 12-19	Moyenne	6,9
	Loisirs	7,9
	Dont Hébergement marchand	5,7
	Dont Hébergement non-marchand	8,5
	Affaires	3,8
	Dont MICE	3,0
	Dont Autres affaires	4,1
	Route - Train	6,1



Hotels + Résidences		
18-19	SEJOURS	NUITEES
J	6,0%	5,5%
F	7,0%	6,9%
M	8,2%	7,7%
A	8,4%	8,3%
M	8,6%	8,4%
J	9,7%	9,2%
J	10,0%	10,8%
A	11,6%	14,3%
S	9,6%	9,7%
O	8,3%	7,9%
N	6,4%	5,6%
D	6,2%	5,7%

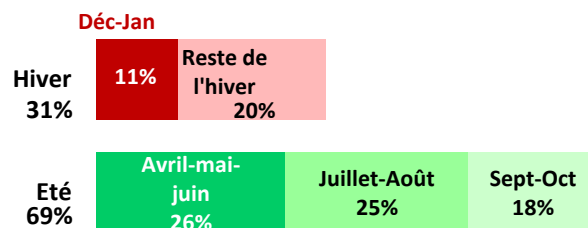
Les séjours français sont très bien répartis sur l'année avec des pointes modérées sur les périodes de vacances scolaires, et toutefois une pointe très marquée en Août pour les segments locatif et route-train, mais limitée à 11% dans les hôtels. Janvier est la période la plus creuse dans les hébergements. La France est au 1er rang des marchés pour la part des séjours avion réalisés en Mars, au second rang pour Janvier-Février.

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.

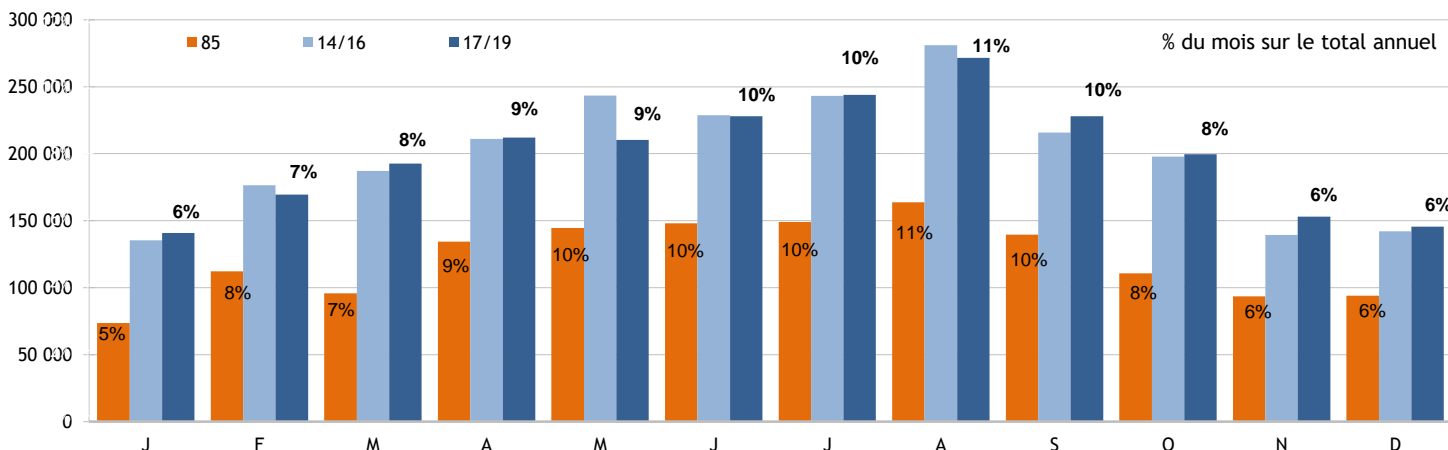
Les nuitées hébergements sont bien réparties entre Fév. et Oct., la progression du flux étant régulière jusqu'en Août, qui culmine à 14%. Nov., Déc. et Janvier génèrent le moins de nuitées (5% chacun). La période de Juin à Septembre représente seulement 44% du total annuel, une proportion relativement faible.

L'évolution des séjours hébergements depuis 1985 (en volume) montre une belle croissance de la demande toute l'année, mais plus limitée sur Mai (+46%), Février (+51%), Juin (+54%) et Décembre. Elle est surtout marquée en Mars (+101%), Janvier (+92%) et Octobre (+80%). Concernant la part de chaque mois, on note entre 85 et 2017/19 une croissance de la part des séjours réalisés en Janvier et Mars, au détriment de Février et Mai.

NUITEES 2018/19 - HOTELS ET RESIDENCES

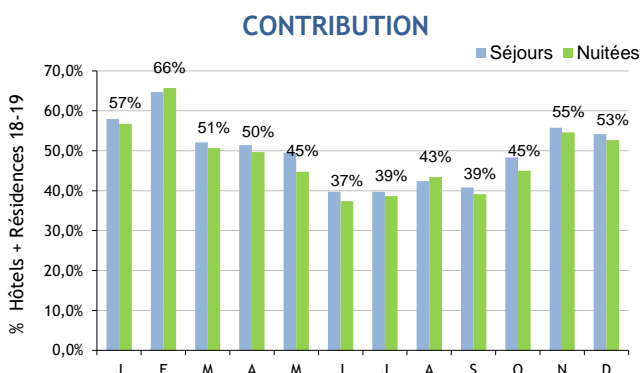


EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS

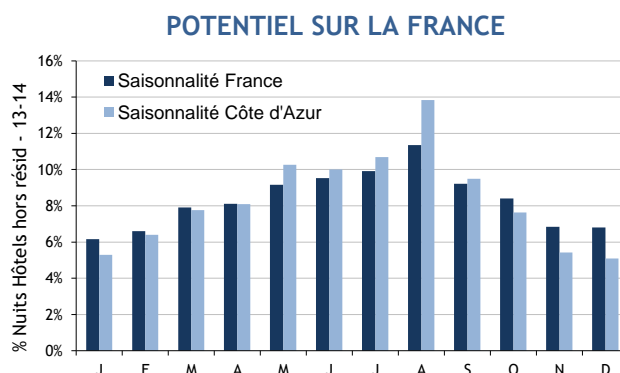


POTENTIEL MENSUEL

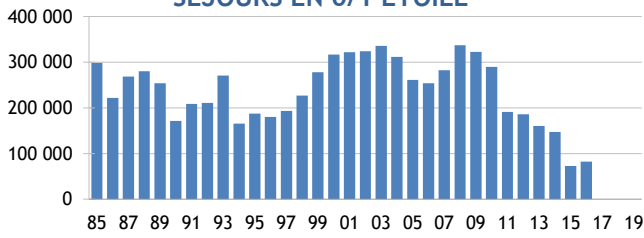
La part des Français sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 37% en Juin à 66% en Février. Le marché français représente une cible importante pour tous les mois mais il est déterminant pour les mois de Novembre à Mars. La part de marché Côte d'Azur/France varie (2013-14) 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 moindre sur la Côte d'Azur.



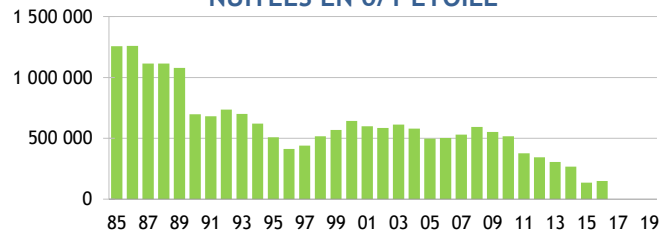
PDM 06/F	
J	2,7%
F	3,1%
M	3,1%
A	3,2%
M	3,6%
J	3,3%
J	3,4%
A	3,9%
S	3,3%
O	2,9%
N	2,5%
D	2,4%



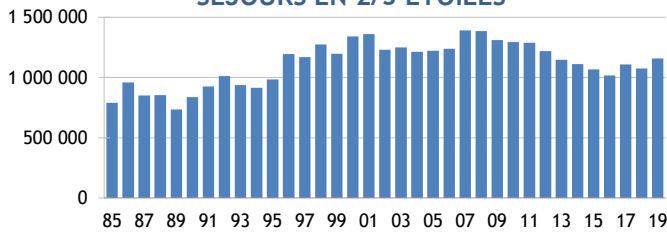
SEJOURS EN 0/1 ETOILE



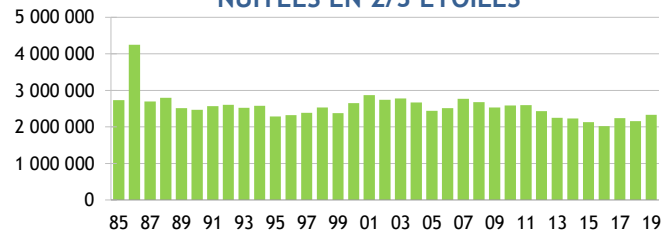
NUITEES EN 0/1 ETOILE



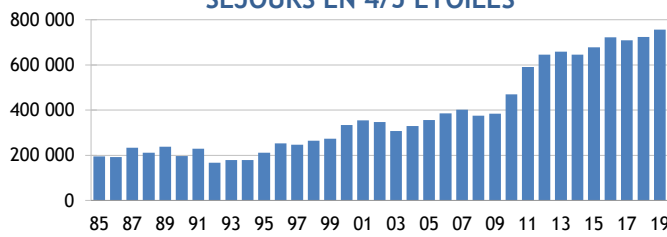
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



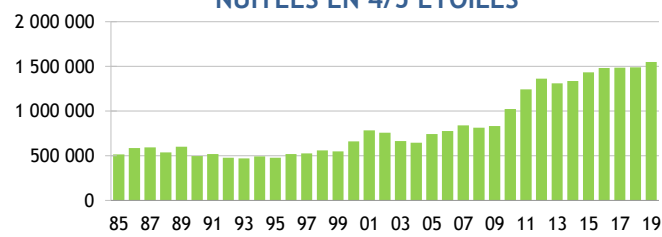
NUITEES EN 2/3 ETOILES



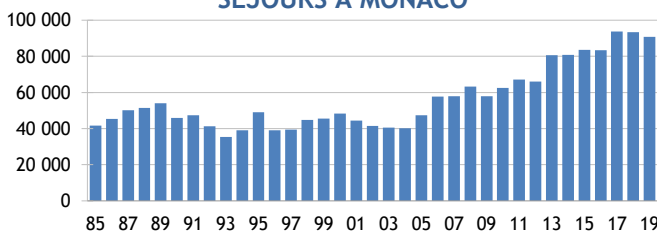
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



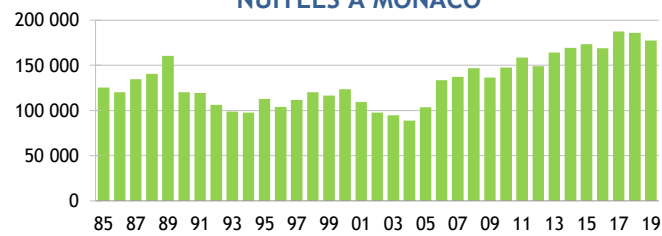
NUITEES EN 4/5 ETOILES



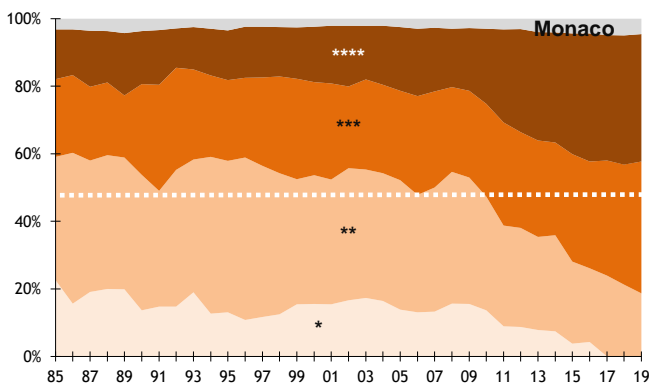
SEJOURS A MONACO



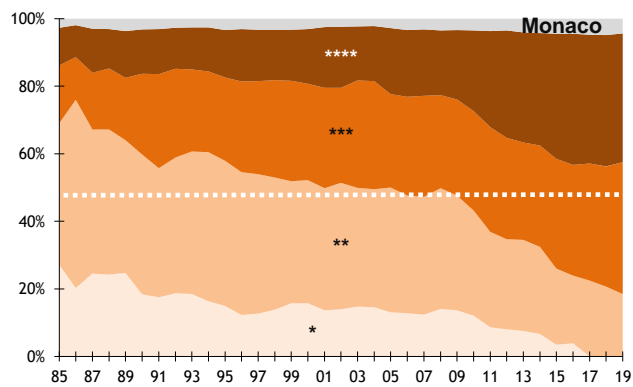
NUITEES A MONACO



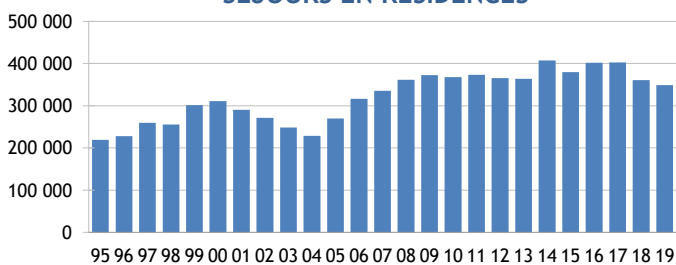
REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



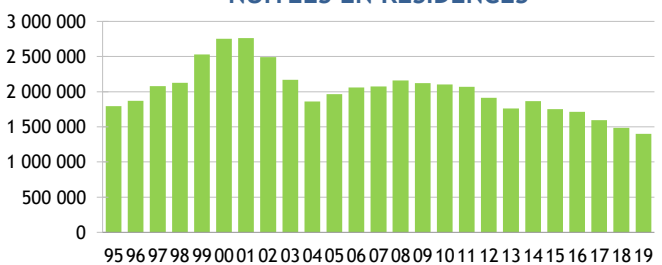
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



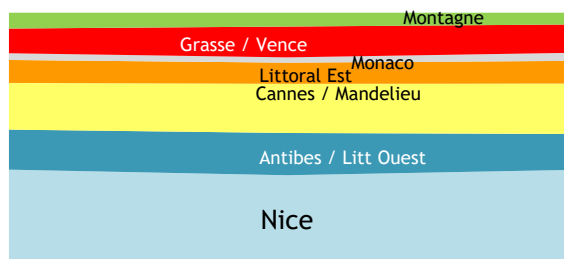
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE

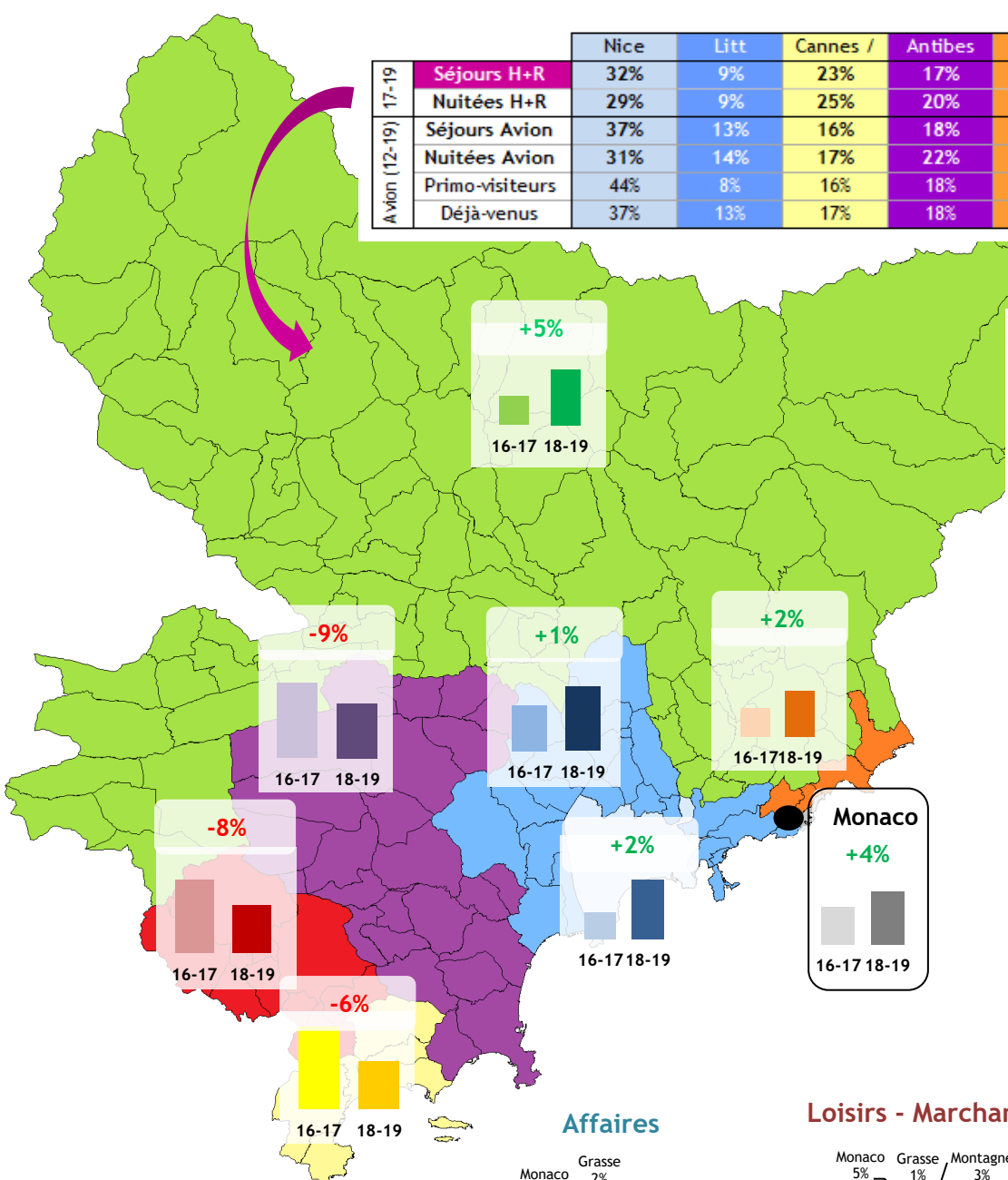


1992 2002 2012

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.

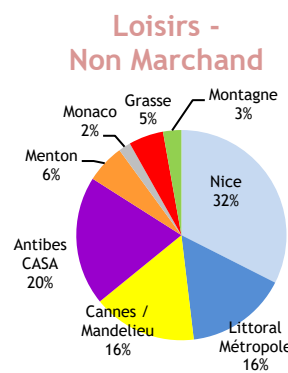
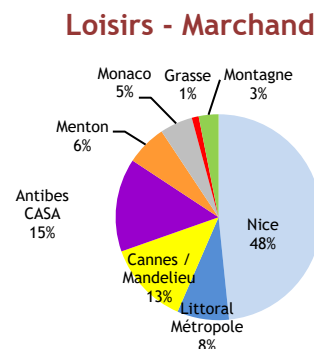
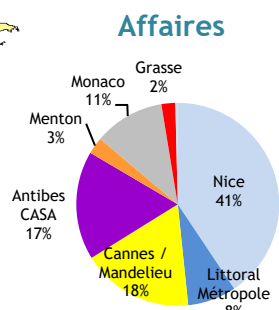
	Nice	Litt	Cannes /	Antibes	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
17-19								
Séjours H+R	32%	9%	23%	17%	7%	4%	3%	5%
Nuitées H+R	29%	9%	25%	20%	8%	3%	2%	5%
Avion (12-19)								
Séjours Avion	37%	13%	16%	18%	5%	5%	4%	2%
Nuitées Avion	31%	14%	17%	22%	7%	2%	4%	3%
Primo-visiteurs	44%	8%	16%	18%	4%	4%	4%	3%
Déjà-venus	37%	13%	17%	18%	5%	5%	3%	2%

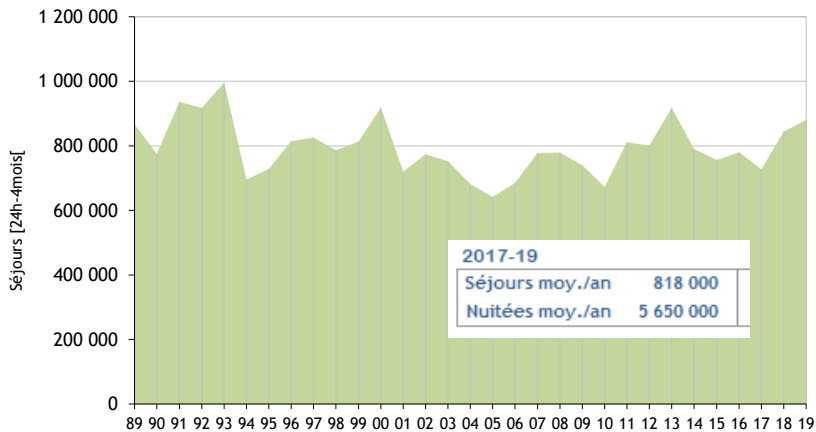


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2012-19 sont : Nice (32% des séjours hébergements et 37% des séjours avion), suivie de Cannes-Mandelieu (23% et 16%) et de Antibes-CASA (17% et 18%). Le Littoral Métropole réalise 9% des séjours hébergements, mais 13% des séjours avion, et Menton 7%. La zone de Grasse réalise 3% des séjours et la Montagne 5%.

Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 44% des primo-visiteurs choisissent cette zone, mais une part importante choisit Antibes-CASA (près d'un primo sur 5) ou Cannes (16%). Nice héberge 48% des séjours avion Loisirs Marchand (devant Antibes et Cannes) et 32% 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 et au 2^{ème} rang pour le Moyen et Haut Pays, mais à l'avant-dernier rang pour Monaco.

En 2018-19 (voir carte), on note une progression des séjours hébergements sur la partie Est incluant Monaco et sur la Montagne, mais une chute assez forte sur le Littoral et le Moyen Pays Ouest.





Environ 15% 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 ensuite.

En volume, on observe une baisse entre 93 (forte pointe à 1 million de séjours du fait de la crise, dopant les séjours 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, ainsi qu'en 2018-19. Ne sont pas inclus les excursionnistes avion sans nuitée (flux avion d'environ 100 000 par an).

Les séjours par avion durent en moyenne près de 7 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 (30%). 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 80% 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 21% en Marchand.

La dépense moyenne est assez faible à près de 60€ par jour/pers. et 400€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne 34% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" se limite à 10%. La clientèle est âgée de 44 ans en moyenne. Le principal segment âge en Loisirs est le 60 ans et + (28% des séjours avion).

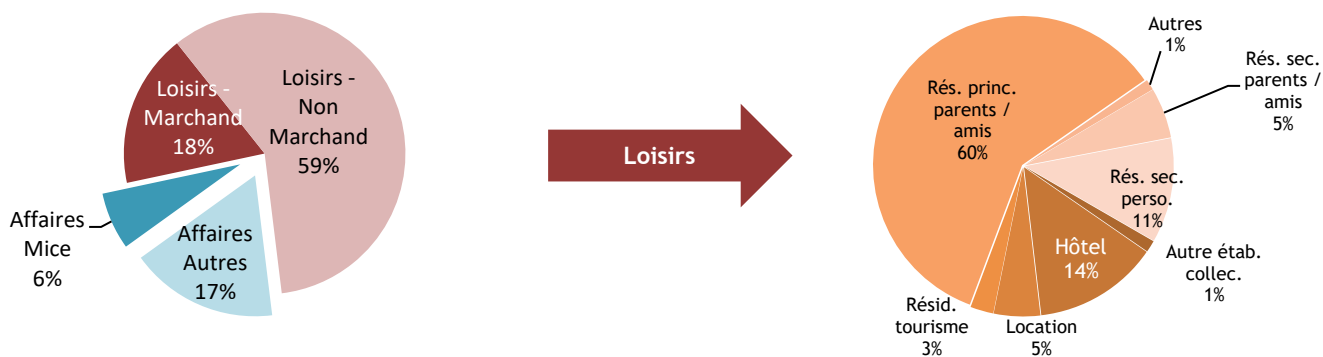
2012-19	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	6,9	5,7	8,5	3,8
Age moyen	44	44	44	42
Nb Personnes	1,4	1,8	1,5	1,2
Taux 1 ^{er} visite	10%	21%	6%	12%
Dépense/séjour	399 €	644 €	297 €	449 €
Dépense/jour	59 €	117 €	38 €	100 €
> 200€ / jour	10%	19%	3%	24%
De 30 à 200€ / jour	56%	71%	51%	56%
<30€ / jour	34%	9%	47%	20%
Satisfaction				
Très satisfaits	80%	81%	79%	79%
Satisfaits	15%	10%	16%	15%
Non entières. Satisf.	5%	8%	5%	6%

SEGMENTATION CIBLES

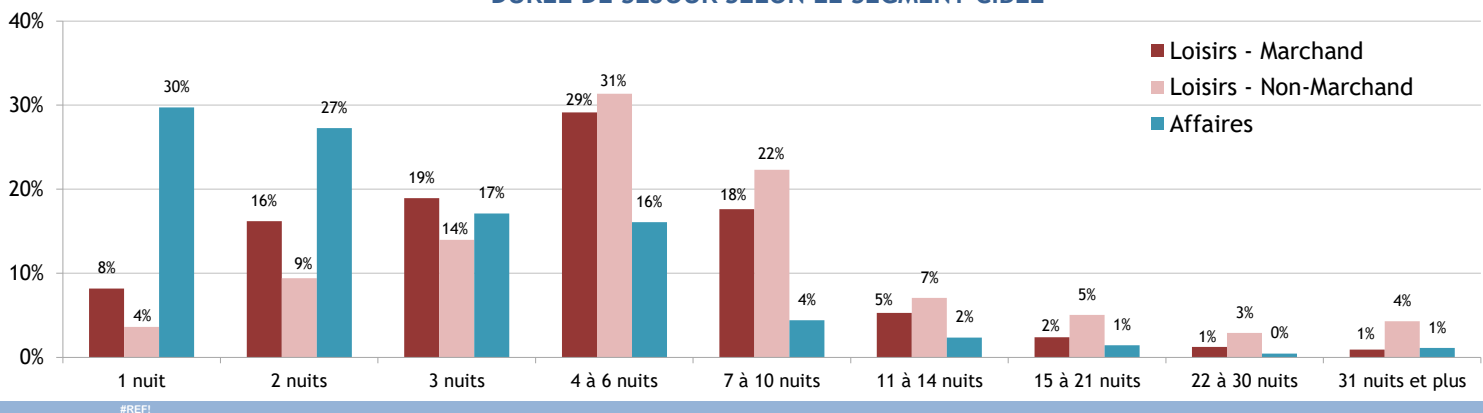
Le segment Loisirs non Marchand domine largement le marché et regroupe 59% des séjours avion. La part du Loisirs Marchand se limite à 18% (au dernier rang des marchés), derrière celle du segment Affaires qui regroupe moins d'un quart des séjours (6% en MICE).

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 14%, les résidences secondaires 16% et la location 8% (part du locatif bien moins élevée sur l'avion que sur le mode route).

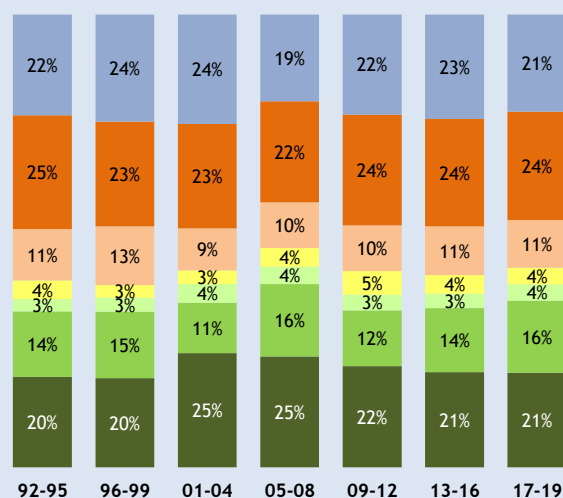
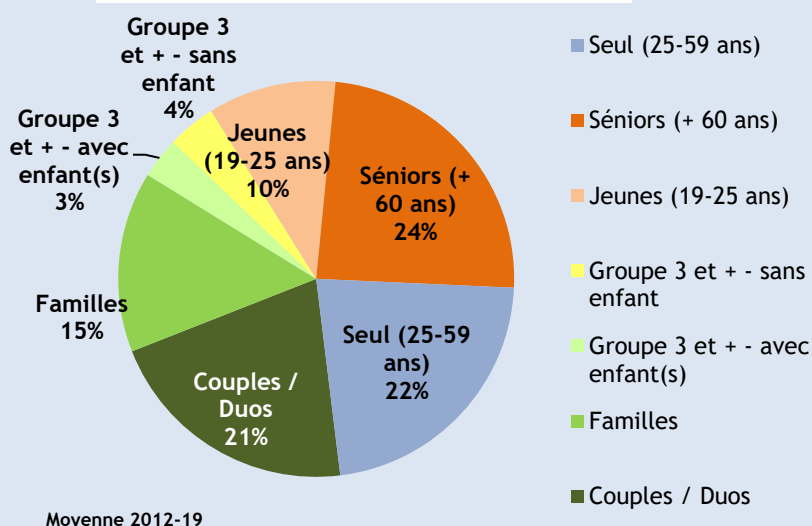
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



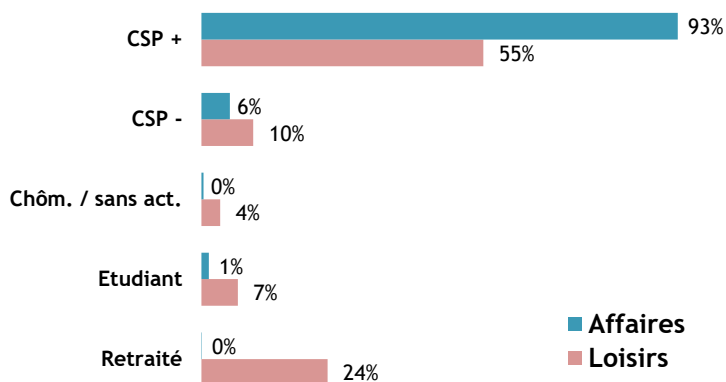
TYOLOGIE LOISIRS AVION



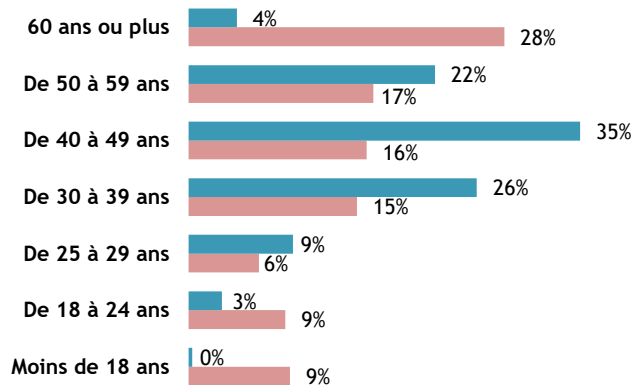
Le principal segment parmi les Français à motif Loisirs est celui des Seniors, soit 24% du total. 22% sont des adultes voyageant seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et 21% voyagent en couple-2 adultes. Les Familles représentent 18% des cas (incluant 1,6 enfant en moyenne). 4% voyagent à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Jeunes représente 10%.

Sur près de trois décennies, on n'observe que peu d'évolutions structurelles. On note juste une croissance puis une rechute de la part du segment couples-2 pax (-4 points entre 2005 et 2019), et une période 2005-8 un peu atypique du fait de la crise de 2007-8.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



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



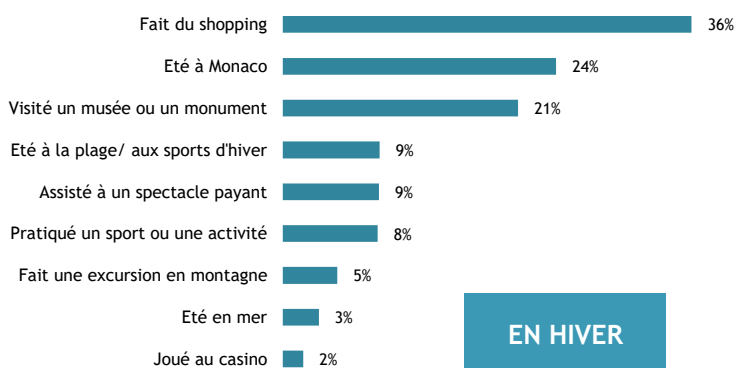
SEGMENT LOISIRS

En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs (moyenne 2013-15) sont surtout le shopping (35%), la plage (35%), et la visite de Monaco (27%). En hiver, c'est le shopping qui vient en tête avec 36%, puis la visite de Monaco (24%), devant la visite de musée-monument (21%). Sur l'année entière 26% visitent Monaco (en forte hausse), 8% pratiquent un sport ou une activité (l'hausse puis rechute) et 7% assistent à un spectacle payant (stable). Le taux de visiteurs jouant dans les casinos a chuté de 8% en 2001-3 à 3% en 2013-15. Le taux de shopping a fortement baissé, de 61% à 36%.

ACTIVITES DECLAREES

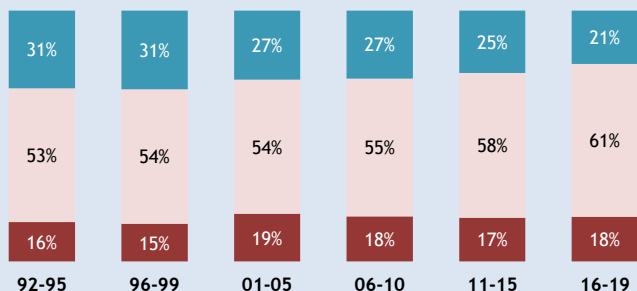


ACTIVITES DECLAREES

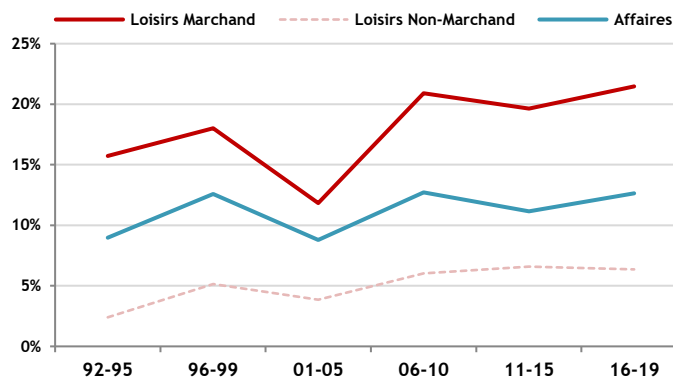


SEGMENTATION CIBLES

Loisirs Marchand Loisirs Non-Marchand Affaires



TAUX DE PRIMO-VISITEURS



Tendances Visiteurs avion Loisirs

SEGMENTATION CIBLES

Recul régulier de la part de l'Affaires au profit du Loisirs. Légère hausse de la part du Loisirs Marchand, puis hausse plus récente de la part du non Marchand (+6 pts)

TAUX DE PRIMO VISITEURS

En progression entre 2001 et 2010 puis stabilité. Rebond plus marqué pour le Loisirs Marchand (à plus de 20%, un niveau satisfaisant), très faible mais en léger progrès pour le non Marchand

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Forte chute, de moitié, depuis 92. Hausse de la part des courts séjours, et surtout, 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 nettement au profit d'Antibes d'abord puis de Litt. Métropole

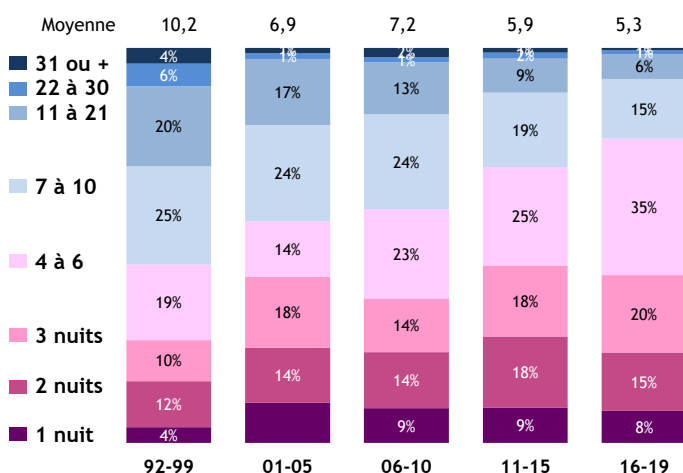
MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel a augmenté puis régressé, restant derrière la rés. sec., en baisse. Parents et amis restent largement en tête, la location progresse

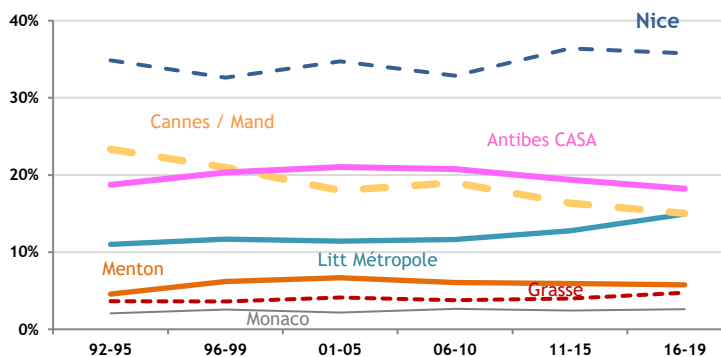
AGE/CSP

Age moyen stable. Baisse de la part des 18-24 ans. Hausse et rechute de la part des 50-59 ans. Baisse des retraités et des étudiants au profit des CSP+

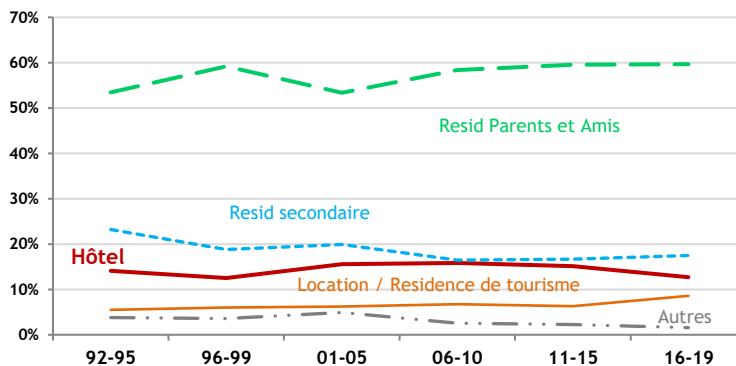
DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



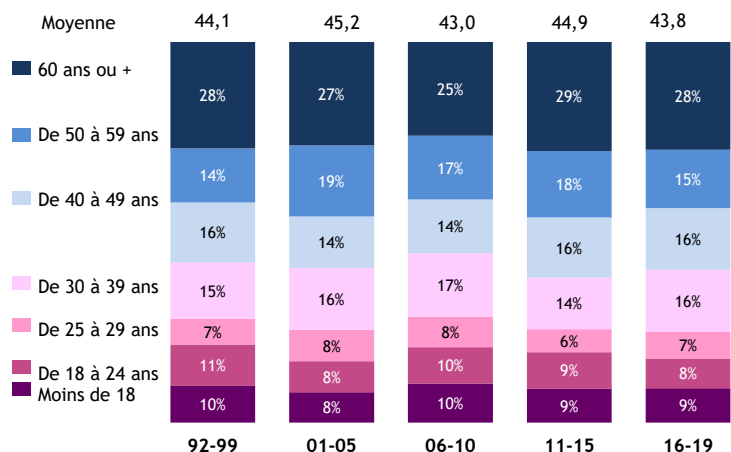
ZONES DE SEJOUR - Loisirs



MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)

