

## Le Marché Français

Le marché national pèse pour la moitié de la fréquentation. Bien qu'il s'accroisse, le taux encore faible de départ vers l'étranger bénéficie à toutes les régions et en particulier à PACA, 1<sup>ère</sup> destination fréquentée. La demande nationale bénéficie surtout aux hébergements non marchands et aux modes locatifs-camping, et se répartit bien sur le territoire. Toutefois, les résidents du Nord et de l'Ouest fréquentent plutôt le littoral atlantique. 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 5<sup>ème</sup> rang.

## La Côte d'Azur

Le marché français a toujours été au 1<sup>er</sup> rang des clientèles. La "Grande Côte d'Azur" incluant le Var réalise près de 5% du total des nuitées françaises et figure au 1<sup>er</sup> 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. Ce dernier accueille 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 11<sup>ème</sup> rang des départements pour leur part en nuitées tous hébergements avec 2% (3<sup>ème</sup> en 98, 6<sup>ème</sup> en 2006).

**Principales régions d'origine :** Méditerranée (PACA-Languedoc) 28%, Paris-IDF 27%, Rhône-Alpes-Auvergne 17%, Sud-Ouest 7%, Ouest 6%, Est 5%. **Visiteurs avion :** 58% viennent de Paris-IDF, 7% de Picardie-Nord Pas de Calais, 7% de l'Ouest, 6% de Rhône-Alpes-Auvergne, 6% de l'Est, 5% du Sud-Ouest, 4% de Corse, 3% de Normandie, 2% des DOM-TOM

### Chiffres clés

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

Dépense : 62€/jour, 405€/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 = 41%, juillet-août = 22%, hiver = 32%. Pointe en août (12%)

Visiteurs avion : 49% repartent sur des vols vers Paris Orly (baisse), 12% vers Paris CDG, 5% Lyon, 5% Lille, 4% Nantes, 4% Bordeaux, 3% Genève, 3% Strasbourg, 4% la Corse. Résas via GDS (2010-13) : 93% arrivent sur vol direct, la moitié des autres transitent par Lyon

### Points forts

- volume minimal de fréquentation assuré, malgré les aléas conjoncturels
- remontée de la durée de séjour depuis 2009 (+10%)
- montée en gamme : du 2\* (majoritaire pendant des décennies) vers le 3-4\*
- contribution importante en hiver (un tiers des séjours) ; au 1<sup>er</sup> 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 95-2015 : +1,5%/an

#### Dépenses à l'étranger

34,6 milliards €, au 5<sup>ème</sup> rang mondial en 2015 - Tendance annuelle moyenne 2005-2015 : +3,1%

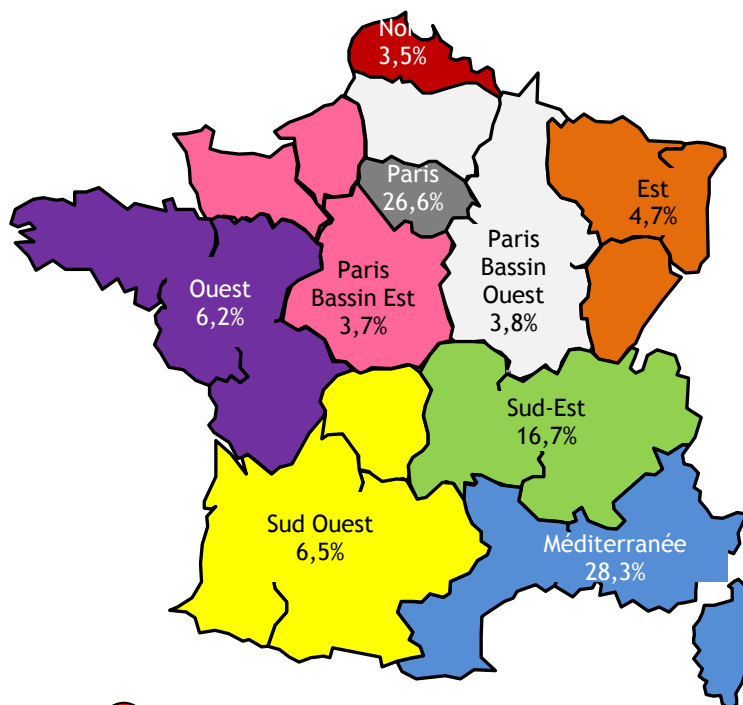
#### Nombre de jours de congés payés

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 (plus de 4 sur 10 a 50 ans ou +)
- pour tous les types d'hébergement et toutes les catégories
- à forte motivation shopping (1<sup>ère</sup> activité citée) mais au dernier rang des marchés pour le taux de visite des musées et le taux de visite à Monaco
- au 2<sup>ème</sup> rang des marchés pour la part des séjours avion en Loisirs non Marchand

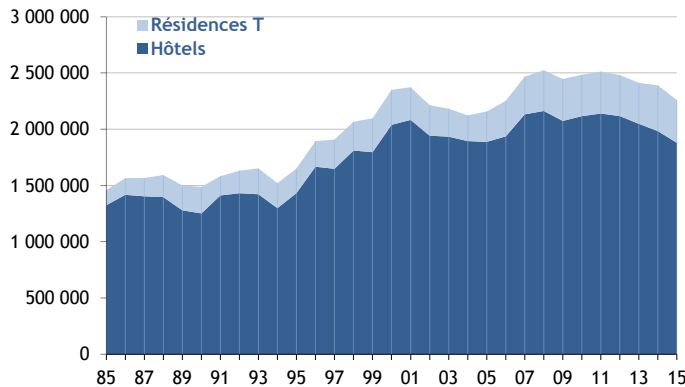


### Points faibles

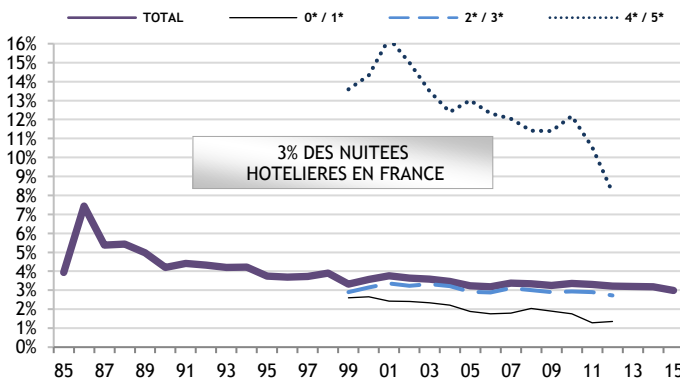
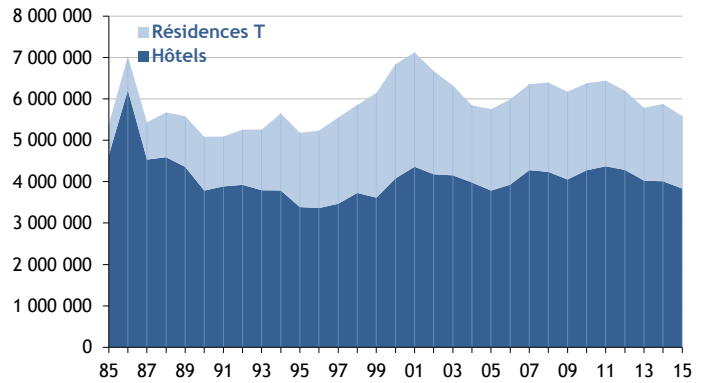
- tendance à privilégier les solutions non marchandes ou économiques (avant dernier rang des marchés pour le taux de séjours en hôtels)
- image vieillissante de la destination et insuffisante attractivité pour les clientèles jeunes ; faible taux de renouvellement (10%, au dernier rang des marchés)
- faible dépense par jour (au dernier rang des marchés), du fait notamment d'un faible taux de shopping (au dernier rang des marchés)
- seulement 8% se renseignent dans les OT locaux
- 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 principales. La demande a ensuite baissé jusqu'en 2005 puis rebondi en 2007-08, pour atteindre un record en séjours. Depuis 2012 elle est de nouveau en baisse. En nuitées la pointe de 2001, largement due aux résidences, n'a plus été atteinte. La part des résidences de tourisme s'est considérablement élargie sur le total des nuitées, surtout entre 99 et 2002. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à présent à 17% des séjours et 32% 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 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 dessous des 3%.

Jusqu'en 2012, si la part restait élevée en catégories 4-5\*, à 8,2% (16,3% en 2001), elle était dans la moyenne pour les 2-3\* (2,9%) mais très faible en 0-1\* (1,3%).

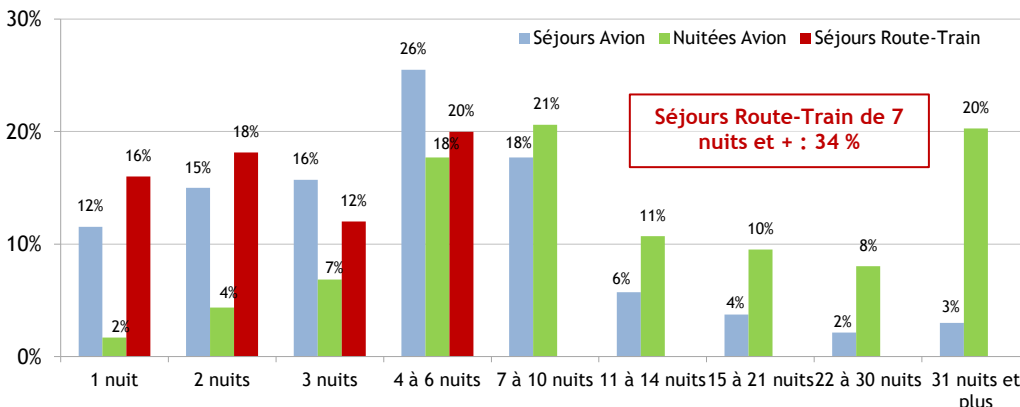
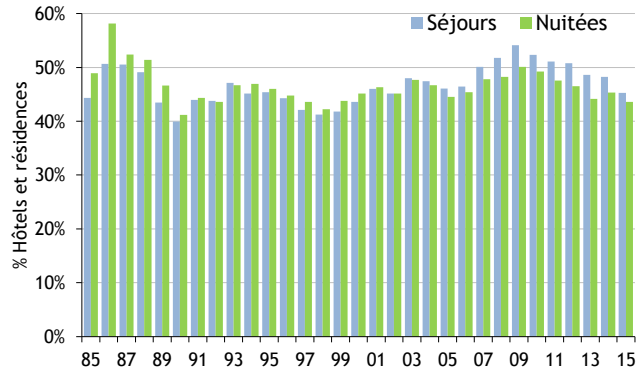
La part des Français dans la fréquentation des hôtels et résidences évolue de manière cyclique, et elle est aussi liée à l'évolution de la demande étrangère. Elle avait fortement chuté entre 86 et 90, puis entre 93 et 98, et de nouveau entre 2003 et 2005. La phase de baisse actuelle, due au dynamisme des marchés étrangers, dure depuis la forte pointe de 2009. En 2015 la part s'élève à 45% des séjours et 44% 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.

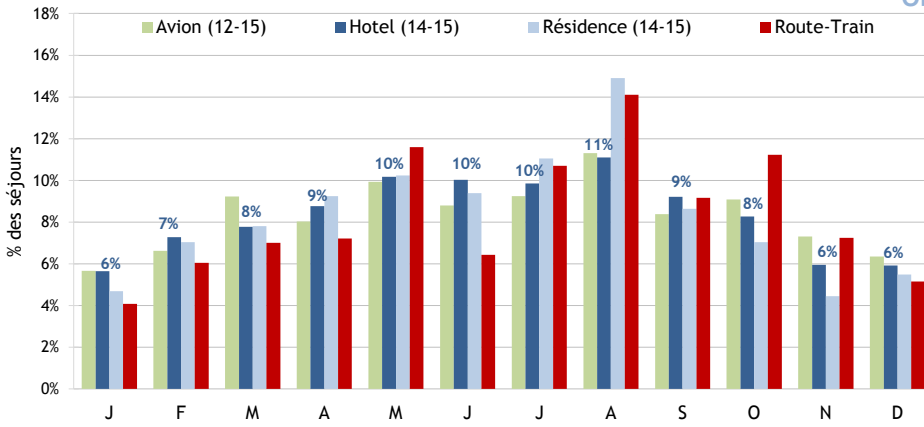
## DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Français varie selon le segment. 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 6,1 nuits. Les séjours Loisirs non Marchands durent toutefois 8,5 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) groupent 43% 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 1/4 et 1/5ème des séjours. Les séjours de +3 semaines sont rares mais pèsent pour près de 3 nuitées sur 10.

## CONTRIBUTION DES FRANCAIS A LA FREQUENTATION GLOBALE



	Durée	Nuits
	Hôtels	2,0
	Résidences	4,9
	Hôtels+Rés.	2,5
AVION 12-15	Moyenne	6,9
	Loisirs	8,0
	Dont Hébergement marchand	6,1
	Dont Hébergement non-marchand	8,5
	Affaires	3,6
	Dont MICE	2,9
	Dont Autres affaires	3,9
	Route - Train	6,1



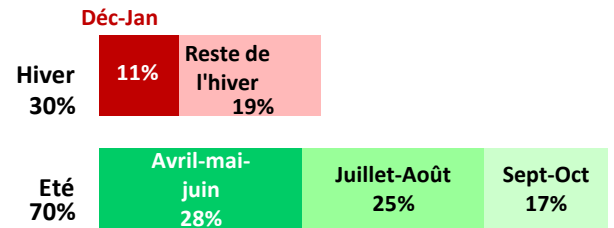
Hotels + Résidences		
14-15	SEJOURS	NUITEES
J	5,5%	5,5%
F	7,3%	7,1%
M	7,7%	7,5%
A	8,8%	8,7%
M	10,3%	9,9%
J	9,7%	9,2%
J	10,2%	10,9%
A	11,7%	14,0%
S	9,1%	9,1%
O	8,2%	7,8%
N	5,7%	4,8%
D	5,9%	5,4%

Les séjours français sont très bien répartis avec des pointes modérées sur les périodes de vacances scolaires, avec toutefois une pointe très marquée en Août pour les segments locatif et route-train, et 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 Fév-Mars.

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.

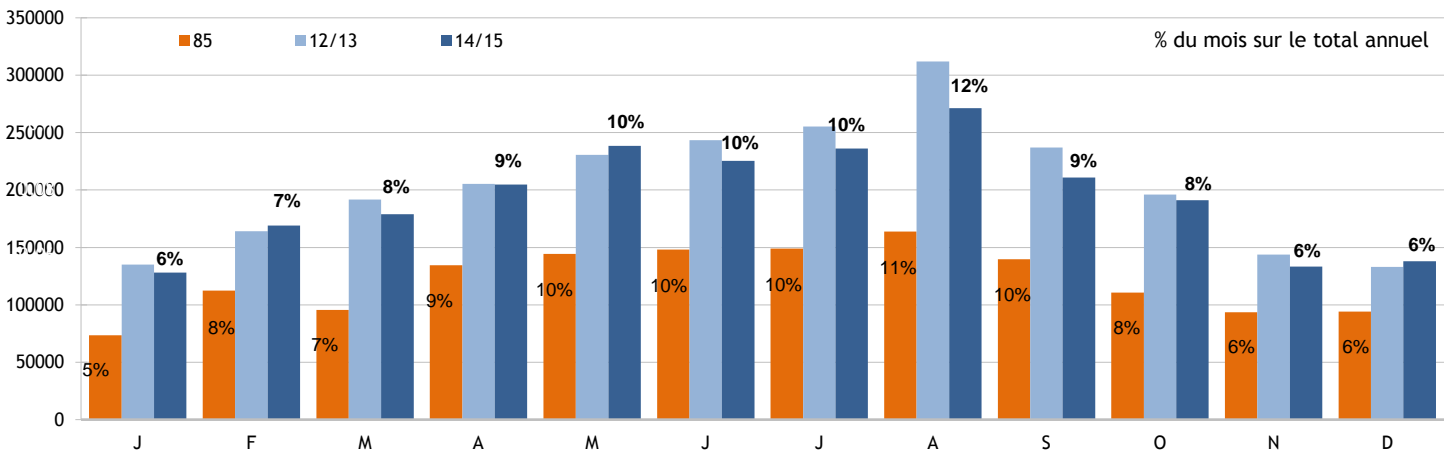
Les nuitées hébergements sont bien réparties entre Février et Octobre, et la progression du flux est régulière jusqu'en Août, qui culmine avec 14%. Novembre et Décembre génèrent le moins de nuitées (5% chacun). La période de Juin à Septembre représente seulement 43% du total annuel, une proportion relativement faible.

## NUITEES 2014/15 - HOTELS ET RESIDENCES



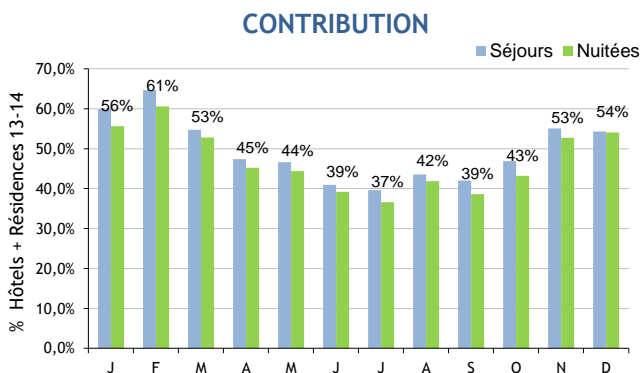
L'évolution des séjours hébergements depuis 1985 (en volume) montre une belle croissance de la demande toute l'année, mais plus limitée sur Novembre (+42%), Décembre (+47%). Elle est surtout marquée en Mars (+87%), Janvier (+74%) et Octobre (+73%). Août avait fortement progressé mais rechute actuellement. Concernant la part de chaque mois, on note entre 85 et 2014/15 une croissance de la part des séjours réalisés en Janvier, en Mars et Août.

## EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS

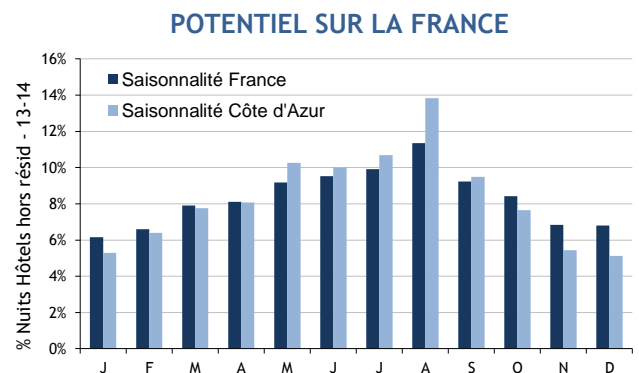


## POTENTIEL MENSUEL

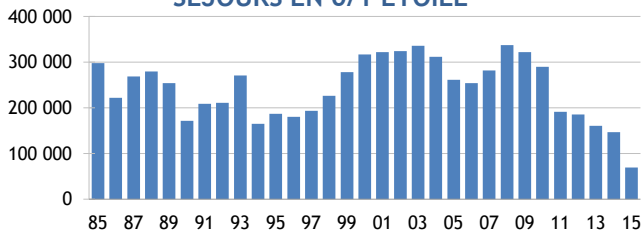
La part des Français sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 37% en Juillet à 61% en Février. Le marché français représente une cible importante pour tous les mois mais en particulier pour les mois de Novembre à Mars (plus de 53%). La part de marché Côte 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.



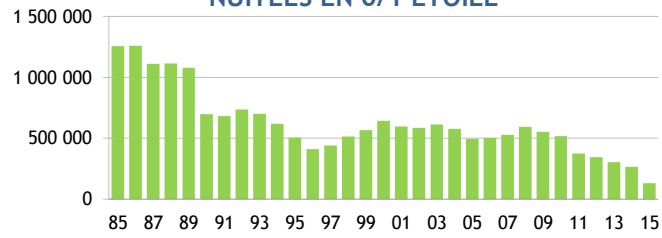
PDM 06/F	
J	2,7%
F	3,1%
M	3,1%
A	3,2%
M	3,6%
J	3,3%
J	3,4%
A	3,9%
S	3,3%
O	2,9%
N	2,5%
D	2,4%



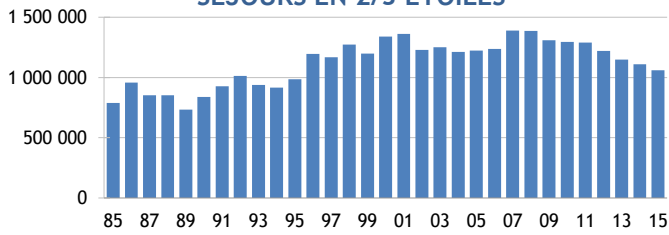
SEJOURS EN 0/1 ETOILE



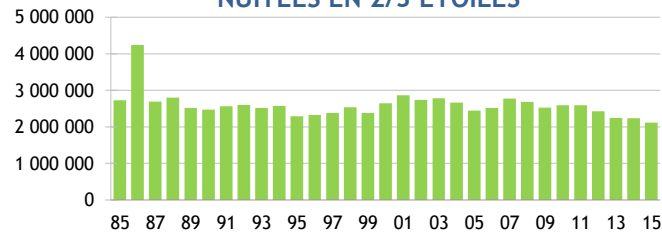
NUITEES EN 0/1 ETOILE



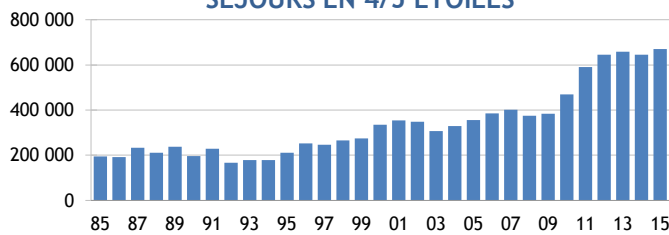
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



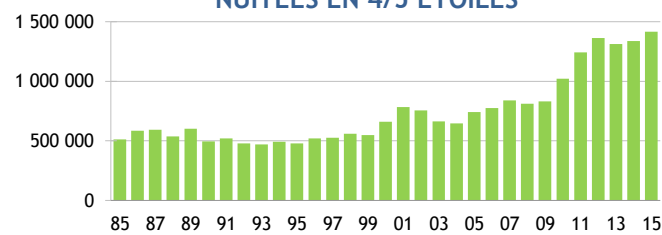
NUITEES EN 2/3 ETOILES



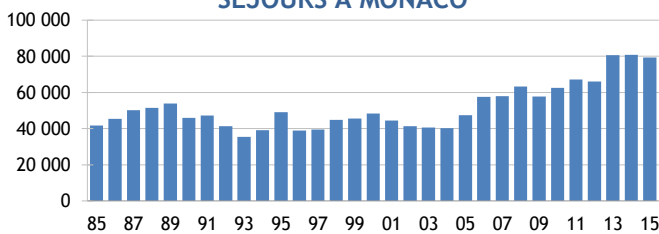
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



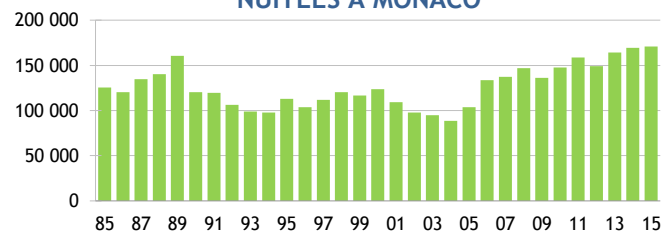
NUITEES EN 4/5 ETOILES



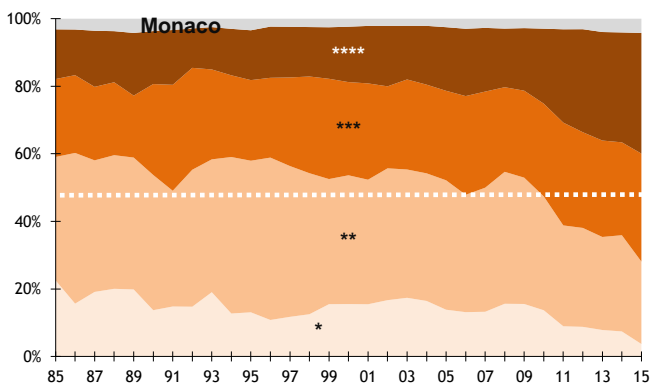
SEJOURS A MONACO



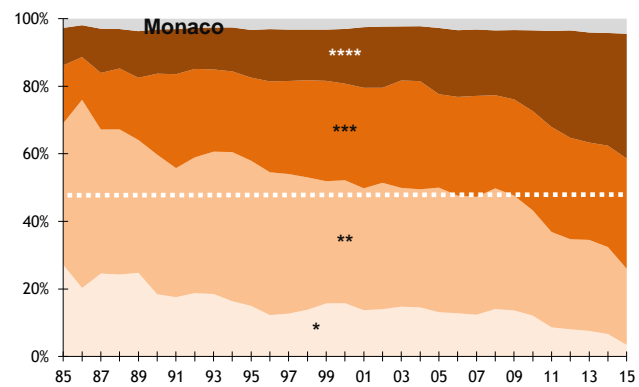
NUITEES A MONACO



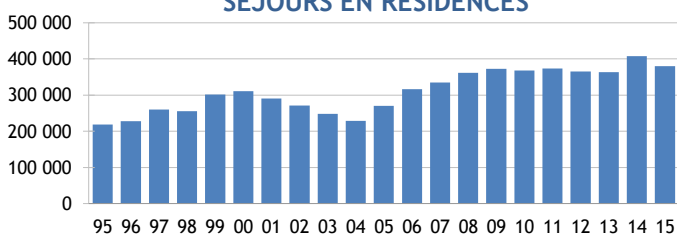
REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



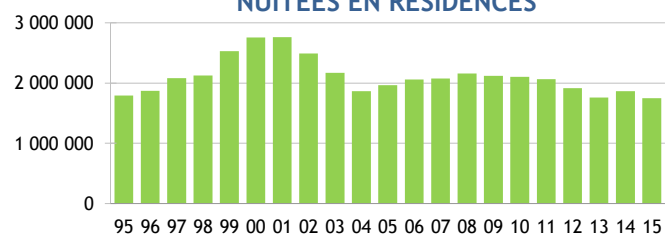
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



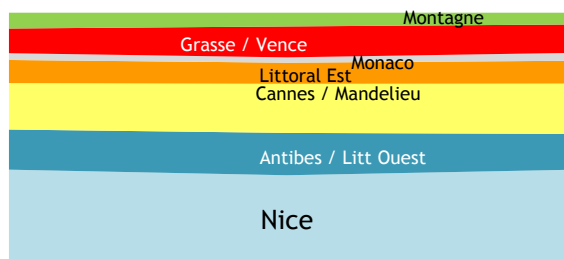
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



## TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE

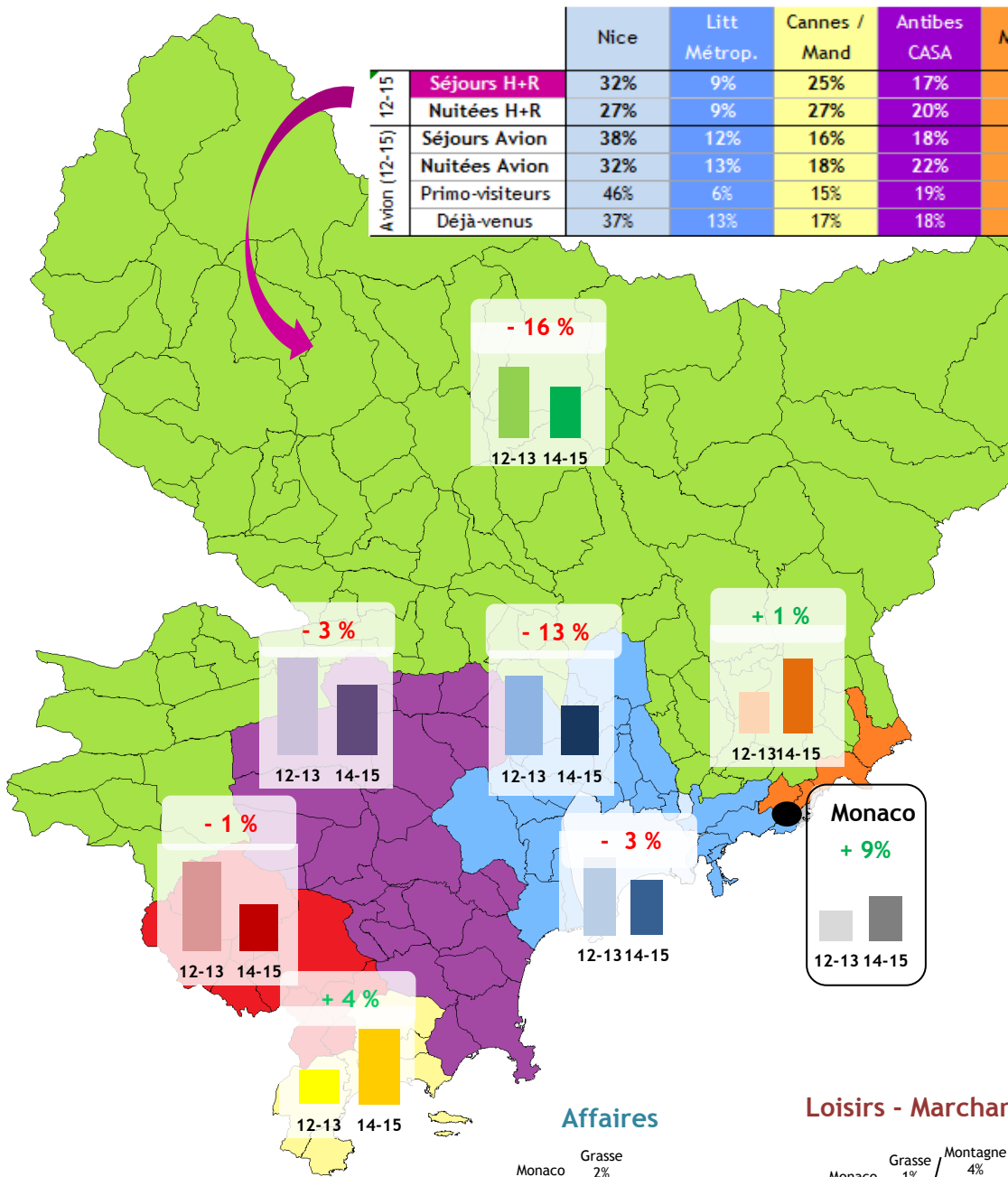


1992 2002 2012

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<sup>ème</sup> 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.

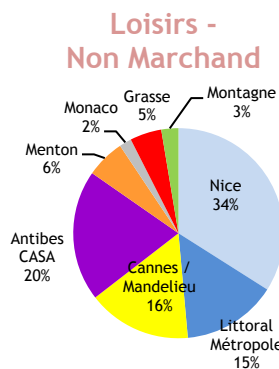
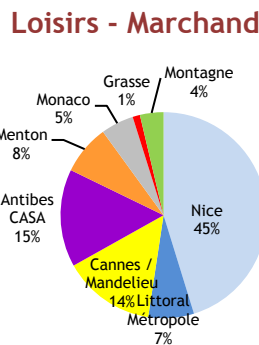
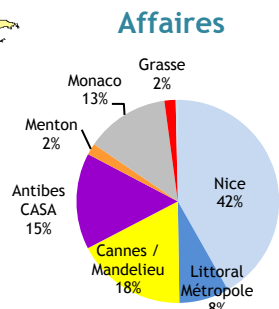
	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
12-15 Séjours H+R	32%	9%	25%	17%	7%	3%	3%	4%
12-15 Nuitées H+R	27%	9%	27%	20%	8%	3%	2%	4%
Avion (12-15) Séjours Avion	38%	12%	16%	18%	5%	5%	3%	2%
12-15 Nuitées Avion	32%	13%	18%	22%	7%	2%	4%	3%
12-15 Primo-visiteurs	46%	6%	15%	19%	4%	4%	4%	3%
12-15 Déjà-venus	37%	13%	17%	18%	5%	5%	3%	2%



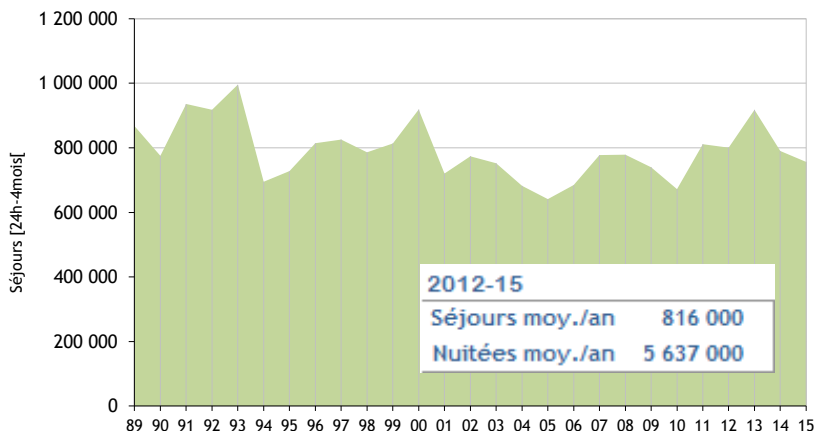
Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2012-15 sont : Nice (32% des séjours hébergements et 38% des séjours avion), suivie de Cannes-Mandelieu (25% et 16%) et de Antibes-CASA (17% et 18%). Le Littoral Métropole réalise 9% des séjours hébergements et 12% des séjours avion, et Menton 7% (5% des séjours avion). La zone de Grasse réalise 3% des séjours et la Montagne 4%.

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 (près d'un primo sur 5) ou Cannes (15%). Nice héberge 45% des séjours avion Loisirs Marchand (devant Antibes et Cannes) et 34% des Loisirs non Marchand (devant Antibes, Cannes et Littoral Métropole). Pour le segment Affaires, Nice en accueille 42% et Cannes 18%. La France est au 1<sup>er</sup> rang des marchés pour la part des séjours avion hébergés sur Métropole Littoral Ouest et au 2<sup>ème</sup> rang pour la Montagne.

En 2014-15 (voir carte), on note une forte progression des séjours hébergements sur Monaco, une hausse plus modérée sur Cannes, mais une chute importante sur la Montagne, le Littoral Métropole et Grasse.







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 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 avion 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 82% 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 62€ par jour/pers. et 405€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne 35% 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).

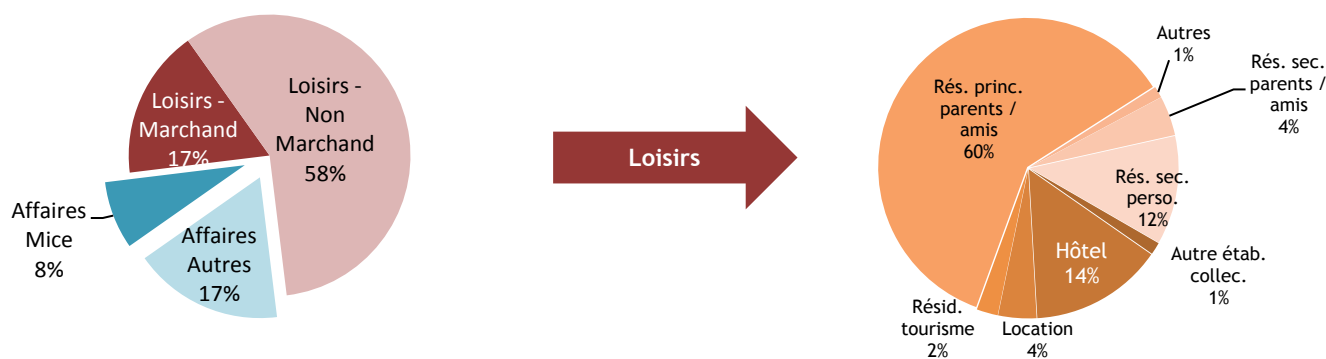
2012-15	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	6,9	6,1	8,5	3,6
Age moyen	44	44	45	43
Nb Personnes	1,4	1,8	1,4	1,2
Taux 1 <sup>er</sup> visite	10%	19%	6%	11%
Dépense/séjour	405 €	650 €	296 €	493 €
Dépense/jour	62 €	112 €	38 €	127 €
> 200€ / jour	11%	20%	3%	27%
De 30 à 200€ / jour	54%	67%	48%	59%
<30€ / jour	35%	13%	49%	14%
Satisfaction				
Très satisfaits	82%	85%	82%	79%
Satisfaits	13%	7%	13%	16%
Non entier. Satisf.	5%	9%	4%	5%

## SEGMENTATION CIBLES

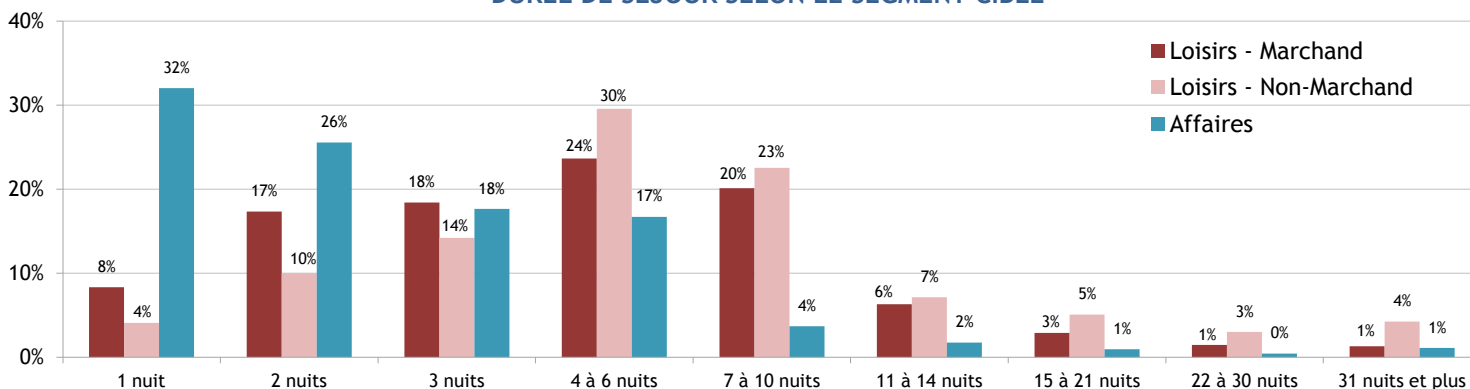
Le segment Loisirs non Marchand domine largement le marché et regroupe 58% des séjours avion. La part du Loisirs Marchand se limite à 17% (au dernier rang des marchés), derrière celle du segment Affaires qui regroupe un quart des séjours (8% en MICE).

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 seulement 6% (part bien moins élevée sur l'avion que sur les autres modes).

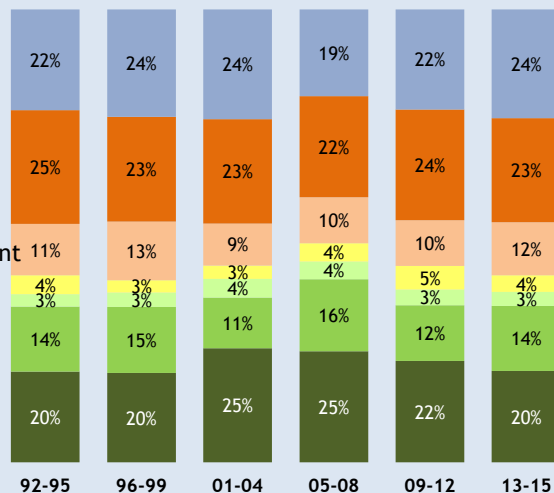
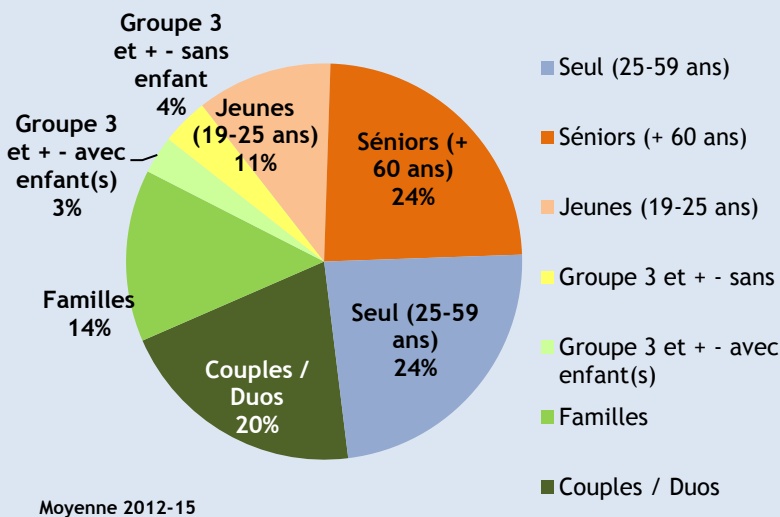
## SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



## DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



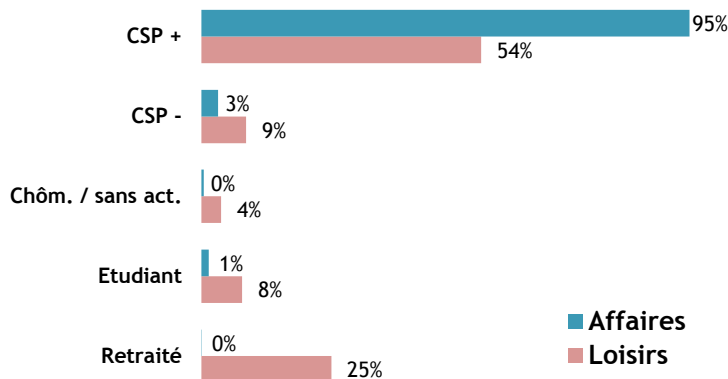
## TYOLOGIE LOISIRS AVION



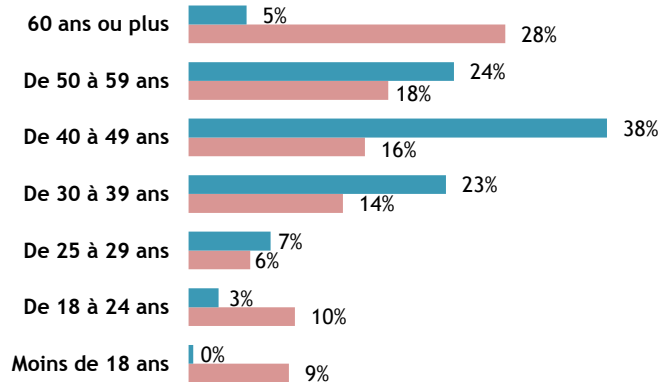
Le principal segment parmi les Français à motif Loisirs est celui des Seniors, soit 24% du total. Un autre quart sont des adultes voyageant seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et un sur 5 voyage en couple-2 adultes. Les familles représentent 17% des cas (incluant 1,6 enfant en moyenne). 4% 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 structurelles. On note juste une croissance puis une rechute du segment couples-2 pax (-5 points entre 2005 et 2015), et une période 2005-8 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)



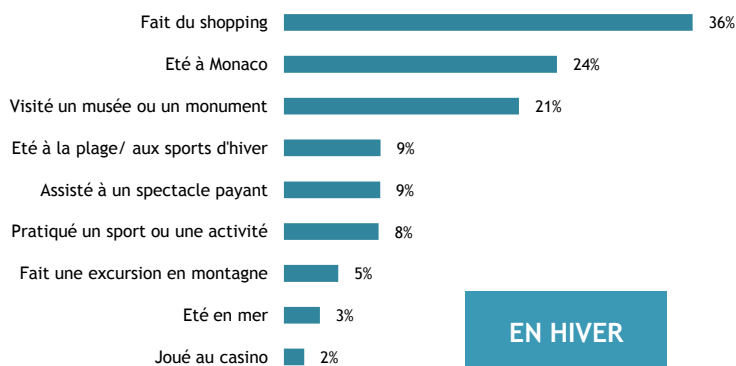
## SEGMENT LOISIRS

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 (lhausse 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

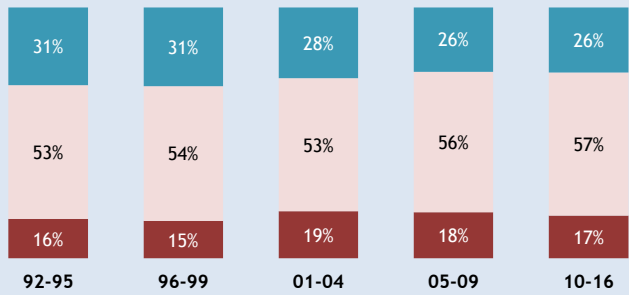


### ACTIVITES DECLAREES

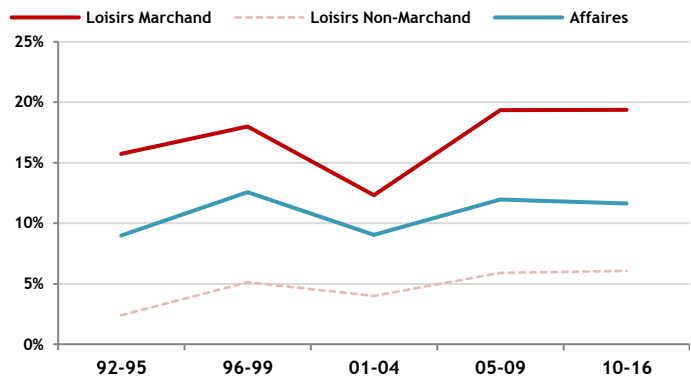


## SEGMENTATION CIBLES

Loisirs Marchand Loisirs Non-Marchand Affaires



## TAUX DE PRIMO-VISITEURS



## Tendances Visiteurs avion Loisirs

### SEGMENTATION CIBLES

Recul de la part de l'Affaires au profit du Loisirs. Légère hausse de la part du Loisirs Marchand jusqu'en 2005, puis hausse de la part du non Marchand (+ 4 pts)

### TAUX DE PRIMO VISITEURS

En progression entre 2001 et 2009 puis stabilité. 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 (- 5 nuits). Très forte hausse de la part des courts séjours, à 43%, 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 et plus récemment de Litt. Métropole.

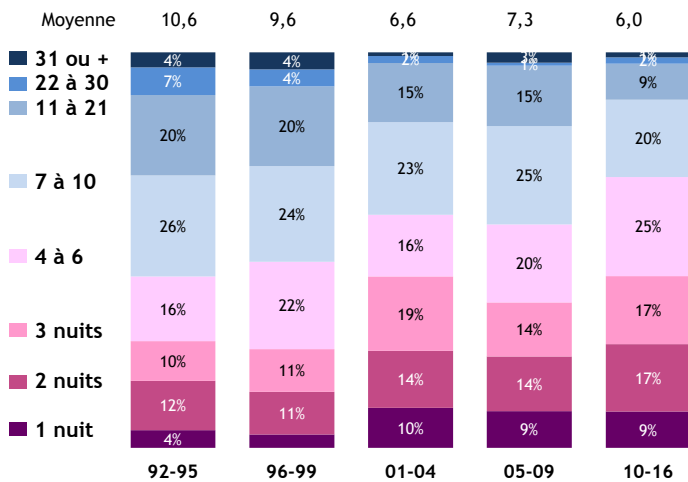
### MODES D'HEBERGEMENTS

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

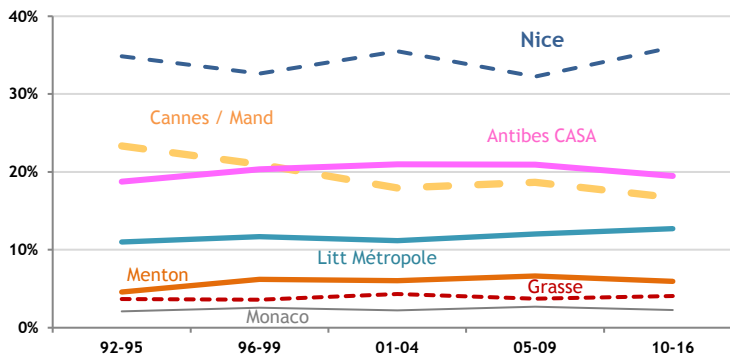
### AGE/CSP

Age moyen stable. Hausse de la part des 50-59 ans et plus récemment des 40-49 ans. Baisse des retraités et des étudiants au profit des CSP+

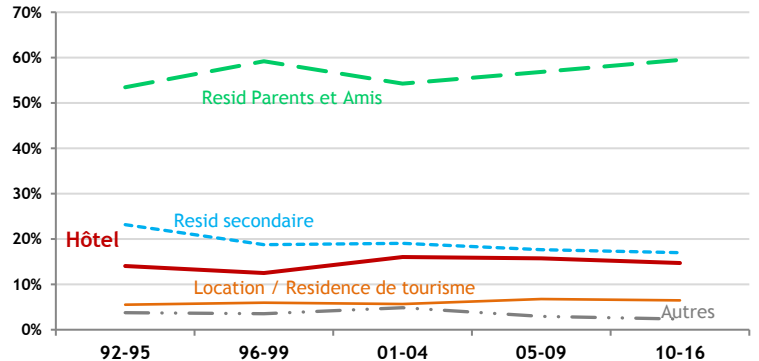
## DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



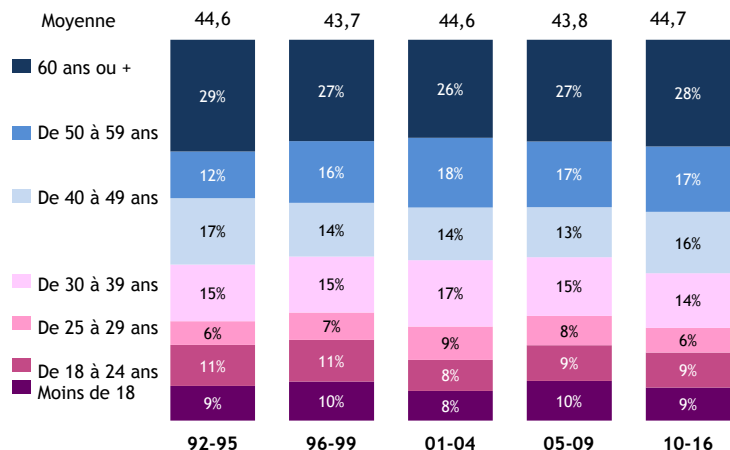
## ZONES DE SEJOUR - Loisirs



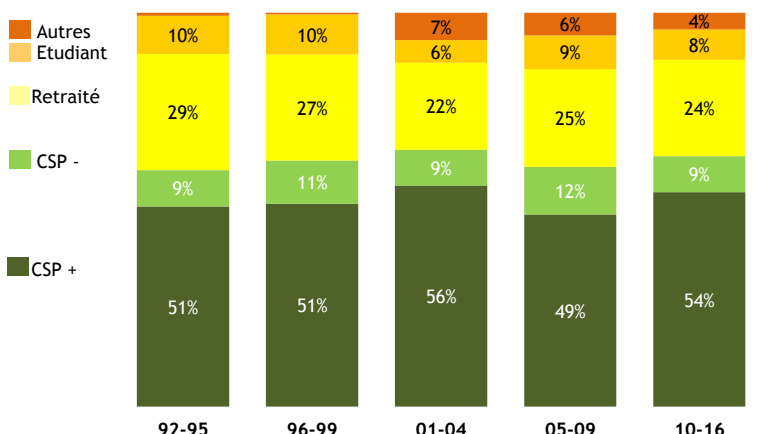
## MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



## ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



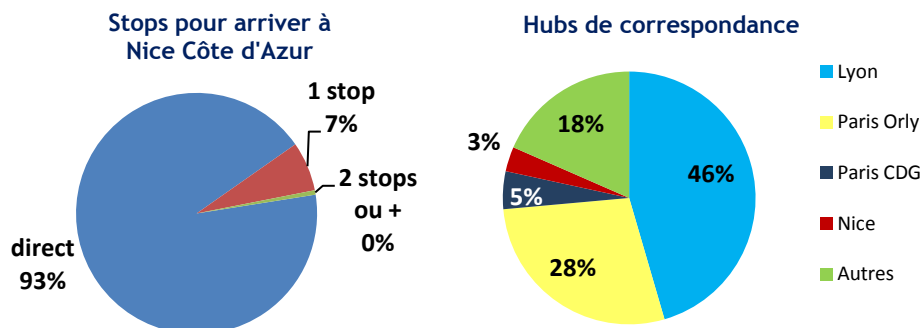
## CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)





## 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.

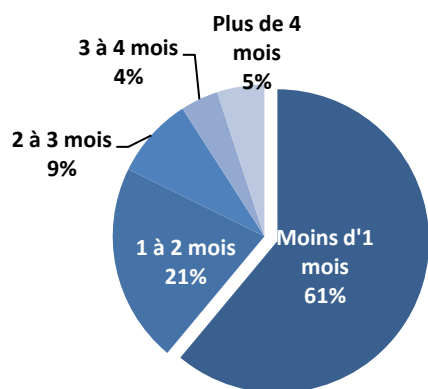


**Les séjours FRANCE** sont à destination de 1/Paris 2/Nice 3/Marseille 4/Toulouse

**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		→
<b>Part de marché Nice (%)</b>	<b>9,7</b>	<b>9,5</b>	<b>9,2</b>	<b>9,3</b>		→
<b>Durée des séjours Nice Côte d'Azur</b>						
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	→
<b>Part des groupes 6 pax et +</b>	<b>2,4</b>	<b>2,5</b>	<b>2,5</b>	<b>2,5</b>	<b>2,5</b>	→

### 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

