

Le Marché Mondial

Le volume annuel de séjours internationaux dans le monde dépasse le milliard depuis 2011, et a augmenté quasiment chaque année sauf en 2009. En 2014, la croissance atteint 4,7% (contre + 3,8% en tendance 2005-14).

Le profil des visiteurs étrangers diffère fortement selon leur marché d'origine, surtout par continent. Les principaux éléments explicatifs de ces comportements particuliers sont : le niveau de revenus/consommation des ménages (taux de départ en vacances et à l'étranger, durée des congés payés,...), la distance et le coût des transports, les liens familiaux, ethniques, culturels, politiques et linguistiques, les échanges économiques (tourisme d'affaires), l'image et l'attractivité des destinations.

La Côte d'Azur

Les étrangers totalisent plus de 5 millions de séjours annuels entre 1998 (1^{ère} année) et 2002, et de nouveau depuis 2011, voire 5,5 millions en 2014. La contribution à la fréquentation totale fluctue autour des 50% des séjours, le maximum ayant été atteint en 1990 (60%). La Côte d'Azur accueille 7,5% des nuitées hôtels étrangères en France.

Principaux marchés d'origine : la majorité proviennent d'Europe : 70%, ou bien d'Amérique du Nord (10%), du Moyen-Orient-Asie (7%), de Russie (6%), d'Afrique (3%), d'Amérique du Sud (2%) et d'Océanie (2%)

Chiffres clés

- 5,5 millions séjours de 6,4 nuits en moy., dont :
- 2,6 millions séjours en hôtels et résidences
- 2,1 millions séjours avion via Nice Côte d'Azur
- près de 50 000 résidences secondaires

Dépense : 95€/jour, 691€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : 37% réservent leur vol dans le mois qui précède le séjour, un bon tiers entre 1 et 3 mois avant, un 5^{ème} plus de 4 mois avant

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 51%, juillet-août = 28%, hiver = 22%. Pointe en juillet-août

Visiteurs avion : 19% repartent sur des vols vers Londres, 10% vers Paris, 4,5% vers Bruxelles, 4% vers : Amsterdam, Francfort, Zurich, Copenhague, Geneve, 3% vers Rome ou Munich

Visiteurs avion GDS : sur vols directs pour 50%, ou via une ou plusieurs correspondances (Paris 14%, Francfort 12%, Zurich 11%, Munich 7%)

Comparatif Etrangers/Français



Points forts

- plus fort potentiel de croissance à long terme
- une image Côte d'Azur plus forte et séduisante, étroitement corrélée à la distance (exotisme)
- plus fort pouvoir d'achat des voyageurs internationaux et plus haut niveau de dépenses, notamment en shopping
- part plus élevée de séjours en hébergements marchands
- durée de séjour plus élevée
- plus fort taux de pratique d'activités, en général
- plus haut niveau de satisfaction



Points faibles

- plus grand éloignement, augmentant le temps et le coût du transport, durée des séjours souvent répartie sur plusieurs destinations (itinérance)
- plus forte saisonnalité et concentration sur les périodes estivales et de vacances
- barrière linguistique possible (expliquant notamment une moindre participation aux spectacles payants que les Français)
- baisse des longs séjours et du segment Affaires
- plus forte sensibilité aux chocs internationaux : crises économiques, politiques ou sécuritaires,...

Le marché international compte plus de 150 pays émetteurs de touristes vers la Côte d'Azur annuellement, regroupés en 53 "marchés" sources (pays ou groupes de pays), soit un volume mondial de séjours internationaux qui dépasse le milliard (1,138, soit +4,7% en 2014). Tendance annuelle moyenne 2005-2014 : +3,8%. Age moyen : 30 ans (36 ans en 2050)

PIB

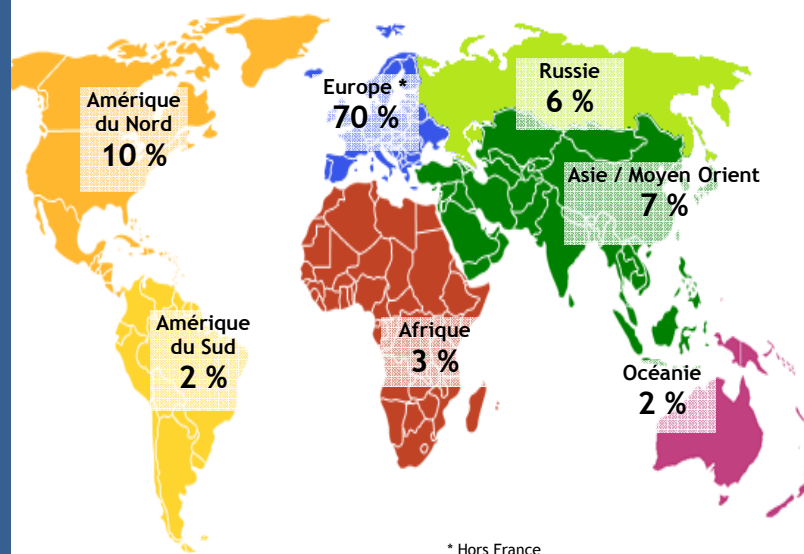
La croissance du PIB par habitant est plus élevée sur la plupart des pays étrangers qu'en France. Tendance annuelle moyenne 95-2014 : +2,3%/an en Europe, +2,7% en Amérique, +5,1% en Afrique, +4,9% au Moyen Orient, +5,7% en Asie-Pacifique

Dépenses à l'étranger

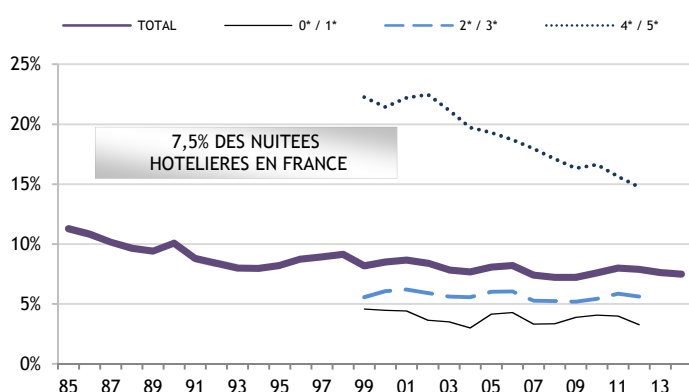
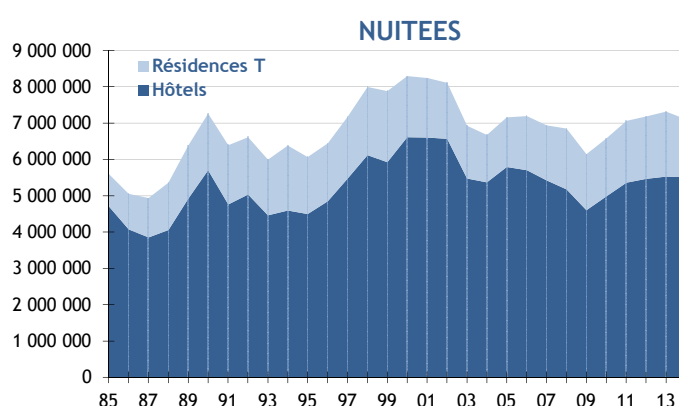
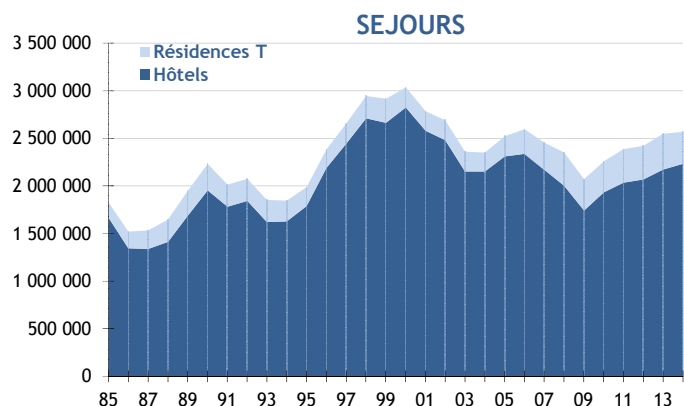
937 milliards € en 2014 - Tendance annuelle moyenne 2005-2013 : +5,8%

Tendances des marchés étrangers

- un marché global potentiel en constante progression, avec des perspectives positives sur le long terme
- une dépendance du volume global à l'environnement économique limitée, par des effets de compensation
- une variation plus cyclique sur la Côte d'Azur, du fait d'une plus forte dépendance aux marchés européens
- une part de marché France en érosion régulière (diversification des destinations), avec des phases de rebond
- davantage tourné vers le littoral balnéaire et urbain que vers la montagne



Les séjours étrangers en hôtels et résidences évoluent selon des cycles assez marqués. Le maximum absolu a été atteint en 2000 à plus de 3 millions de séjours. Entre 2001 et 2009, on observe une nette décélération malgré un rebond temporaire sur 2005-6. La tendance est de nouveau positive depuis 2009, mais le précédent record est encore loin d'être atteint et le volume de nuitées se tasse en 2014. Les résidences ont accru leur part. Elle atteint à présent, sur le cumul des deux hébergements marchands, 14% des séjours et 23% des nuitées.



PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

Sur le total des nuitées étrangères passées dans l'hôtellerie française, 7,5% se passent sur la Côte d'Azur. Cette part apparaît assez élevée, au regard tant de la richesse de l'offre nationale que de la superficie réduite de la destination. Elle a cependant eu tendance à décroître, malgré quelques rebonds, passant de 11,3% à 7,2% entre 85 et 2008 (point bas), une perte de 4 points s'expliquant par la maturité du marché et par un transfert vers les résidences de tourisme. Depuis, la part remonte difficilement (7,6% en 2013, mais 7,5 en 2014).

Selon les catégories, la part 2012 s'établit à 3,8% en 0-1* (baisse), 4,7% en 2*, 6,2% en 3* (stabilité) et 14,5% en 4-5* (forte chute).

La fréquentation étrangère représente depuis 87 autour de 50% de la fréquentation des hôtels et résidences, le taux de 58% ayant même été approché en 98. Une chute importante est intervenue en 2003, et entre 2008 et 2012 la part des étrangers dans la fréquentation est retombée à moins de 50% en séjours (52% en 2014, pour 55% des nuitées).

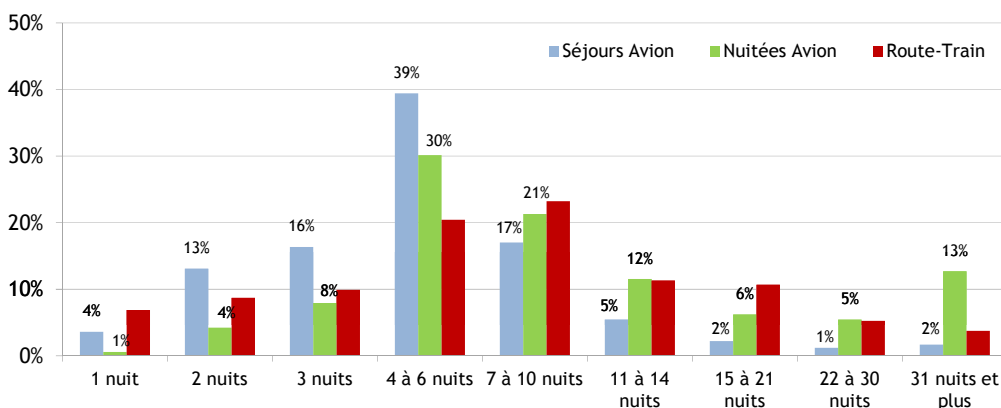
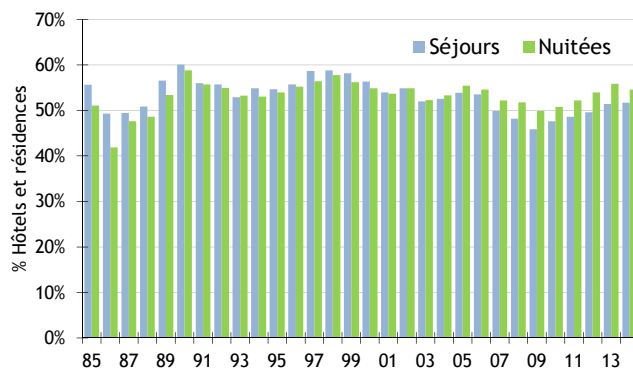
Ce taux résulte autant de l'évolution de l'ensemble des marchés étrangers que de celle du marché national. Entre 99 et 2009, la part des étrangers a donc baissé, mais elle s'accroît de nouveau depuis.

La part des étrangers est généralement plus élevée en nuitées qu'en séjours, et l'écart se creuse car leur durée de séjour se maintient à un bon niveau.

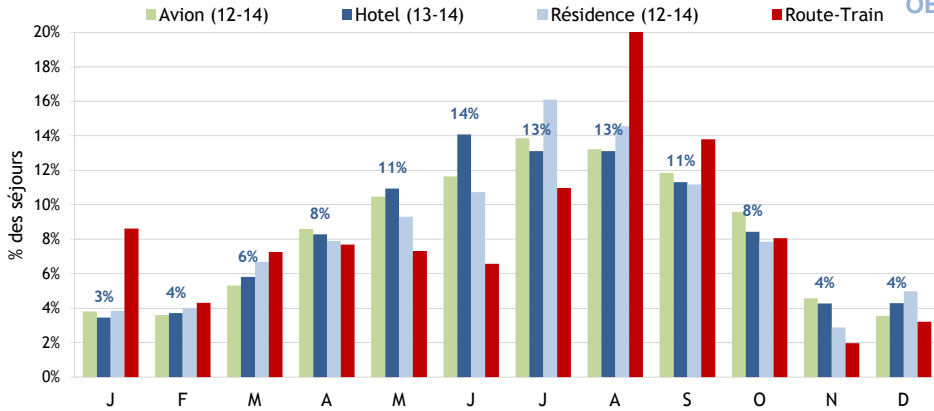
DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours étrangers est plus élevée que celle des Français. Les séjours par avion durent 7,5 nuits en moyenne (7,9 pour le Loisirs et 5,3 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchand sont longs (10 nuits). Les courts séjours (1 à 3 nuits) groupent plus du tiers du total. Dans l'hôtellerie, les séjours sont courts, soit 2,6 nuits en moyenne, et ils durent un peu plus longtemps dans les résidences de tourisme (4,8 nuits). Pour les séjours avion, le principal segment est de loin le 4-6 nuits, soit 4 séjours sur 10. Les séjours de plus de 3 semaines sont rares mais pèsent pour près de 2 nuitées sur 10. Les séjours route-train durent 9,7 nuits en moyenne (principal segment : 7-10 nuits) et sont donc plus longs que les séjours avion, même si un quart d'entre eux sont des courts séjours.

CONTRIBUTION DES ETRANGERS A LA FREQUENTATION GLOBALE



	Durée	Nuits
Hôtellerie	Hôtels	2,6
	Résidences	4,8
	Hôtels+Rés.	2,9
Avion 12-14	Moyenne	7,5
	Loisirs	7,9
	Dont Héb marchand	6,2
	Dont Héb non-march	10,2
	Affaires	5,3
Route - Train	Dont MICE	4,4
	Dont Autres affaires	6,1
	Moyenne	10,1



Hotels + Résidences		
13-14	SEJOURS	NUITEES
J	3,5%	3,5%
F	3,7%	3,6%
M	5,9%	5,6%
A	8,2%	8,0%
M	10,7%	10,1%
J	12,1%	11,4%
J	14,4%	15,3%
A	13,5%	15,6%
S	11,3%	11,5%
O	8,4%	8,1%
N	4,0%	3,4%
D	4,4%	3,8%

La fréquentation étrangère (en séjours) est plus saisonnière que celle des Français, mais l'étalement reste bon entre Mars et Octobre. Les mois d'hiver réalisent chacun au moins 3-4% des séjours annuels avec un point bas en Janvier pour les hébergements et Novembre pour la route-train. La pointe annuelle a lieu en Juillet pour les séjours avion et hébergements, mais en Août pour les séjours route-train. En hiver on note une petite pointe en Décembre pour les résidences et en Janvier pour la route-train.

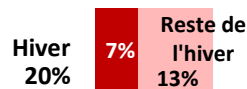
Attention : les taux indiqués portent sur les séjours hôtels ; les séjours en hôtels-résidences sont affectés au mois d'arrivée, tandis que les séjours par avion sont affectés au mois de départ, l'enquête étant réalisée à l'embarquement.

Les nuitées hébergements sont bien réparties entre Avril et Octobre, mais encore faibles en hiver (20%) et surtout en Décembre-Janvier (7%). La période de Juin à Septembre représente 54% du total annuel, et Juillet-Août 31%.

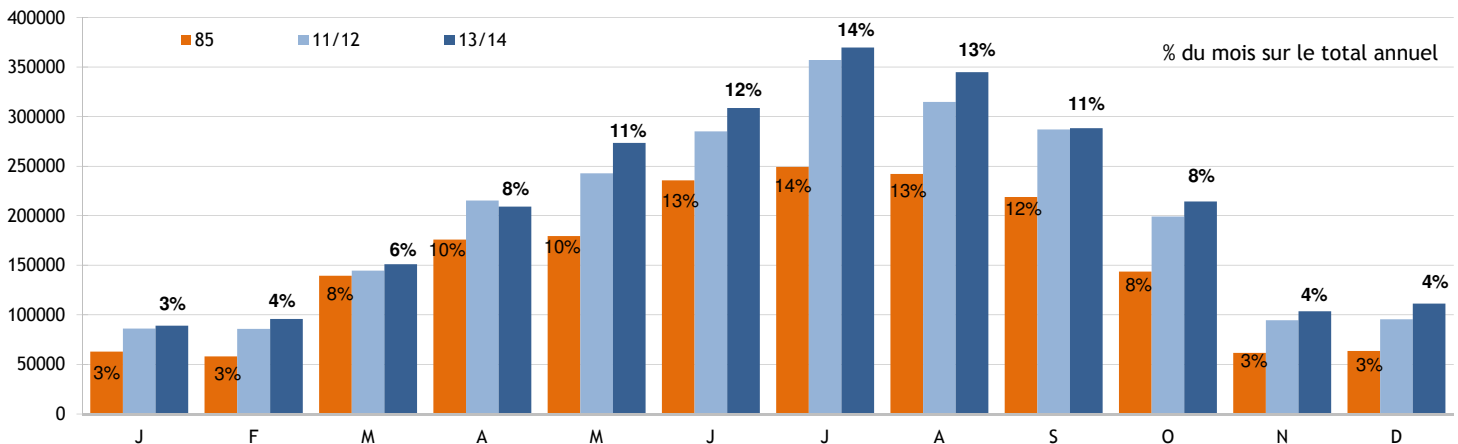
L'évolution des séjours hébergements depuis 1985 (en volume) montre une progression pour tous les mois, limitée pour Mars (+8%), mais bien marquée pour Février et Novembre (+ de 65% de gain), pour Décembre (+76%), ainsi que Mai (+52%). Concernant la part de chaque mois, on note entre 85 et 2013/14 une croissance de la part des séjours réalisés en Février, Mai, Novembre et Décembre.

NUITEES 2013/14 - HOTELS ET RESIDENCES

Déc-Jan



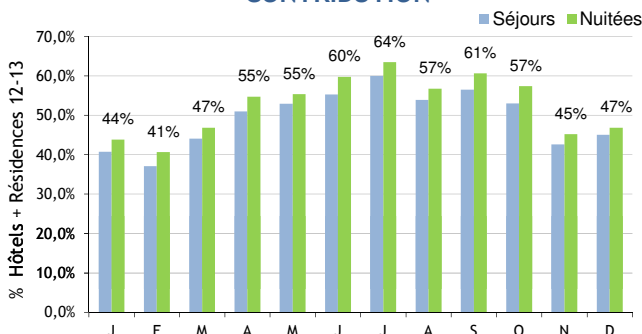
EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



POTENTIEL MENSUEL

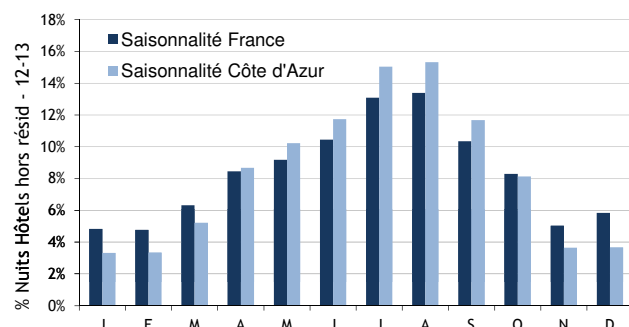
La part des étrangers sur l'ensemble des nuitées hébergements Côte d'Azur (contribution), symétrique à celle des Français, s'élève rapidement entre un plus bas niveau en Février (41%) et une pointe en Juillet à 64%. En Août, une forte présence française fait un peu chuter le taux estival. En Novembre le taux chute fortement, de plus de 10 points. La part de marché Côte d'Azur/France est plus faible en hiver (4,8% en Décembre) et élevée en Juillet-Août (près de 9%). Si on compare la distribution mensuelle des nuitées entre la France et la Côte d'Azur, on constate un certain potentiel sur tous les mois d'hiver, avec une présence importante en France mais moindre sur la Côte d'Azur.

CONTRIBUTION

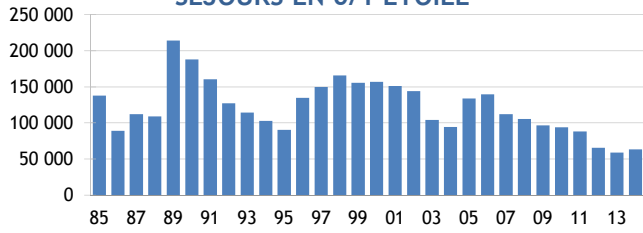


PDM 06/F	
J	5,3%
F	5,4%
M	6,4%
A	7,9%
M	8,6%
J	8,7%
J	8,9%
A	8,8%
S	8,7%
O	7,6%
N	5,6%
D	4,8%

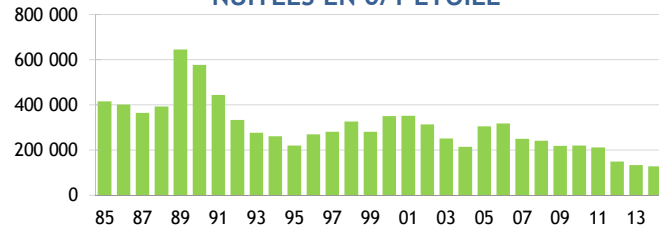
POTENTIEL SUR LA FRANCE



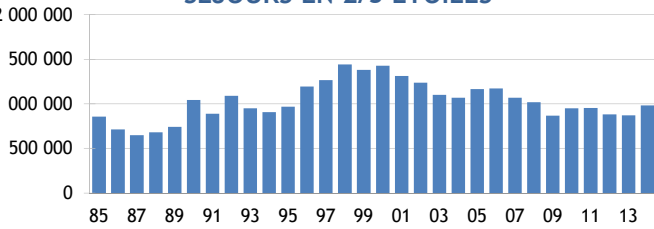
SEJOURS EN 0/1 ETOILE



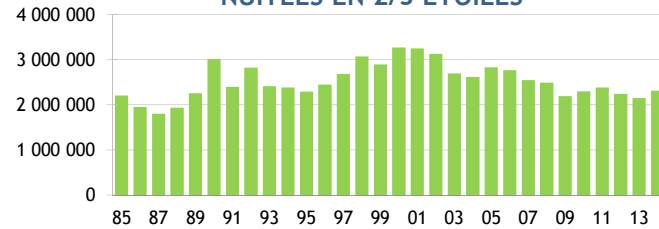
NUITEES EN 0/1 ETOILE



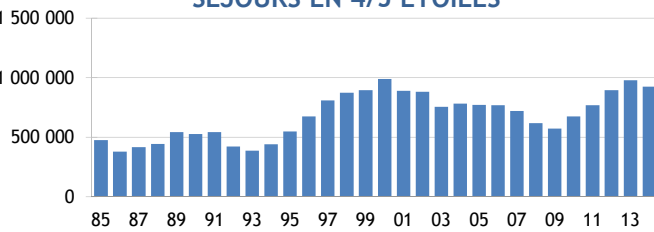
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



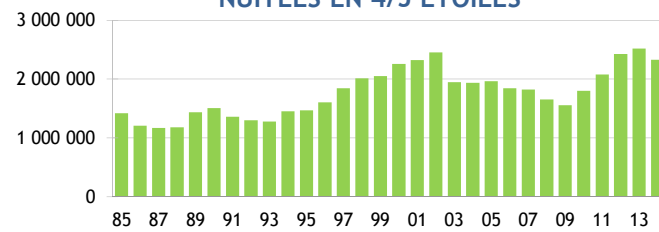
NUITEES EN 2/3 ETOILES



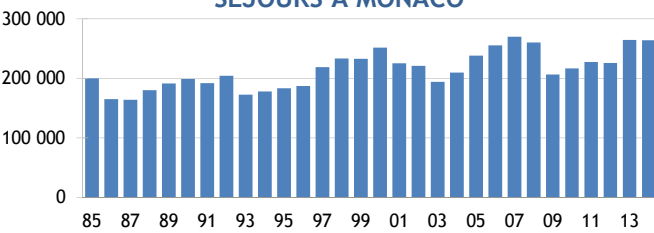
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



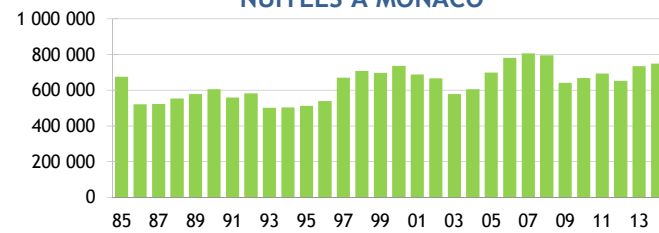
NUITEES EN 4/5 ETOILES



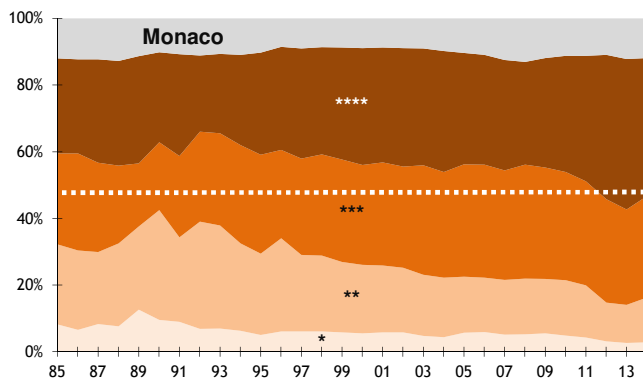
SEJOURS A MONACO



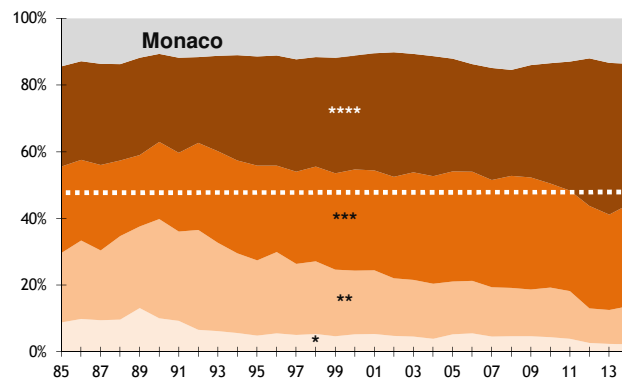
NUITEES A MONACO



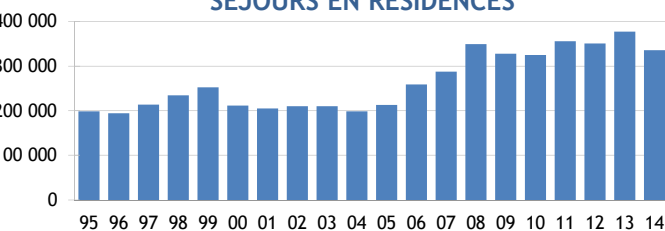
REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



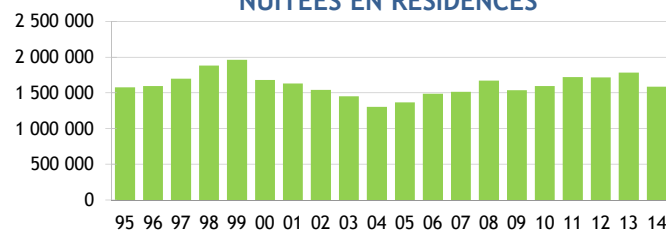
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



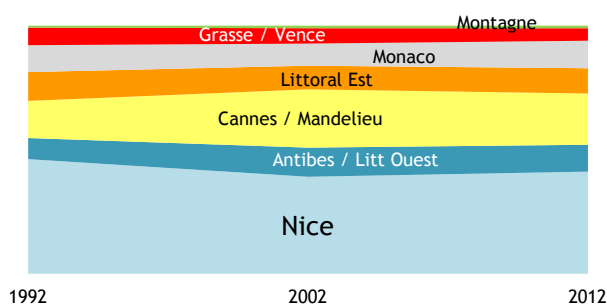
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



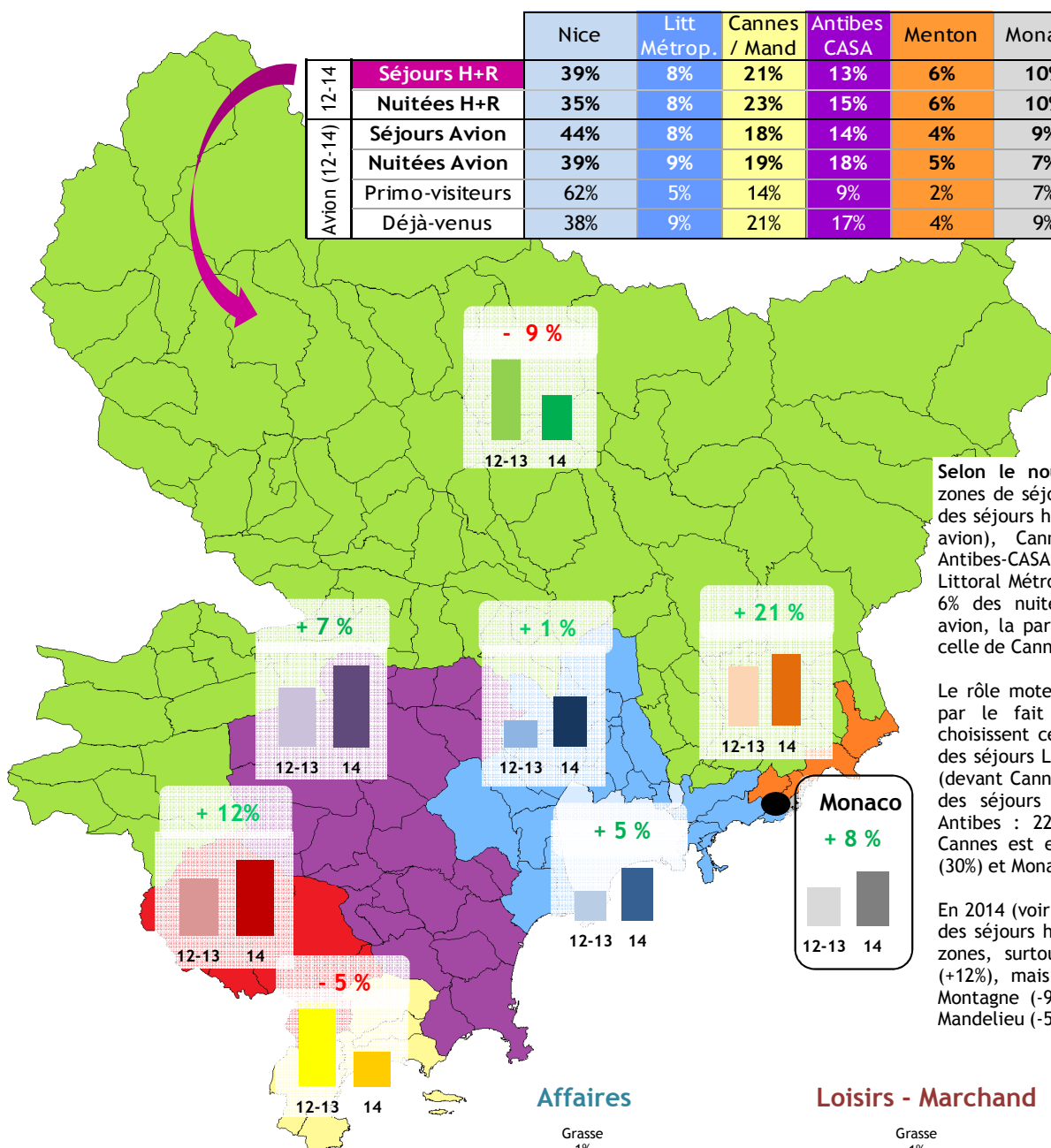
TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



Historiquement, les étrangers choisissent surtout, comme lieu d'hébergement en hôtels, la ville de Nice, pour plus de 40% des séjours.

Cette part avait toutefois chuté, au profit des autres zones littorales, surtout Cannes-Mandelieu (+ 6 points en 20 ans) et Antibes-Littoral Ouest (+ 3 points). La part de Monaco et de la montagne était stable, tandis que la part du moyen pays subissait une érosion régulière.

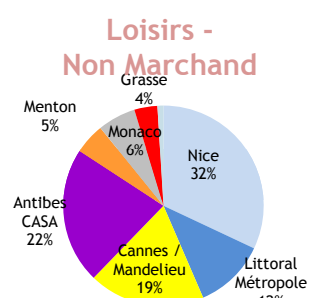
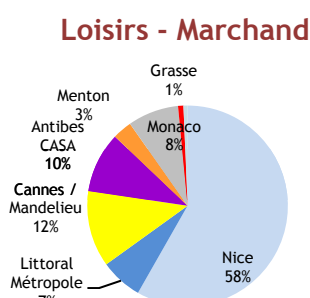
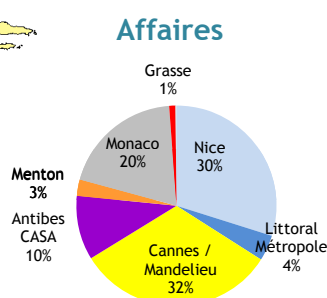
	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
12-14 Séjours H+R	39%	8%	21%	13%	6%	10%	1%	1%
12-14 Nuitées H+R	35%	8%	23%	15%	6%	10%	1%	2%
Avion (12-14) Séjours Avion	44%	8%	18%	14%	4%	9%	2%	1%
Avion (12-14) Nuitées Avion	39%	9%	19%	18%	5%	7%	2%	1%
Avion (12-14) Primo-visiteurs	62%	5%	14%	9%	2%	7%	1%	0%
Avion (12-14) Déjà-venus	38%	9%	21%	17%	4%	9%	3%	1%

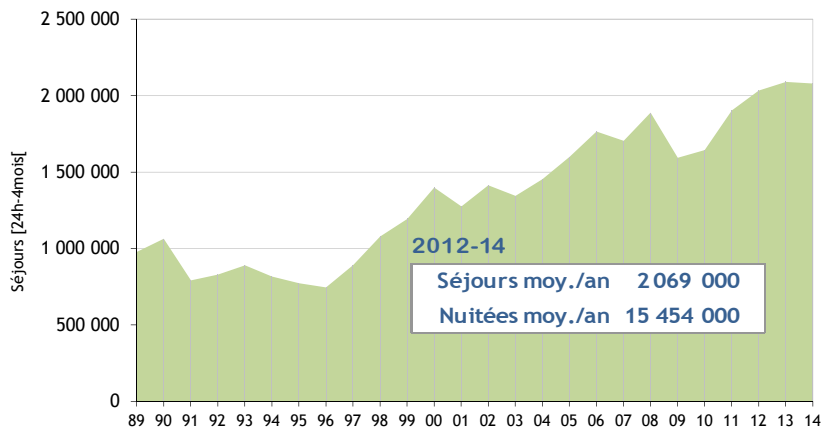


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2012-14 sont : Nice (39% des séjours hébergements et 44% des séjours avion), Cannes-Mandelieu (21% et 18%), Antibes-CASA (13% et 14%), Monaco (10%) et Littoral Métropole (8%). Menton réalise aussi 6% des nuitées hébergements. En nuitées avion, la part d'Antibes est presque égale à celle de Cannes.

Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 62% des primo-visiteurs choisissent cette zone (et 14% Cannes). 58% des séjours Loisirs Marchand y sont hébergés (devant Cannes : 12%), mais moins d'un tiers des séjours Loisirs non Marchand (devant Antibes : 22%). Pour le segment Affaires, Cannes est en tête avec 33%, devant Nice (30%) et Monaco (20%).

En 2014 (voir carte), on note une progression des séjours hébergements sur la plupart des zones, surtout à Menton (+21%) et Grasse (+12%), mais une baisse assez forte sur la Montagne (-9%) et plus limitée sur Cannes-Mandelieu (-5%).





Le tourisme étranger a été dopé par le fort développement de l'offre aérienne "low cost" depuis 96. La croissance est extrêmement soutenue, à l'exception de la période 2001-03 et de la crise de 2009-10, simples "trous d'air" rapidement surmontés. Depuis 2012 on compte plus de 2 millions de séjours étrangers par avion annuels.

Actuellement, près de 4 séjours étrangers sur 10 sont effectués par avion de ligne régulière jusqu'à Nice Côte d'Azur (moyenne entre un faible taux pour les Italiens et un taux maximal pour les Scandinaves). Dans 35% des cas il s'agit d'un premier séjour sur la Côte d'Azur.

Les séjours par avion durent en moyenne 7,5 nuits. Pour les 3 cibles le principal segment est le 4-6 nuits, mais pour le Loisirs non Marchand le segment 7-10 nuits domine aussi, avec une durée moyenne plus longue dépassant les 10 nuits.

Le taux de satisfaction est excellent avec 91% de "très satisfaits" et 4% d'insatisfaits.

La dépense moyenne est assez élevée à 95€ par jour/pers. et la dépense par séjour s'élève à 691€. Le segment "basse contribution" concerne 18% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 17%. Les deux-tiers des séjours ont donc une dépense moyenne à assez haute.

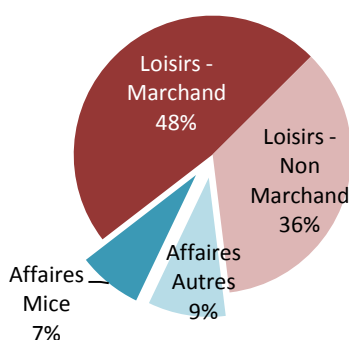
La clientèle est âgée de 43 ans en moyenne (1 an de moins que les Français), voire 44 ans en Loisirs non Marchand. Le principal segment âge en Loisirs est le 60 ans et + (24%).

2012-14	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	7,5	6,2	10,2	5,3
Age moyen	43	43	44	43
Nb Personnes	1,7	2,1	1,6	1,4
Taux 1 ^{ère} visite	35%	50%	16%	32%
Dépense/séjour	693 €	764 €	541 €	825 €
Dépense/jour	95 €	127 €	55 €	155 €
> 200€ / jour	17%	20%	6%	33%
De 30 à 200€ / jour	65%	74%	55%	58%
<30€ / jour	18%	6%	39%	9%
Satisfaction				
Très satisfaits	91%	92%	92%	87%
Satisfaits	5%	3%	5%	8%
Non entier. Satisf.	4%	4%	3%	4%

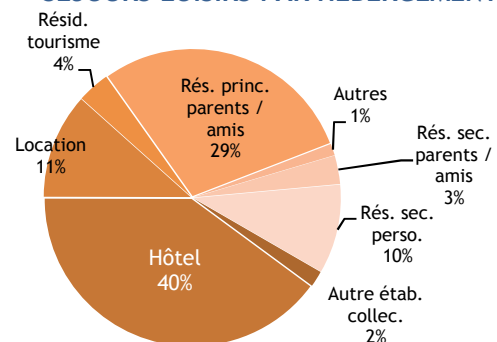
SEGMENTATION CIBLES

Le segment Loisirs Marchand regroupe 48% des séjours avion. La part du Loisirs Non Marchand est assez élevée, soit 36%. Le segment Affaires représente 16% du total, dont 7% pour le segment MICE.

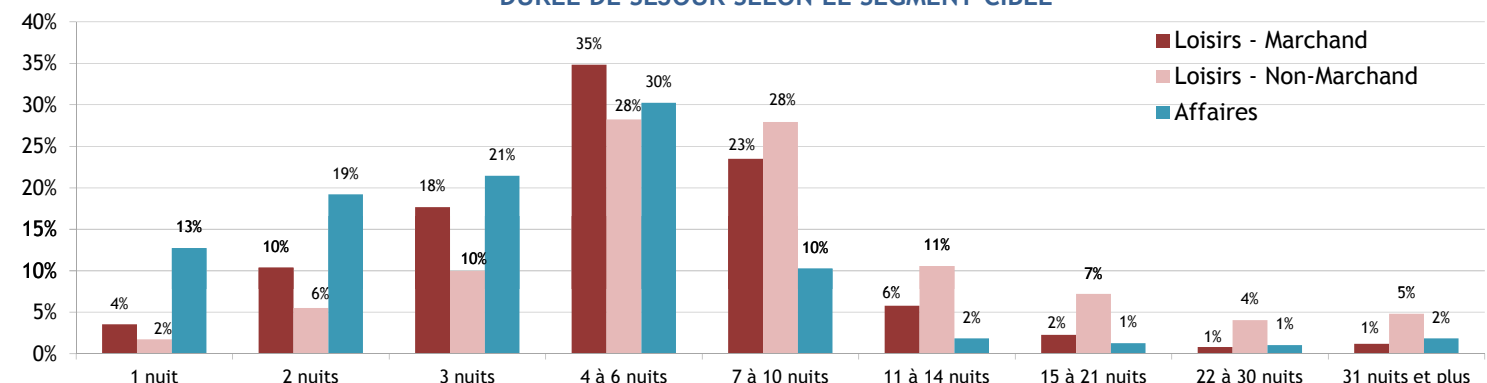
Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin l'hôtel, avec 40%, devant les parents et amis (29%). La location concerne 15% des séjours étrangers, et les résidences secondaires 13%.



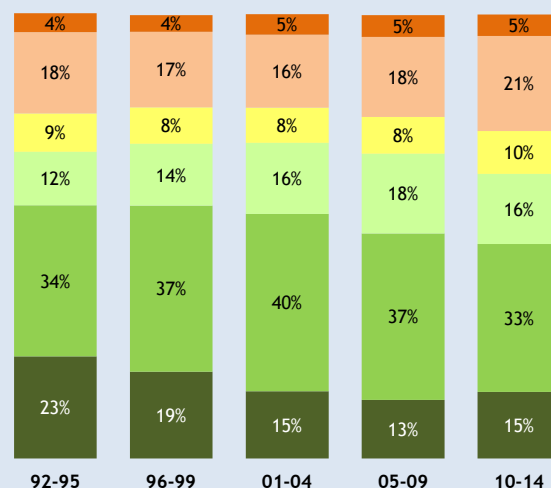
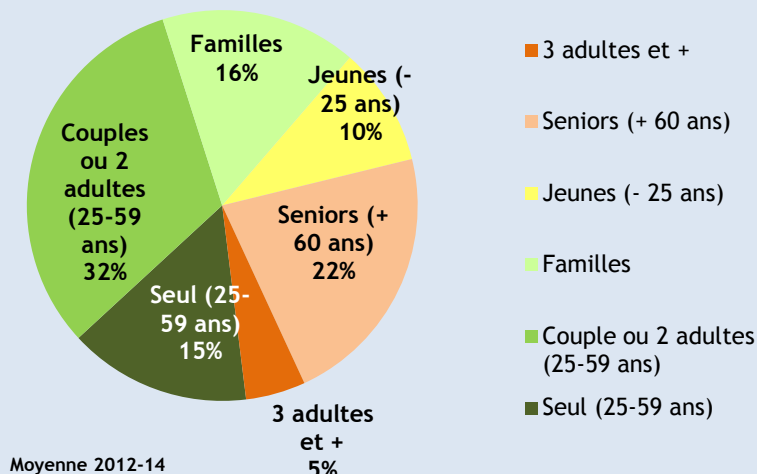
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



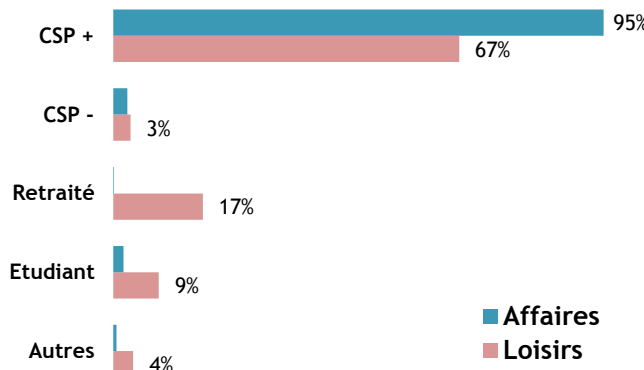
TYPOLOGIE LOISIRS AVION



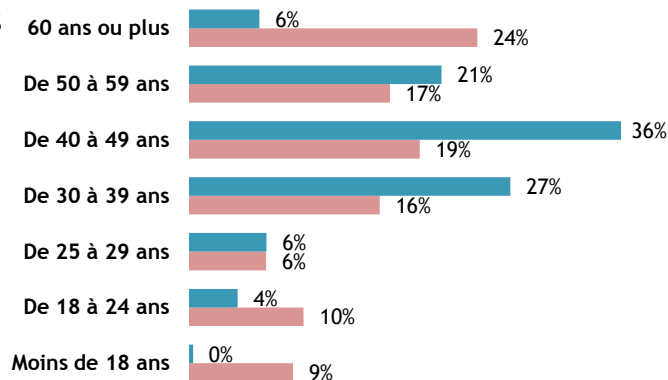
Les étrangers à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit le tiers du total. Le second segment en importance est celui des Seniors, qui pèse pour 22%, devant les Familles (16%, incluant 1,7 enfant en moyenne). 15% sont des adultes voyageant seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et seulement 5% voyagent à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Jeunes représente un séjour étranger sur 10.

Sur deux décennies, l'évolution est favorable aux Seniors, passés de 18% à 21%. La part des Jeunes est stable à près de 10%. Les Familles sont davantage représentées parmi la clientèle avion soit +4 points voire +6 points en 2005-9. Après un gain, le segment des Couples-2 pax retrouve sa part antérieure, chutant nettement depuis 2001, tandis que les voyageurs seuls sont moins nombreux (-8 points).

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



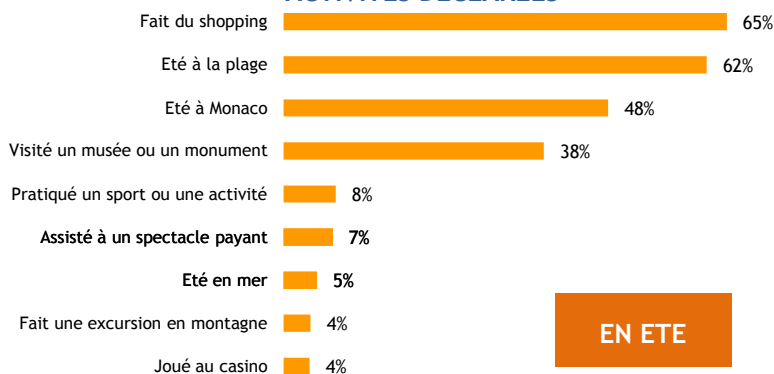
SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



SEGMENT LOISIRS

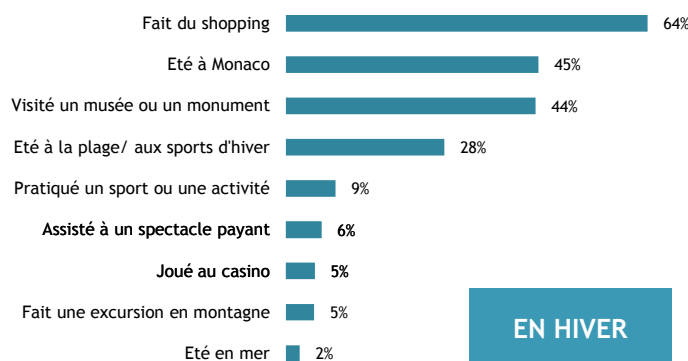
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout (sur la période 2012-14) le shopping (65%), la plage (62%), la visite de Monaco (48%) et la visite de musée-monument (38%). 5% vont en mer sur un bateau. En hiver, le shopping reste premier avec 64%, mais c'est la visite de Monaco qui vient en second (45%), devant la visite de musée ou monument (44%) et la plage (promenade) ou les sports d'hiver (28%). Sur l'année entière 9% déclarent avoir pratiqué un sport ou une activité durant le séjour, mais seulement 5% jouent au casino (baisse de moitié).

ACTIVITES DECLAREES



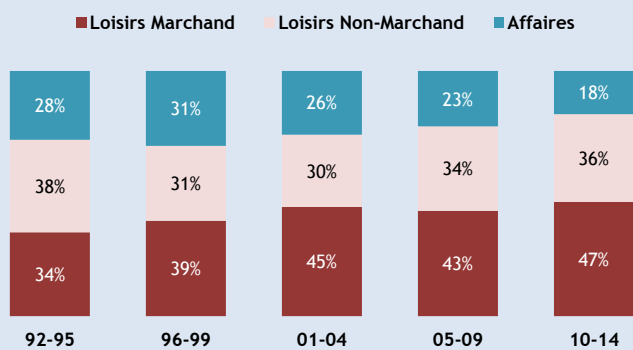
EN ETE

ACTIVITES DECLAREES

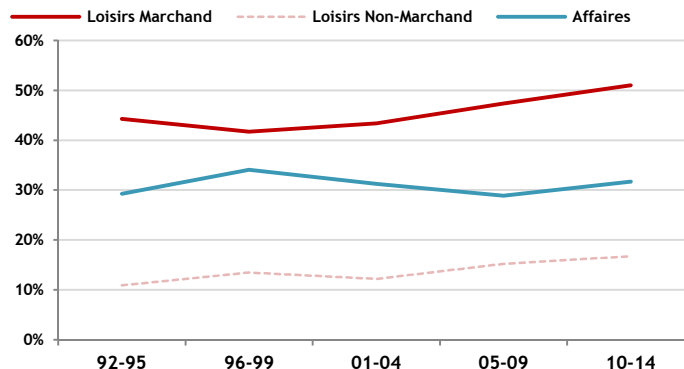


EN HIVER

SEGMENTATION CIBLES

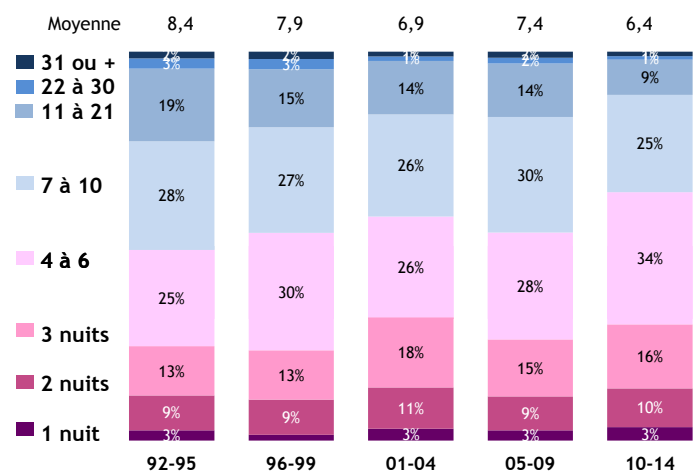


TAUX DE PRIMO-VISITEURS



Tendances Visiteurs avion Loisirs

DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



SEGMENTATION CIBLES

Progression régulière de la part du Loisirs Marchand, et rebond du Loisirs non Marchand, au détriment du motif Affaires

TAUX DE PRIMO VISITEURS

Relativement stable pour l'Affaires, mais en hausse pour le Loisirs Marchand et plus récemment aussi pour le non Marchand

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Chute régulière (- 2 nuits en 20 ans). La part des courts séjours tend à augmenter, tout comme celle des 4-6 nuits. Stabilité pour les 7-10 nuits et net recul des longs séjours passés de 23% à 11%

ZONES DE SEJOUR

Nice renforce sa part à un niveau élevé, au détriment de Cannes et Monaco, et plus récemment d'Antibes

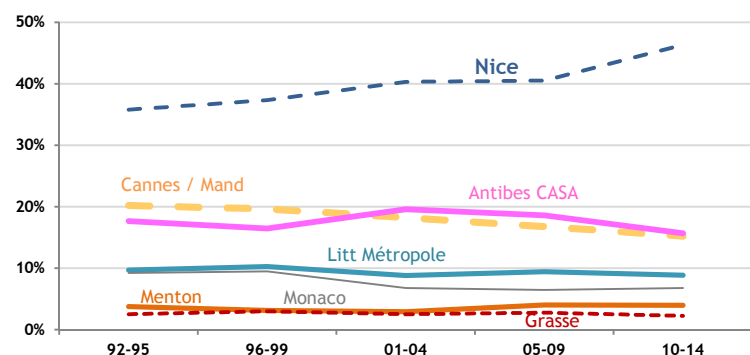
MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel a augmenté puis recheté depuis 2004, à moins de 40%, au profit des parents et amis qui ont presque retrouvé leur part de 30%. Chute récente de la part des résidences secondaires mais très forte croissance de la location, passée devant la rés. sec.

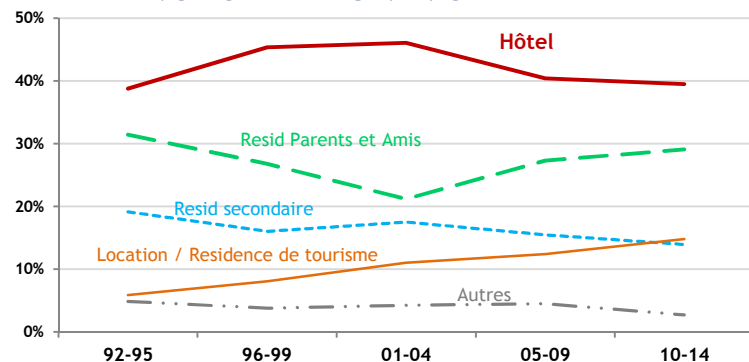
AGE/CSP

Age moyen stable. Hausse des -25 ans. Baisse des 30-49 ans, chute et rebond des 60 ans et +. Baisse des CSP+ au profit des étudiants.

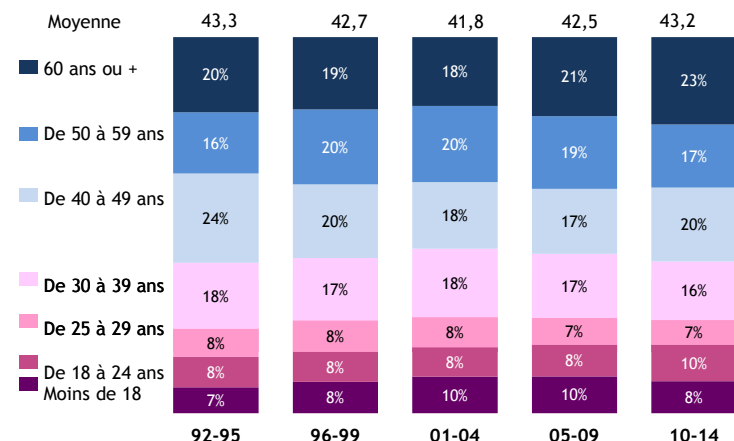
ZONES DE SEJOUR - Loisirs



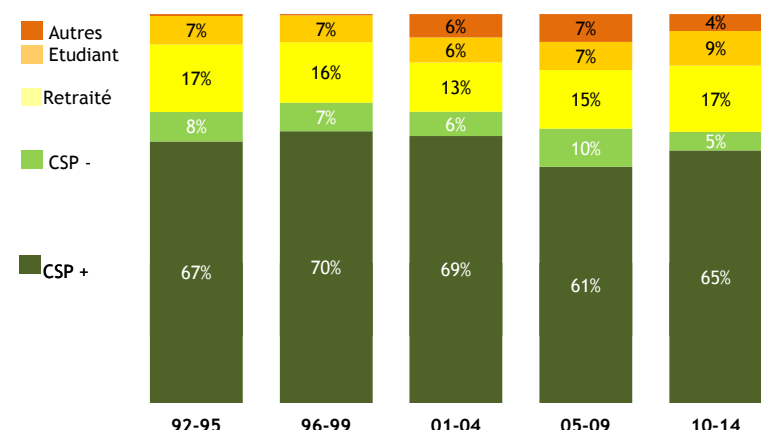
MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



ÂGE DES VISITEURS LOISIRS

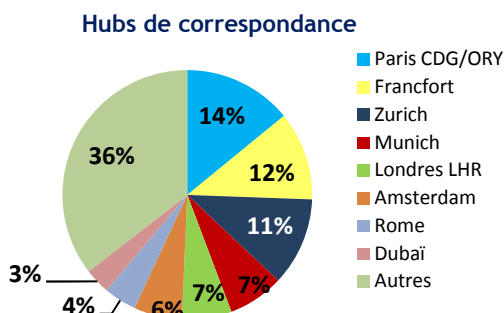
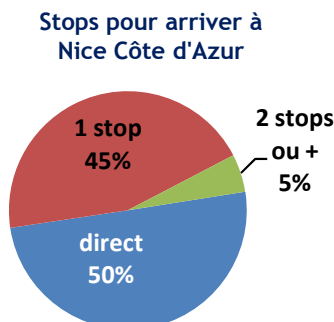


CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)



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.

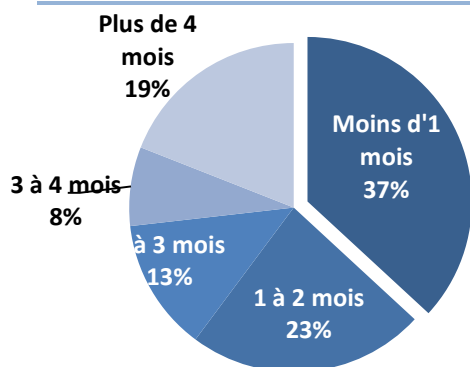


Les séjours **FRANCE** sont à destination de 1/Paris 2/Nice 3/Lyon 4/Marseille

Les voyages à destination de **Nice-Côte d'Azur** sont effectués sur vols directs une fois sur deux, ou bien via un autre aéroport, Paris en tête (14%), devant Francfort et Zurich.

SEJOURS	2010	2011	2012	2013	% Moy 12-13	Tendance
Nice	552 683	592 858	640 336	645 487		→
France	6 753 964	7 064 324	7 241 264	7 326 233		→
Part de marché Nice (%)	8,2	8,4	8,8	8,8		→
Durée des séjours Nice Côte d'Azur						
courts (1-3 nuits)	168 052	184 641	188 462	186 357	29,2	→
moyens (4-8 nuits)	221 477	235 785	261 254	260 859	40,6	→
longs (9-21 nuits)	121 760	129 384	145 194	151 049	23,0	→
très longs (+22 nuits)	41 394	43 048	45 426	47 222	7,2	→
Part des groupes 6 pax et +	5,2	5,5	5,4	6,0	5,7	→

Nombre de jours entre dates de réservation et d'arrivée

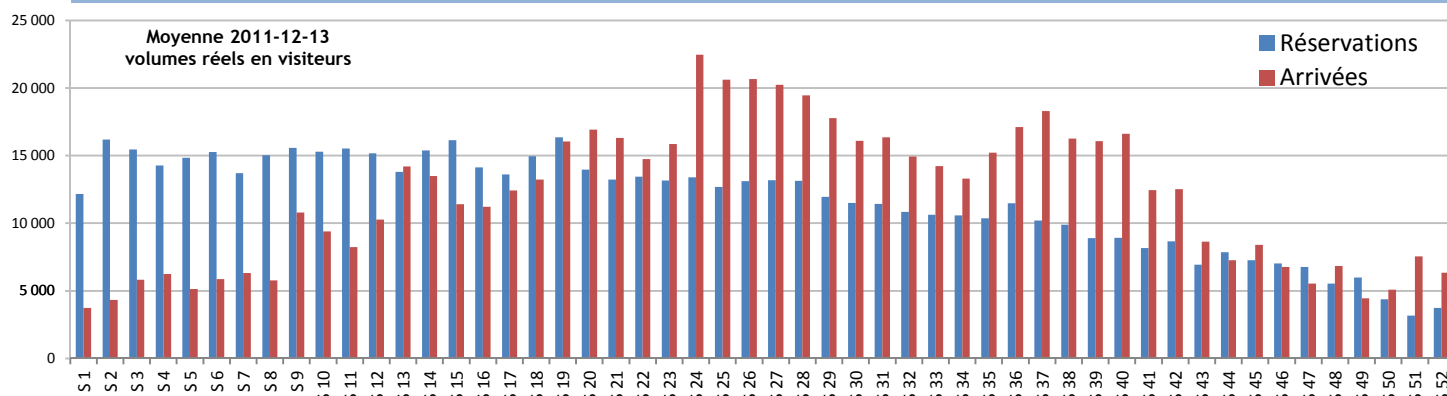


Les séjours Nice-Côte d'Azur sont réservés le plus souvent dans le mois qui précède la date d'arrivée (37%). Un bon tiers réserve entre un et trois mois avant, et un sur 5 plus de 4 mois avant.

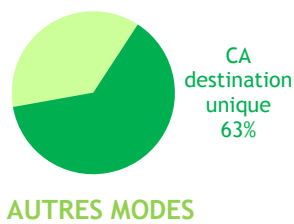
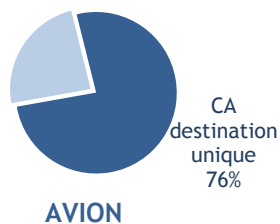
Les pics de réservation sont entre les semaines 2 et 12 et en semaine 15.

Les pics d'arrivées sont en semaines 24 (pointe annuelle) à 28, avec une seconde vague en semaines 36 à 40, et une petite troisième en fin d'année.

Saisonnalité hebdomadaire des réservations et des arrivées à Nice



SEJOURS



	Avion	Autres modes
Dép. par jour	72 €	58 €
Dép. par séjour	752 €	548 €
Durée de séjour	10,4	9,5
Nb moy de personnes	1,3	2,0
Taux 1ère visite	42%	43%
Age moy. répondant	52	49

La source d'enquête Visetran permet de comparer (sur 2007-14) les profils des visiteurs selon le mode de transport utilisé, avion ou autres modes (route et train).

Les étrangers venant par avion séjournent, pour plus des 3/4, sur la Côte d'Azur exclusivement au cours de ce voyage, tandis qu'ils sont 2 sur 3 dans ce cas lorsqu'ils viennent par la route ou le train. Le taux de primo-visiteurs est identique pour tous les modes de transports (42%, un peu sur-représentés dans cette enquête).

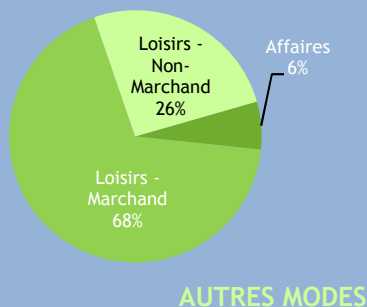
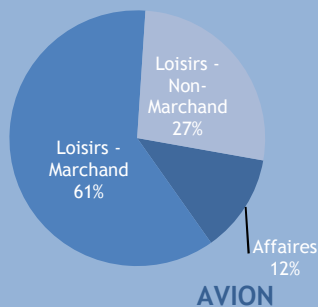
La dépense apparaît un peu plus élevée pour le segment avion (+20%), avec des séjours un peu plus longs.

L'âge moyen des étrangers (âge du répondant uniquement) venant par avion est un peu plus élevé (52 ans) que celui des usagers des autres modes (49 ans).

Le segment Loisirs Marchand est largement majoritaire, soit 6 séjours avion sur 10 et 7 séjours autres modes sur 10. Le Loisirs non Marchand représente 1/4 dans les deux cas et l'Affaires entre 6 et 12% dans cette enquête.

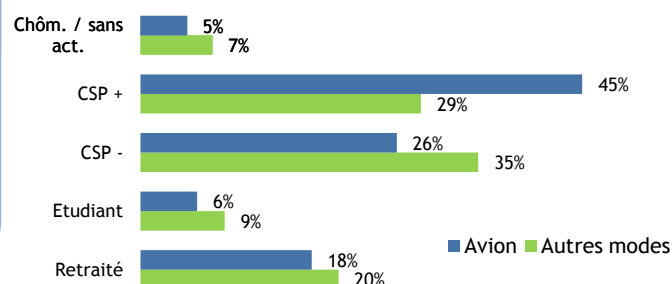
Attention : pour des raisons méthodologiques, ces résultats sont surtout représentatifs des visiteurs effectuant un 1^{er} séjour, et les segments "groupes autocars" et "visiteurs affaires" sont sous-représentés dans ces résultats.

SEGMENTATION CIBLES

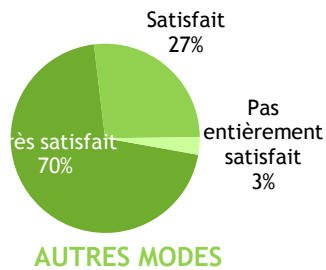
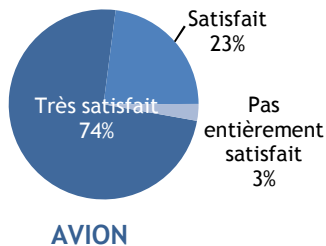


CSP

Les étrangers appartiennent le plus souvent aux catégories CSP+ (pour l'avion) ou aux CSP- (route-train). Les retraités représentent environ 20% quel que soit le mode de transport. Les étudiants représentent environ 8%.



SATISFACTION



Mots cités spontanément



En positif

Primo-visit.	Déjà Venus
1 beautiful	1 weather
2 weather	2 good
3 good	3 people
4 people	4 food
5 nice	5 beautiful
6 food	6 nice
7 great	7 great
8 beaches	8 love
9 lovely	9 wonderful
10 see	10 lovely



En négatif

1 weather
2 expensive
3 traffic
4 hotel
5 niceVille
6 bad
7 accommodation
8 bus
9 poor
10 beaches

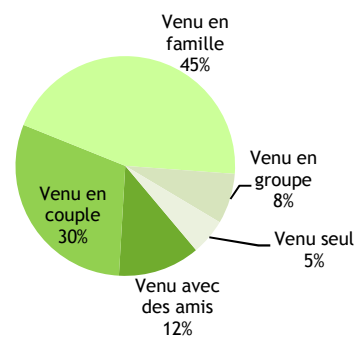
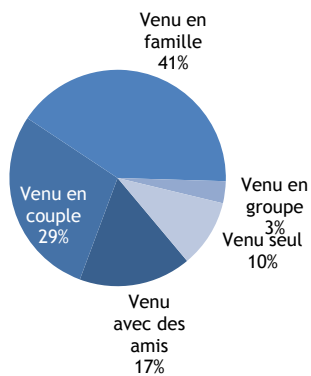
Les étrangers sont très satisfaits de leur séjour dans 74% des cas pour les séjours avion et 70% pour les autres modes. Le taux de satisfaction est par conséquent bon, mais 3% ne se déclarent pas entièrement satisfaits. 72% donnent spontanément un commentaire, positif dans 92% des cas. Parmi ces commentaires positifs, les mots "weather", "people" et "food" sont les noms communs significatifs qui sont le plus fréquemment formulés par les primo-visiteurs, et il en va de même pour les visiteurs déjà venus. Les mots qualifiants les plus fréquents sont "beautiful", "good", "great" et "lovely". En négatif apparaissent surtout les termes significatifs "weather", "traffic", "hotel", "Nice (ville)" et "accommodation" ainsi que "expensive" et "bad".

% avec commentaires	72%	Nb. Moyen de com.	2,7	Nb. Moyen com. %	Positif 92%	Négatif 8%
---------------------	-----	-------------------	-----	------------------	-------------	------------

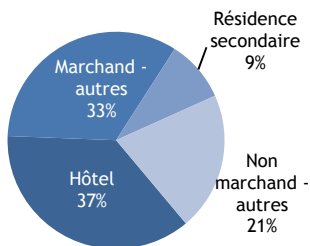
SEJOURS LOISIRS PAR TYPE DE GROUPE

Les visiteurs venus en famille totalisent 4 séjours sur 10 quel que soit leur transport. Les couples forment 30% de la demande loisirs.

La part des voyageurs seuls est deux fois plus élevée pour l'avion que pour la route-train. Quel que soit le mode, les visiteurs venus avec des amis représentent autour de 15% de la demande. Les groupes représentent autour de 5% dans cette enquête (8% pour la route), mais sont sous-évalués.



AVION

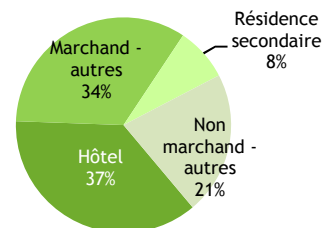


HEBERGEMENT SEJOURS LOISIRS

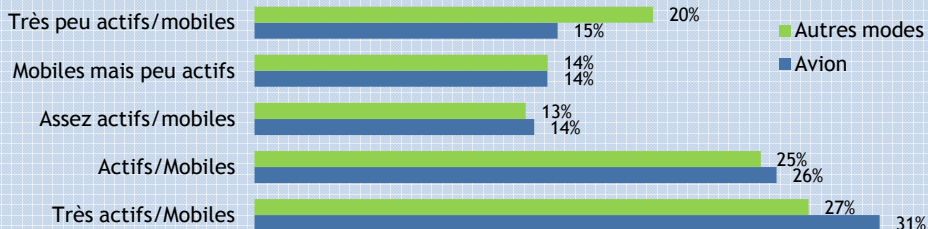
La structure hébergements selon le mode de transport est remarquablement proche. Les visiteurs par avion séjournent à l'hôtel dans 37% des cas, et en modes marchand-autres pour un bon tiers.

La résidence secondaire est choisie près d'une fois sur 10 quel que soit le mode de transport. Les parents et amis accueillent 2 séjours sur 10 quel que soit le mode de transport.

AUTRES MODES



TYPOLOGIE LOISIRS MOBILITE / ACTIVITES



Les étrangers séjournant sur la Côte d'Azur sont plutôt actifs. Seuls 17% sont sédentaires/inactifs. Le principal segment est celui des "très actifs/mobiles" (29% de tous les séjours), juste devant les "actifs/mobiles" (25%). Concernant les lieux ou activités les plus souvent cités en été, on note Nice, la plage, le shopping, Monaco, puis les musées. En hiver, il s'agit surtout de Nice, du shopping, de Monaco, des musées et de Cannes. Les activités dont le taux de pratique diffère le plus entre été et hiver sont la plage, bien sûr (25 pts d'écart), mais aussi les excursions dans le Var (10 pts), les festivals/spectacles (7 pts), les musées et les visites à Cannes (6 pts). Les taux sont plus élevés en hiver qu'en été pour la pratique du ski, bien sûr, mais aussi pour les visites à Monaco et en Italie, les musées et les casinos. La montagne est citée par 25% environ, été comme hiver. Les casinos sont cités par un peu moins du quart des étrangers, et les festivals/spectacles sont fréquemment cités aussi, soit près de 30% en été et plus de 20% en hiver.

TAUX DE VISITES OU D'ACTIVITES DECLAREES

