

## Le Marché Scandinave

C'est un marché mature, très tourné vers les séjours balnéaires et climatiques par avion. Il inclut deux marchés importants au potentiel comparable (Suède, en UE et Norvège, hors UE) et deux petits marchés complémentaires (Danemark, en UE et Finlande, en UE et seul pays scandinave en zone €). Parmi les 20 régions de l'UE au plus fort PIB par habitant, on en compte 3 en Scandinavie : Stockholm (S) au 9<sup>ème</sup> rang, Hovedstaden (DK) au 15<sup>ème</sup> et Helsinki (FI) au 17<sup>ème</sup>. La France accueille env. 2 millions de séjours (hausse en 2014) durant près de 8 nuits en moyenne.

## La Côte d'Azur

La Côte d'Azur exerce un fort attrait sur ces marchés, y compris pour des acquisitions immobilières (doublement des résidences sec. en 10 ans). La Scandinavie considérée globalement figure au 5<sup>ème</sup> rang des marchés étrangers de la Côte d'Azur. Sa contribution à la fréquentation étrangère dépasse les 7% des nuitées hôtels, mais la part du non marchand est très élevée. La Côte d'Azur accueille près de 19% des nuitées hôtels en France. La part de marché est exceptionnellement élevée, en baisse jusqu'en 2008 mais qui rebondit depuis. Part sur les réservations GDS : stable à un haut niveau (+ de 20%).

### Chiffres clés

- 390 000 séjours de 6,4 nuits en moyenne, dont :
- 170 000 séjours en hôtels et résidences
- 290 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 4300 résidences secondaires (x2 en 10 ans)

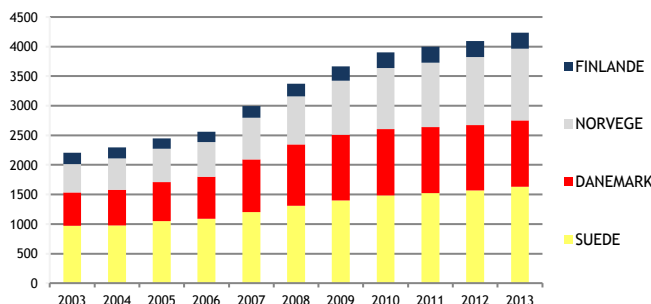
Dépense : 84€/jour, 641€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : 36% réservent leur vol plus de 4 mois avant le séjour, un quart dans le mois qui précède

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 58%, juillet-août = 35%, hiver = 13%. Pointe en juillet (26%)

Visiteurs avion : 27% repartent sur Copenhague (incluant correspondances), 18% sur Oslo, 15% sur Stockholm, 6% sur Helsinki et 5% sur Goteborg. Résas via GDS : 42% sur vols directs, ou via Francfort surtout

### Résidences secondaires scandinaves



### 😊 Points forts

- des séjours nettement plus longs que la moyenne (plus de la moitié des séjours durent entre 4 et 10 nuits)
- très bonne dispersion spatiale, au profit notamment de la zone Antibes (1er rang des marchés pour le taux de séjours avion à Antibes) et Métropole Littoral hors Nice
- pratique d'activités élevée

Ce marché inclut les pays suivants : Suède, Norvège, Danemark, Finlande, Islande, Groënland, Féroé, soit une population de 26 millions d'habitants (âge moyen : 40 ans).

#### PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2014 : +2,1%/an

#### Dépenses à l'étranger

39,9 milliards € (hors Islande), au 5<sup>ème</sup> rang mondial en 2014 (si considéré comme un seul pays) - Tendance annuelle moyenne 2005-2014 : +5,7%

#### Nombre de jours de congés payés

34-35 (voir pays détaillés)

Visa nécessaire pour la France : NON (Schengen)

Particularités du calendrier : fête du solstice d'été (st Jean) entre le 20-26 juin

## C'est un marché...

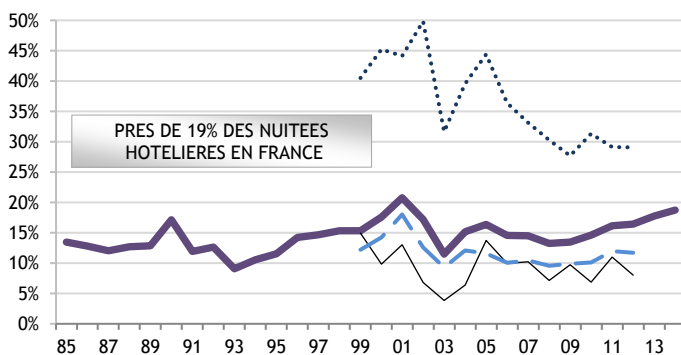
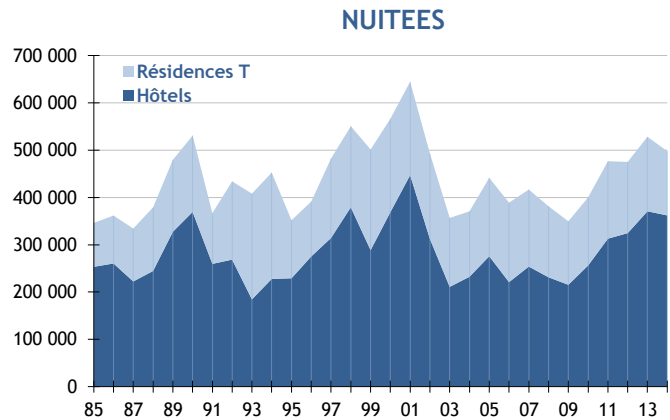
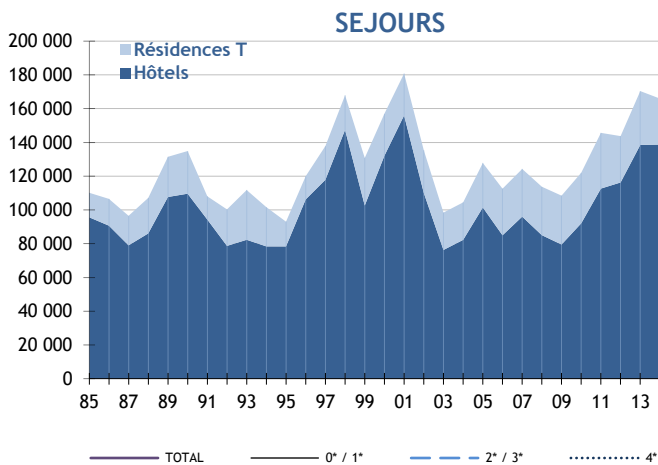
- européen, mais relativement distant, donc par avion, bien desservi par les low cost
- quasi exclusivement de loisirs
- de moyens et longs séjours 4-10 nuits
- pour l'ensemble des hébergements : locatifs, hôtels 3-4\* et non marchands ; au 1er rang des marchés pour le taux de séjours avion en location, au 2ème rang pour le taux en résidences secondaires
- à forte motivation plage (1er rang des marchés)
- au 1<sup>er</sup> rang pour le nombre de personnes voyageant ensemble (2,1 en moyenne), hors groupes



### ☹️ Points faibles

- séjours concentrés sur l'été et faible demande hiver (au dernier rang des marchés pour le taux de séjours avion en décembre-janvier)
- d'assez fortes variations d'une année à l'autre
- faible part de séjours Affaires (avant-dernier rang des marchés pour le taux d'Affaires)
- une clientèle vieillissante avec peu de 25-39 ans (14% sur le segment Loisirs)

Les séjours scandinaves en hôtels et résidences ont connu des périodes de pointe, notamment en 89-90 entre 98 et 2001, mais la demande a rechuté brutalement en 2003 et est restée faible jusqu'en 2010. Depuis 2009, la tendance est positive et en 2013 le niveau record de 2001 a presque été rattrapé. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 18% des séjours et 29% des nuitées, une part très élevée.



### PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

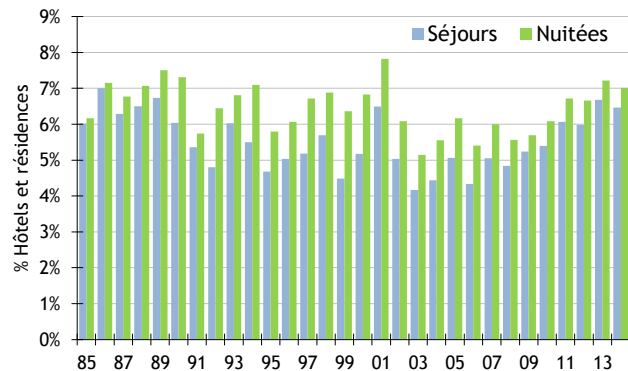
Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Scandinaves en passent 18,7% sur la Côte d'Azur. Il s'agit d'une part extrêmement élevée, et qui a même dépassé les 20% en 2001. La tendance globale est excellente depuis 93, malgré une chute brutale en 2003 suivie d'un lent rebond.

En 2012, la part était encore plus élevée, autour de 30%, en catégories 4-5\* (mais en baisse), elle était assez stable en 2-3\* (12%), mais fluctuait plus fortement pour les 0-1\* (8%).

La part des Scandinaves dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences a représenté jusqu'à près des 8% des nuitées en 2001, puis est retombée à 5% en 2003. Elle progresse de nouveau depuis, régulièrement, et dépasse les 7% depuis 2013. Il s'agit d'un marché important pour la Côte d'Azur.

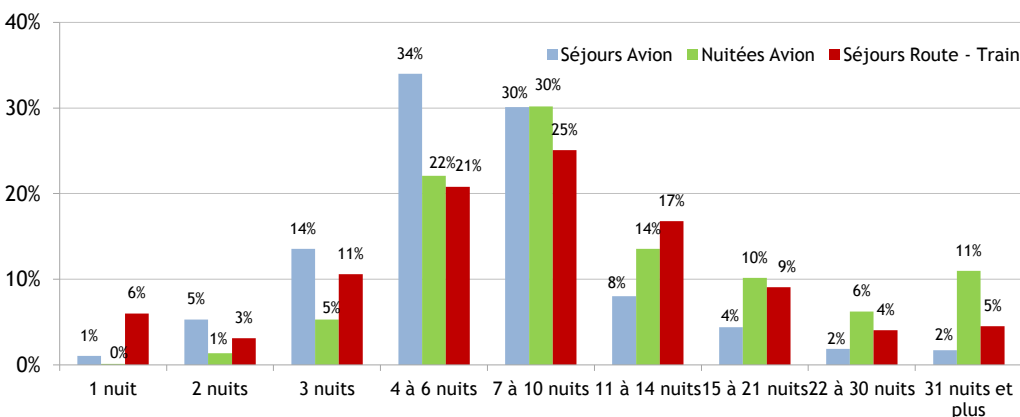
La part des nuitées est généralement bien plus élevée que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour plus longue que la moyenne.

### CONTRIBUTION DES SCANDINAVES A LA FREQUENTATION ETRANGERE

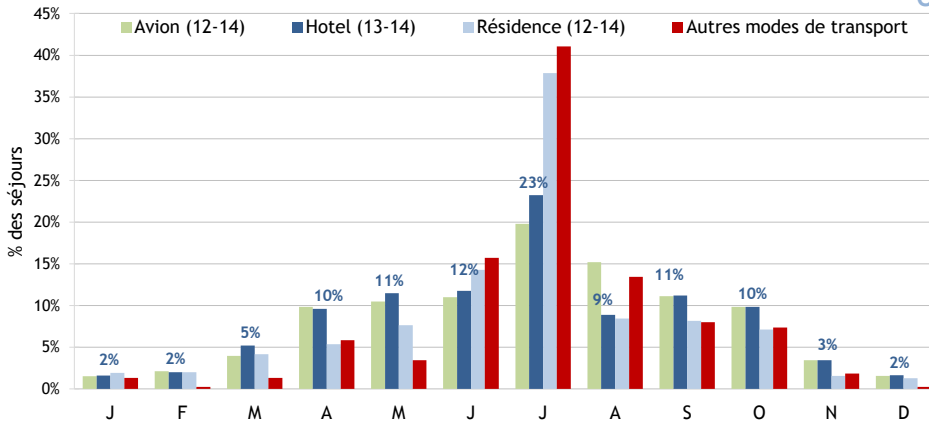


### DUREES DE SEJOUR

La durée de séjour des Scandinaves est élevée sur la Côte d'Azur. Les séjours par avion durent 7,7 nuits en moyenne (8 pour le Loisirs et 4,4 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchands durent même près de 10 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) sont minoritaires avec un séjour sur 5. Les séjours route-train sont longs avec plus de 11 nuits. Dans l'hôtellerie, les séjours durent 2,7 nuits (plus élevée que la moyenne) et dans les résidences 5 nuits. Pour les séjours avion, le principal segment est de loin le 4-6 nuits, soit 34% du total, devant les 7-10 nuits (3 séjours sur 10).



	Durée	Nuits
Hôtels	Hôtels	2,7
	Résidences	5,1
	Hôtels+Rés.	3,2
Moyenne	Moyenne	7,7
	Loisirs	8,0
	Dont Hébergement marchand	6,8
	Dont Hébergement non-marchand	9,7
	Affaires	4,4
Affaires	Dont MICE	4,0
	Dont Autres affaires	4,8
Route - Train		11,2



Hotels + Résidences		
13-14	SEJOURS	NUITEES
J	1,7%	1,6%
F	2,0%	2,0%
M	4,9%	4,4%
A	8,8%	8,3%
M	10,9%	9,7%
J	12,0%	11,6%
J	26,1%	28,8%
A	8,9%	9,8%
S	10,7%	10,7%
O	9,3%	9,1%
N	3,1%	2,6%
D	1,6%	1,4%

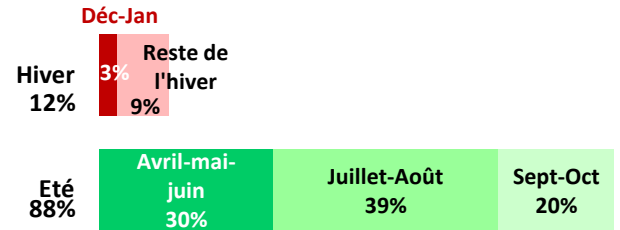
Les séjours scandinaves sont très concentrés sur la période d'Avril-Octobre, avec une très forte pointe générale en Juillet (un séjour hôtel sur 4, un séjour résidences sur 3, 4 séjours route-train sur 10). Les séjours en hiver sont très rares. Les arrivées augmentent régulièrement entre Janvier et Juillet, et la période Septembre-Octobre pèse assez lourd, soit 20% du total annuel.

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.

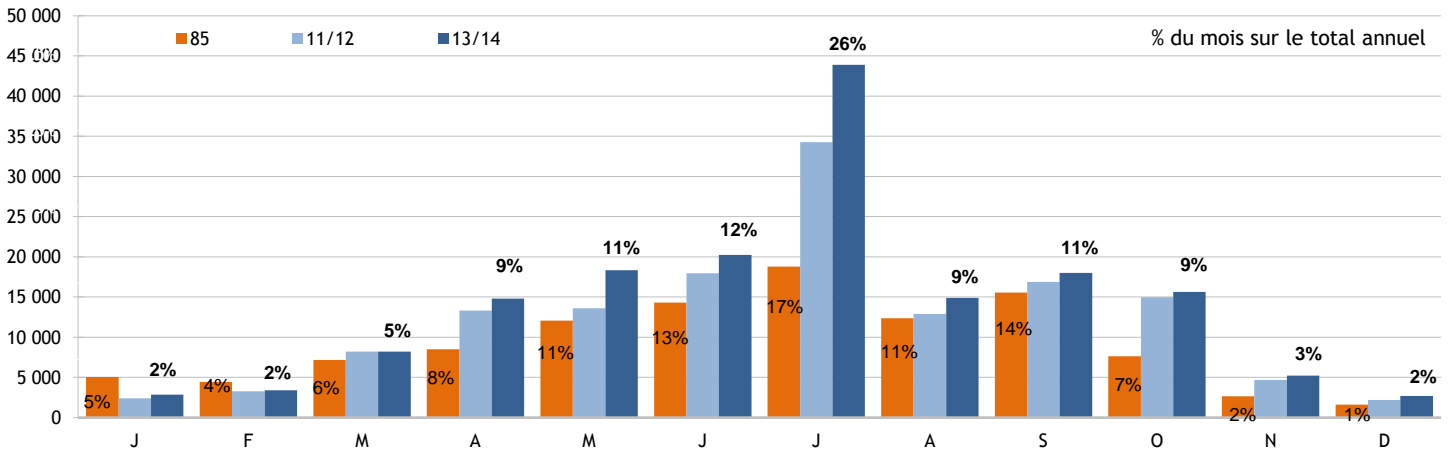
Les nuitées hébergements sont très concentrées entre Avril et Octobre, particulièrement en Juillet qui réalise à lui seul près de 3 nuitées sur 10. La part de Juin est plus élevée que celle d'Août avec 12%. Septembre et Octobre génèrent 20% des nuitées. La période de Juin à Septembre représente 61% du total annuel, une forte proportion.

L'évolution des séjours hébergements depuis 1985 (en volume) montre un gain pour tous les mois entre Mars et Décembre, mais une chute en Janvier. La demande a surtout augmenté en Juillet (+133%) et Octobre-Novembre (doublement) mais aussi en Avril (+74%). Concernant la part de chaque mois, on note entre 85 et 2013/14 une croissance de la part des séjours réalisés en Avril, Juillet (surtout), Octobre et Nov.-Décembre.

## NUITEES 2013/14 - HOTELS ET RESIDENCES



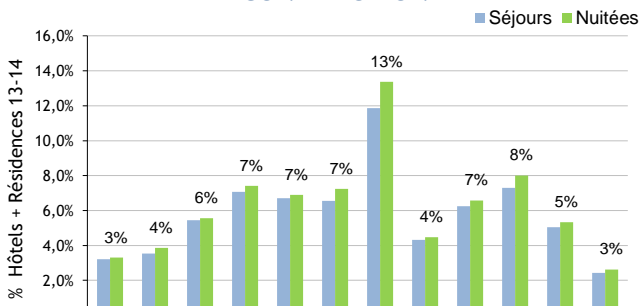
## EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



## POTENTIEL MENSUEL

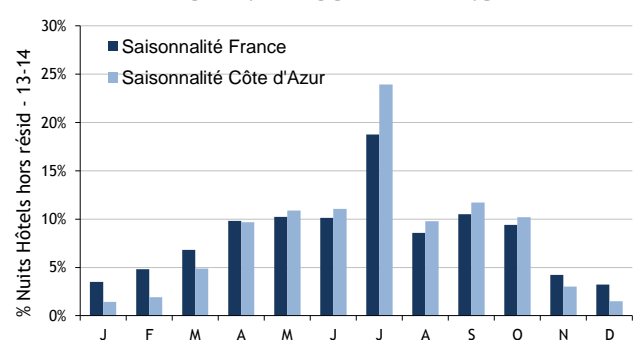
La part des Scandinaves sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 3% en Décembre à 13% en Juillet, une très forte variation mensuelle. C'est une cible importante entre Mars et Novembre, et reste déterminant en Juillet. En hiver sa contribution est marginale. La part de marché Côte d'Azur/France est faible en Janvier-Février mais très élevée en été (plus de 20%). Si on compare la distribution mensuelle des nuitées entre la France et la Côte d'Azur, on constate un potentiel élevé entre Décembre et Mars, avec une présence importante en France mais moindre sur la Côte d'Azur.

## CONTRIBUTION

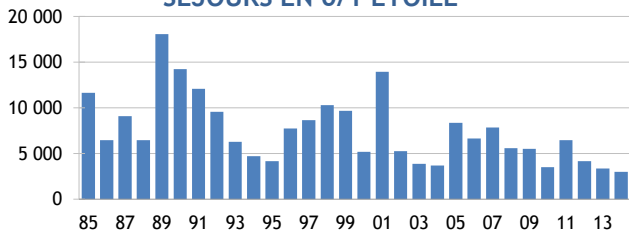


PDM 06/F	
J	7,4%
F	7,2%
M	13,1%
A	17,9%
M	19,4%
J	19,9%
J	23,2%
A	20,8%
S	20,3%
O	19,8%
N	12,9%
D	8,5%

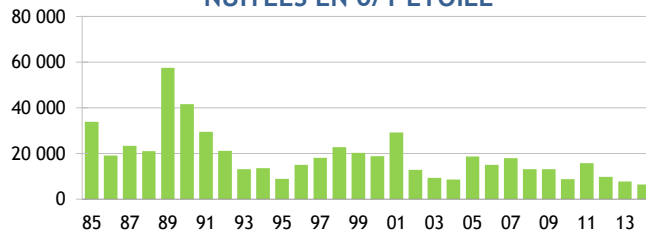
## POTENTIEL SUR LA FRANCE



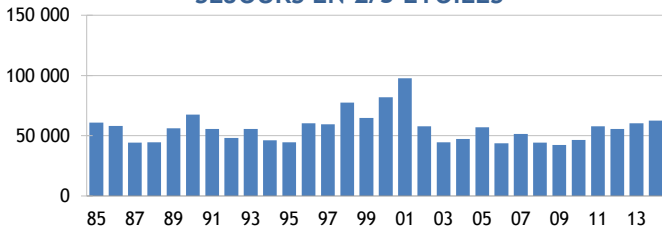
SEJOURS EN 0/1 ETOILE



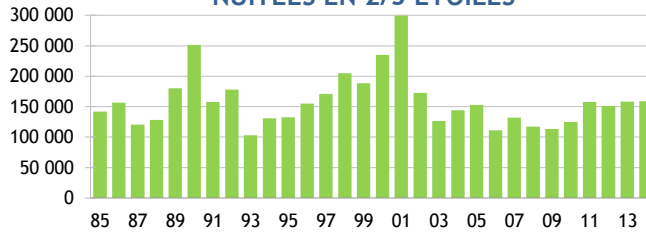
NUITEES EN 0/1 ETOILE



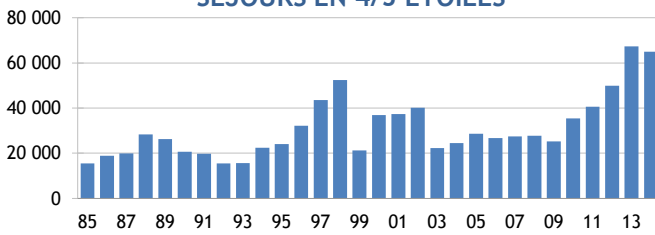
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



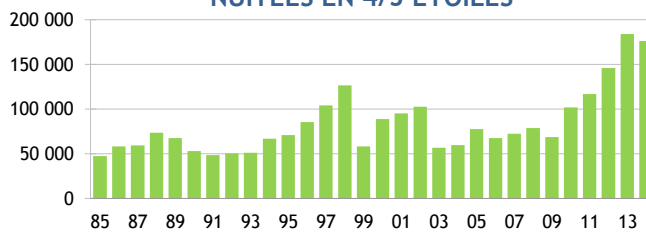
NUITEES EN 2/3 ETOILES



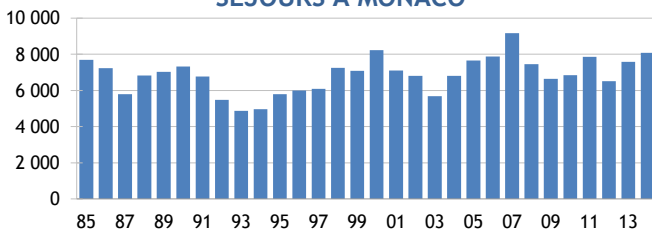
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



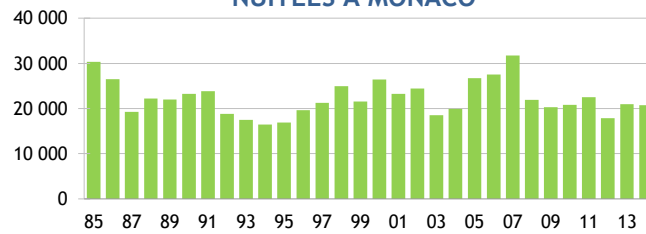
NUITEES EN 4/5 ETOILES



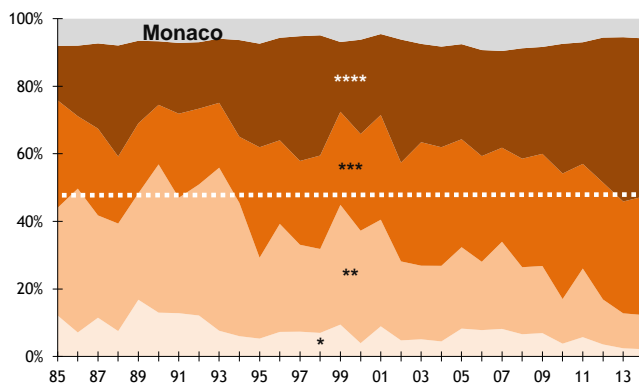
SEJOURS A MONACO



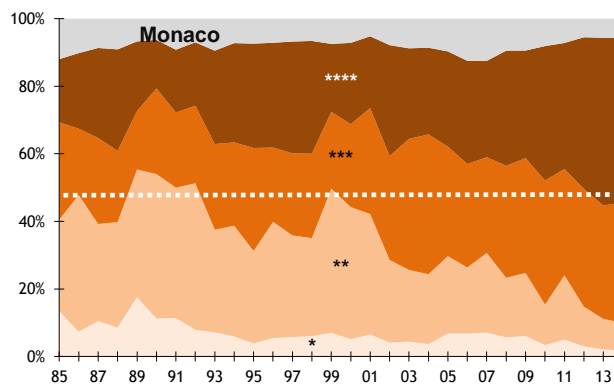
NUITEES A MONACO



REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



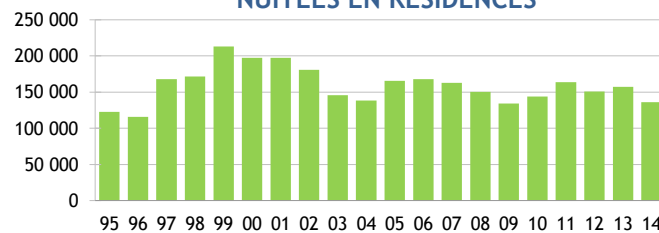
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



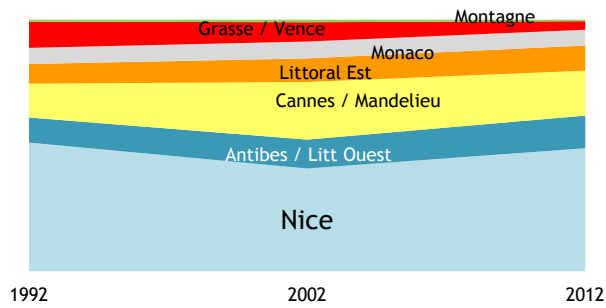
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



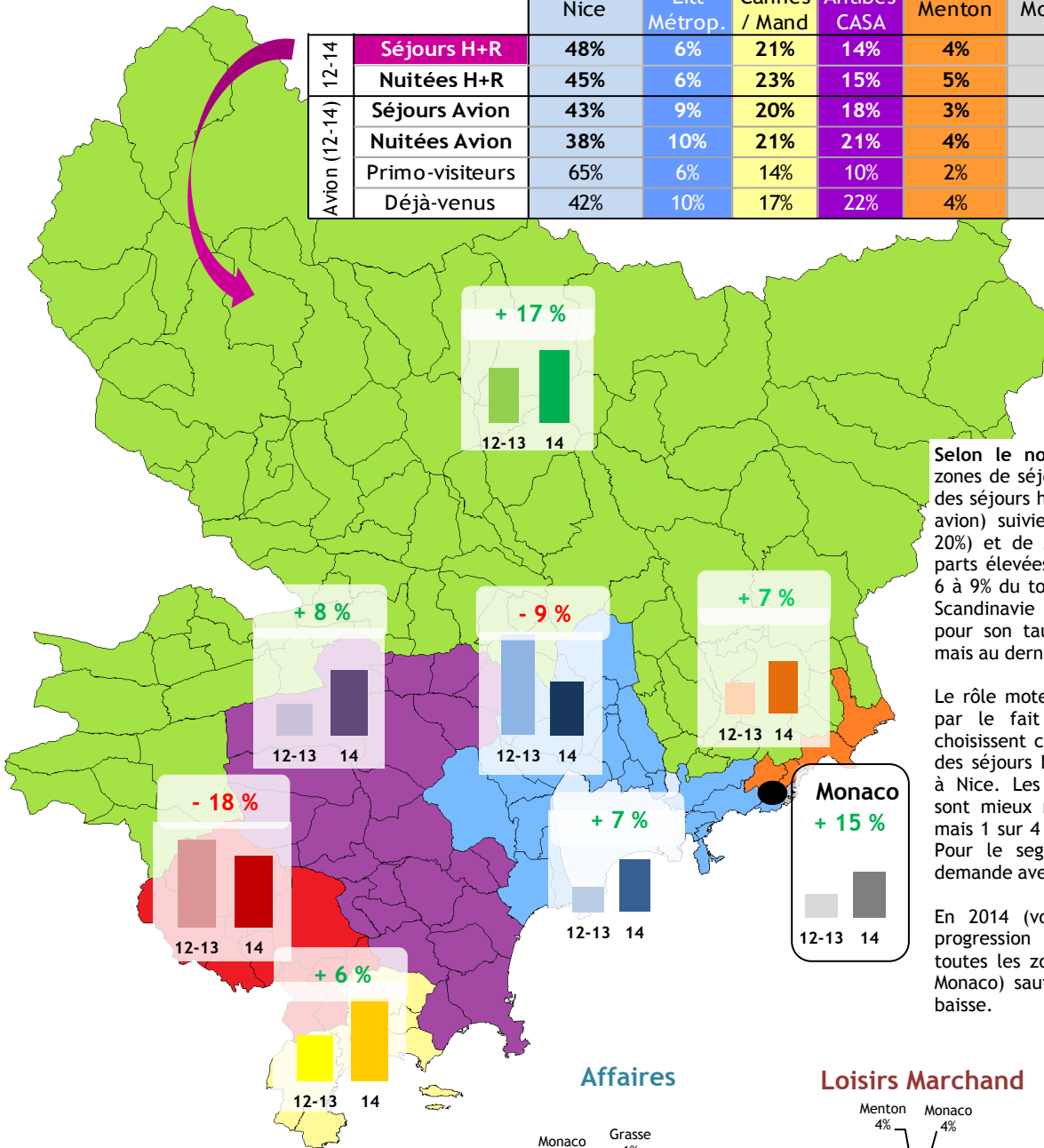
## TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



Historiquement, les Scandinaves étaient surtout présents sur Nice, pour plus de la moitié des séjours hôtels, mais également sur Cannes-Mandelieu (23% en 2002) et Antibes-Littoral Ouest (13% en 2012). Le littoral Est a légèrement accru sa part entre 1992 et 2012 (+2 points à 10%).

En revanche on observe une forte régression sur le Moyen Pays (de 10% à seulement 3% en 2012). Ces évolutions s'expliquent entre autres par la redistribution de la demande sur d'autres hébergements que l'hôtellerie. La part de Monaco s'est maintenue à 6%.

	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
12-14 Séjours H+R	48%	6%	21%	14%	4%	5%	0%	1%
Nuitées H+R	45%	6%	23%	15%	5%	4%	0%	2%
12-14 Séjours Avion	43%	9%	20%	18%	3%	4%	2%	0%
Nuitées Avion	38%	10%	21%	21%	4%	3%	3%	0%
Primo-visiteurs	65%	6%	14%	10%	2%	4%	0%	0%
Déjà-venus	42%	10%	17%	22%	4%	3%	2%	1%

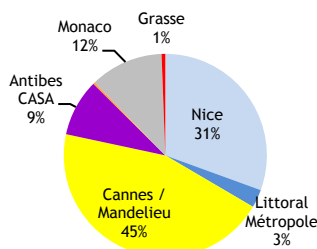


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2012-14 sont : Nice (48% des séjours hébergements et 43% des séjours avion) suivie de Cannes-Mandelieu (21% et 20%) et de Antibes-CASA (14% et 18%, des parts élevées). Le Littoral Métropole réalise 6 à 9% du total et Monaco autour de 4%. La Scandinavie est au 1er rang des marchés pour son taux de séjours avion à Antibes, mais au dernier rang pour le taux à Monaco.

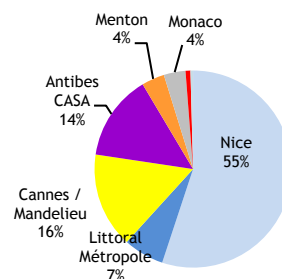
Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 65% des primo-visiteurs choisissent cette zone (et 14% Cannes). 55% des séjours Loisirs Marchands sont hébergés à Nice. Les séjours Loisirs Non Marchands sont mieux répartis, avec 3 sur 10 à Nice mais 1 sur 4 à Antibes et 2 sur 10 à Cannes. Pour le segment Affaires, Cannes tire la demande avec 45%.

En 2014 (voir carte), on note une forte progression des séjours hébergements sur toutes les zones (surtout en Montagne et à Monaco) sauf en Métropole et à Grasse, en baisse.

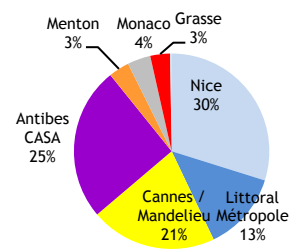
### Affaires

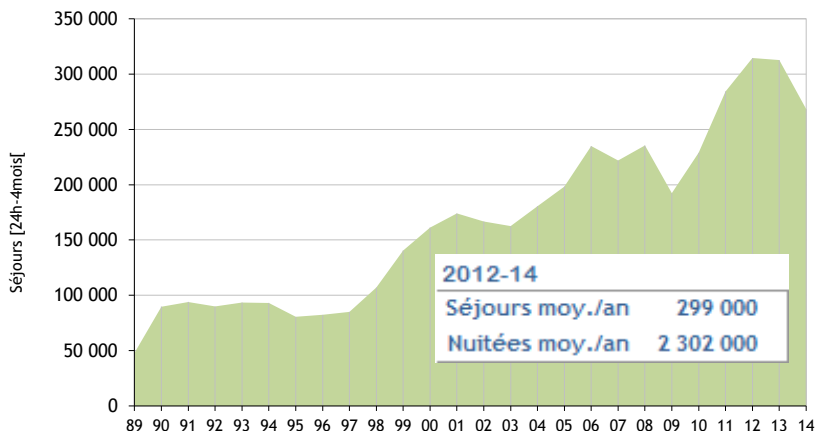


### Loisirs Marchand



### Loisirs - Non Marchand





Le flux scandinave par avion vers Nice Côte d'Azur a explosé entre 97 et 2012, grâce au formidable développement de l'offre low cost. Le seuil des 100 000 séjours avion a été franchi en 98, celui des 200 000 en 2006 et celui des 300 000 en 2012. 2014 marque un repli. Ce mode de transport représente à présent les trois-quarts du flux total.

Le détail par pays pour 2012-14 indique les moyennes annuelles suivantes : Suède 102 000 séjours avion (34%), Norvège 95 000 (32%), Danemark 64 000 (22%), Finlande 36 000 (12%).

Les séjours par avion durent en moyenne 7,7 nuits, et pour les cibles Motifs Loisirs Marchand et Affaires le principal segment est le séjour de 4 à 6 nuits. Pour les séjours Loisirs non Marchand, le segment principal est celui des 7-10 nuits (32%). Seuls 20% des séjours Loisirs Marchand sont des courts séjours.

Le taux de satisfaction est excellent avec 94% de "très satisfaits" et seulement 2% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs s'élève à 29% du fait d'une forte fidélisation.

La dépense moyenne est assez élevée à 82€ par jour/pers. Le segment "basse contribution" concerne 17% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 13%.

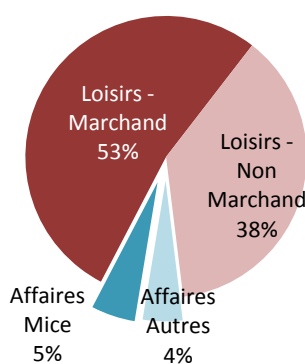
La clientèle est âgée de 43 ans en moyenne, voire 45 ans en Loisirs non Marchand. Le principal segment âge en Loisirs est le 60 ans et + (1 séjour avion sur 4).

2012-14	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	7,7	6,8	9,7	4,4
Age moyen	43	42	45	42
Nb Personnes	2,1	2,5	1,8	1,6
Taux 1 <sup>er</sup> visite	28%	38%	13%	37%
Dépense/séjour	641 €	691 €	524 €	855 €
Dépense/jour	84 €	106 €	53 €	211 €
> 200€ / jour	13%	15%	6%	33%
De 30 à 200€ / jour	70%	78%	59%	57%
<30€ / jour	17%	7%	35%	10%
Satisfaction				
Très satisfaits	94%	95%	95%	87%
Satisfaits	3%	2%	4%	10%
Non entier. Satisf.	2%	3%	1%	4%

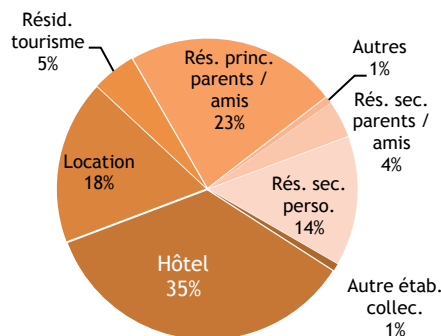
## SEGMENTATION CIBLES

Le segment Loisirs Marchand regroupe 53% des séjours avion. La part du Loisirs Non Marchand est également importante avec 38%. Le segment Affaires se limite à 9% avec une moitié des séjours en MICE.

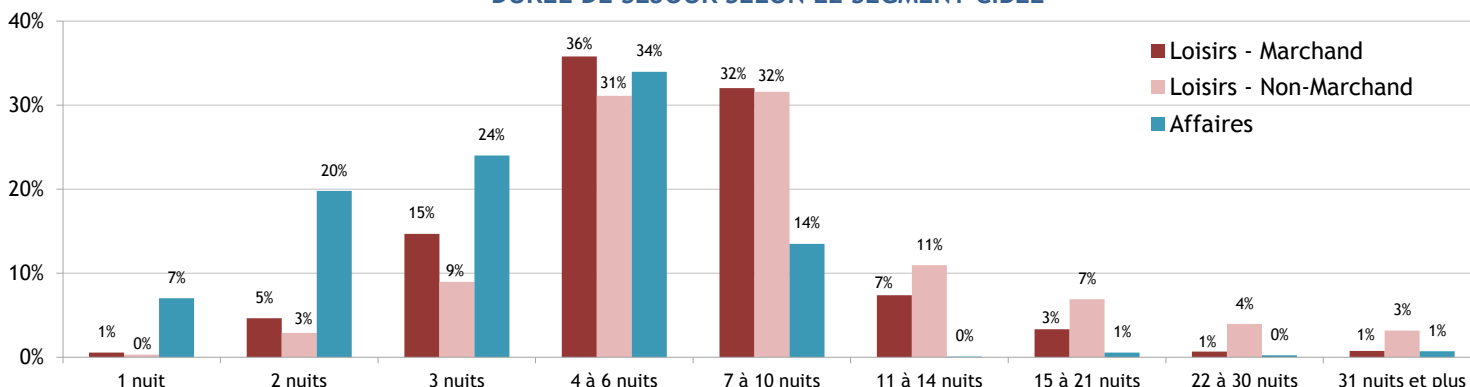
Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est l'hôtel, avec 35%, devant les parents et amis (23%), la location (18%) et les résidences secondaires (14%). La demande se répartit donc de façon bien équilibrée entre les modes d'hébergements.



## SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT

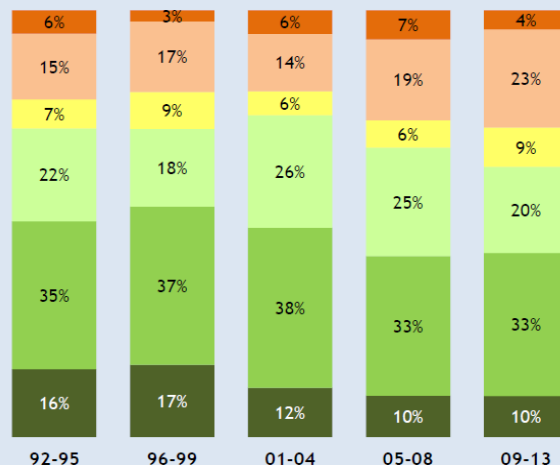
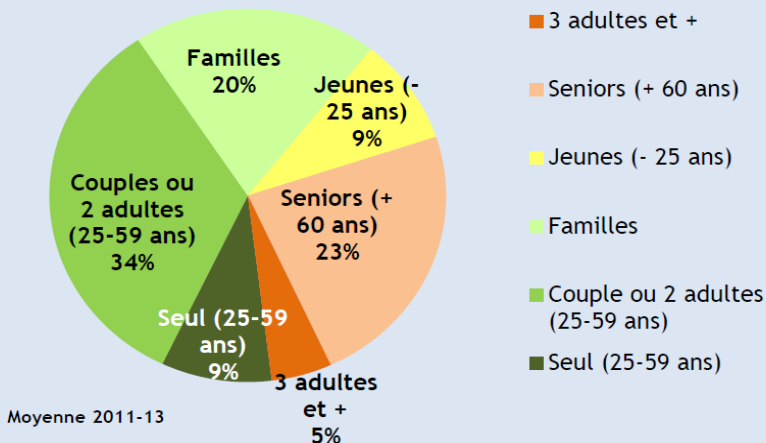


## DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE





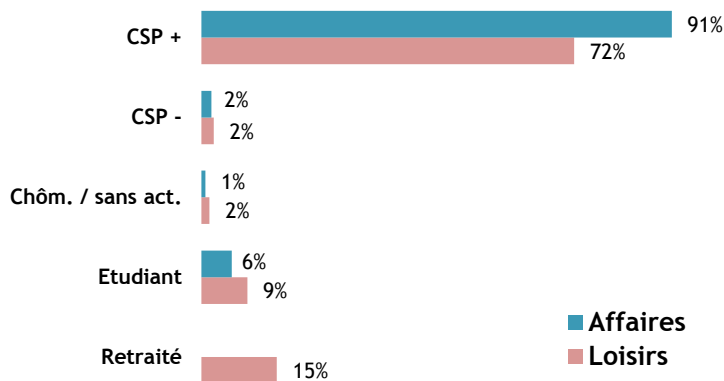
## TYOLOGIE LOISIRS AVION



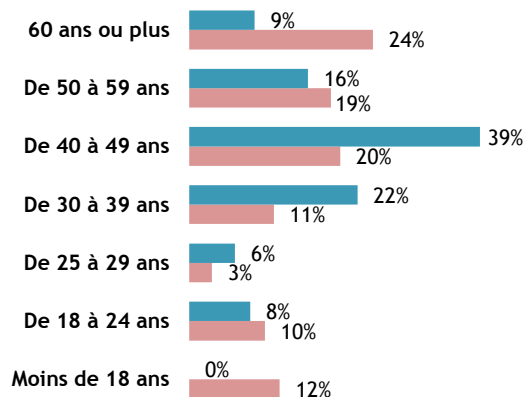
Les Scandinaves à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 34% des cas. 9% sont des adultes voyageant seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et 5% seulement voyagent à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Familles est important avec une part de 20% (incluant 1,7 enfant en moyenne), mais le second segment en importance est celui des seniors qui regroupent 23% des séjours Loisirs avion. Le segment Jeunes est faible à 9%. Les Scandinaves sont au 1er rang pour le nombre de personnes voyageant ensemble, hors groupes constitués.

Sur deux décennies (à fin 2013, données 2014 en cours de traitement), l'évolution est favorable au segment seniors passés de 15% à 23%. La part des familles est en baisse, et plus récemment celle des "couples-2 pax" aussi. La plus forte baisse concerne les voyageurs seuls, passés de 16% à 10%.

### CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



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



## SEGMENT LOISIRS

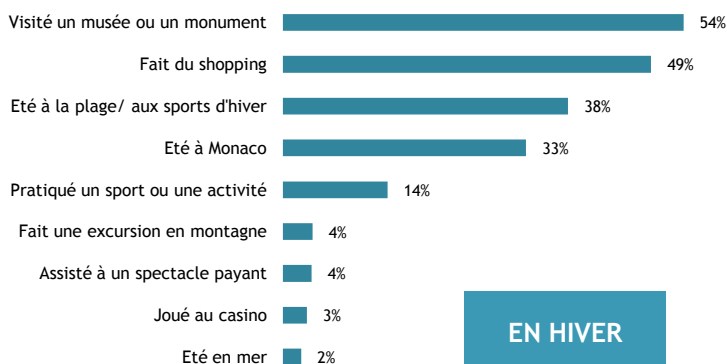
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la plage (70%), le shopping (56%) et la visite de musée-monument (45%). En hiver, c'est la visite de musée qui vient en tête avec 54%, devant le shopping (49%) et la plage (promenade) ou les sports d'hiver (38%). Sur l'année entière 12% pratiquent un sport ou une activité, et le shopping est en baisse au profit des visites musées et monuments.

### ACTIVITES DECLAREES



EN ETE

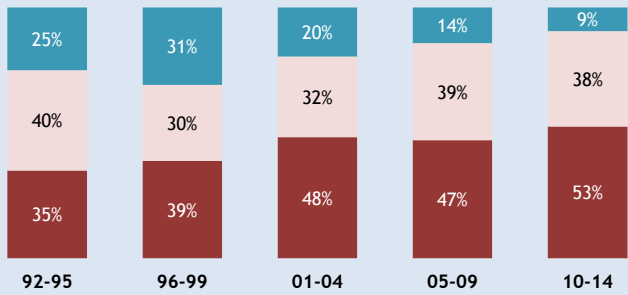
### ACTIVITES DECLAREES



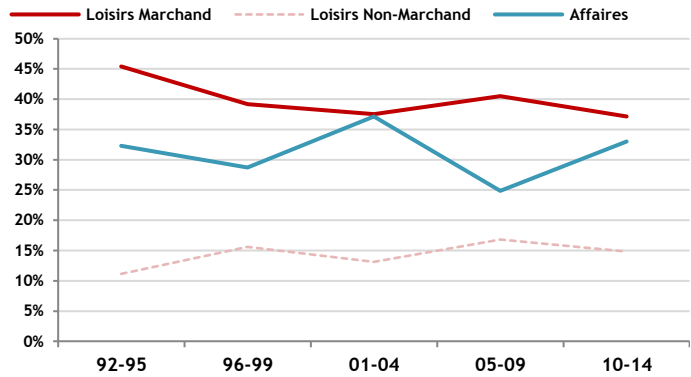
EN HIVER

## SEGMENTATION CIBLES

Loisirs Marchand Loisirs Non-Marchand Affaires

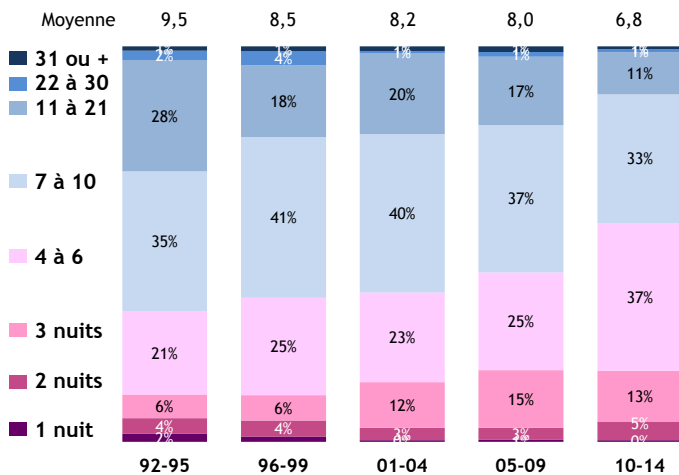


## TAUX DE PRIMO-VISITEURS



## Tendances Visiteurs avion Loisirs

### DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



### SEGMENTATION CIBLES

Progression régulière de la part du Loisirs Marchand, au détriment de l'Affaires. Chute puis rebond de la part du Loisirs non Marchand

### TAUX DE PRIMO VISITEURS

Assez stable sans réelle tendance. Taux autour de 40% en Loisirs Marchand. Plus fluctuant sur le segment Affaires

### DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

En baisse de 3 nuits depuis 92. La part des 3 et 4-6 nuits progresse fortement au détriment de toutes les autres durées de plus de 7 nuits, des longs séjours surtout

### ZONES DE SEJOUR

Nice fluctue mais se maintient largement en tête. Cannes chute au profit d'Antibes, passée au second rang. Monaco a vu sa part chuter puis se stabiliser. La part de Littoral Métropole est stable à env. 10%.

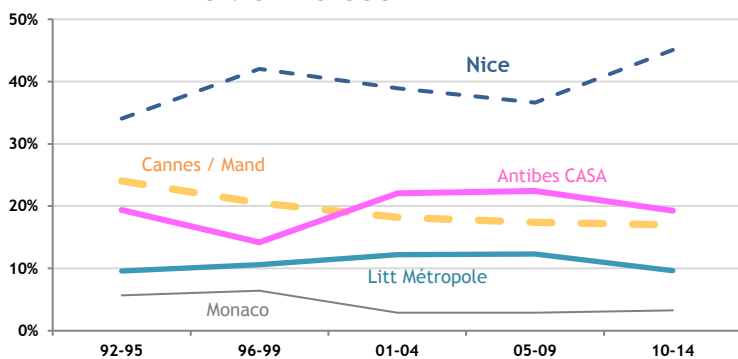
### MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel diminue au profit de la location. Chute et rebond des parents et amis. Chute lente de la part des résidences secondaires

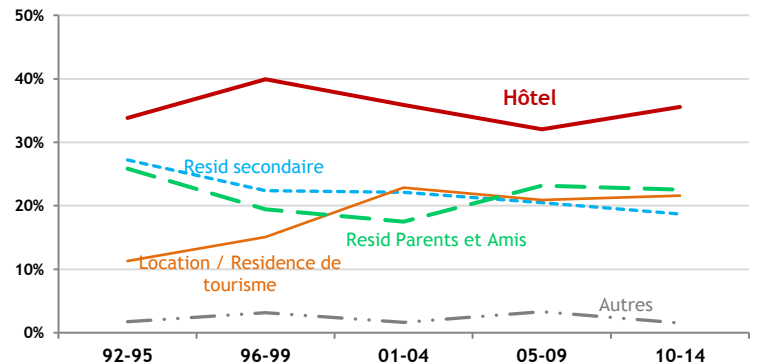
### AGE/CSP

Age moyen en hausse à près de 44 ans. Hausse puis rechute des -40 ans, baisse des 40-49 ans au profit des 60 et +. Tassement pour les CSP+ au profit des étudiants et retraités, mais baisse des CSP-

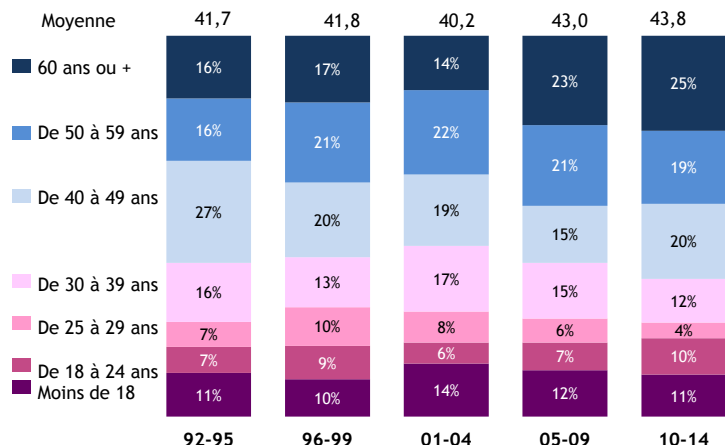
### ZONES DE SEJOUR - Loisirs



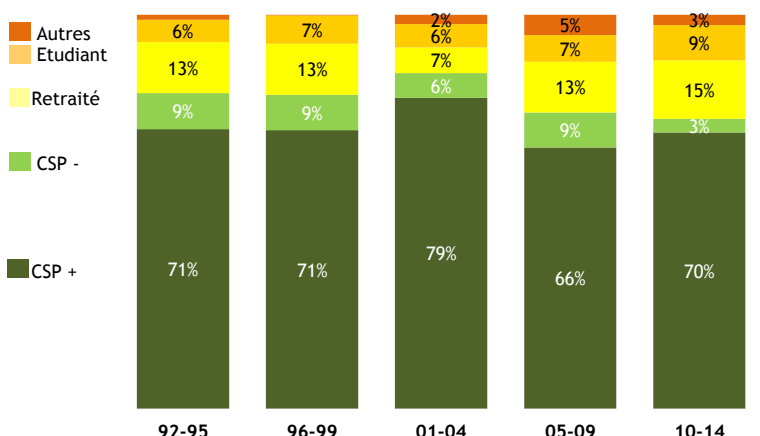
### MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



### ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



### CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)

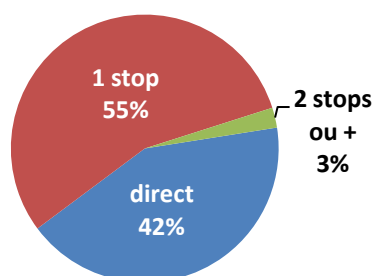




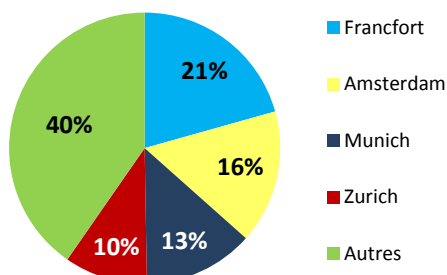
## Les séjours avion réservés via les GDS

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.

Stops pour arriver à Nice Côte d'Azur



Hubs de correspondance

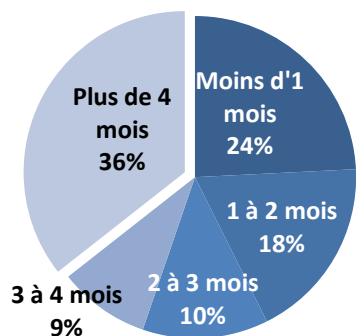


Les séjours FRANCE sont à destination de 1/Paris 2/Nice 3/Lyon 4/Marseille

Les voyages à destination de Nice-Côte d'Azur sont effectués sur vols directs dans 42% des cas, ou bien via un ou plusieurs autres aéroports, Francfort en tête (21%), devant Amsterdam et Munich

SEJOURS	2010	2011	2012	2013	% Moy 12-13	Tendance
Nice	70 587	84 224	88 871	81 145		→
France	359 133	405 969	422 789	399 484		→
Part de marché Nice (%)	19,7	20,7	21,0	20,3		→
<b>Durée des séjours Nice Côte d'Azur</b>						
courts (1-3 nuits)	17 595	23 910	24 527	21 774	27,2	→
moyens (4-8 nuits)	37 660	43 289	46 364	40 939	51,3	→
longs (9-21 nuits)	13 992	15 603	16 498	16 885	19,6	→
très longs (+22 nuits)	1 340	1 422	1 482	1 547	1,8	→
Part des groupes 6 pax et +	11,6	12,0	13,6	14,3	14,0	→

### Nombre de jours entre dates de réservation et d'arrivée

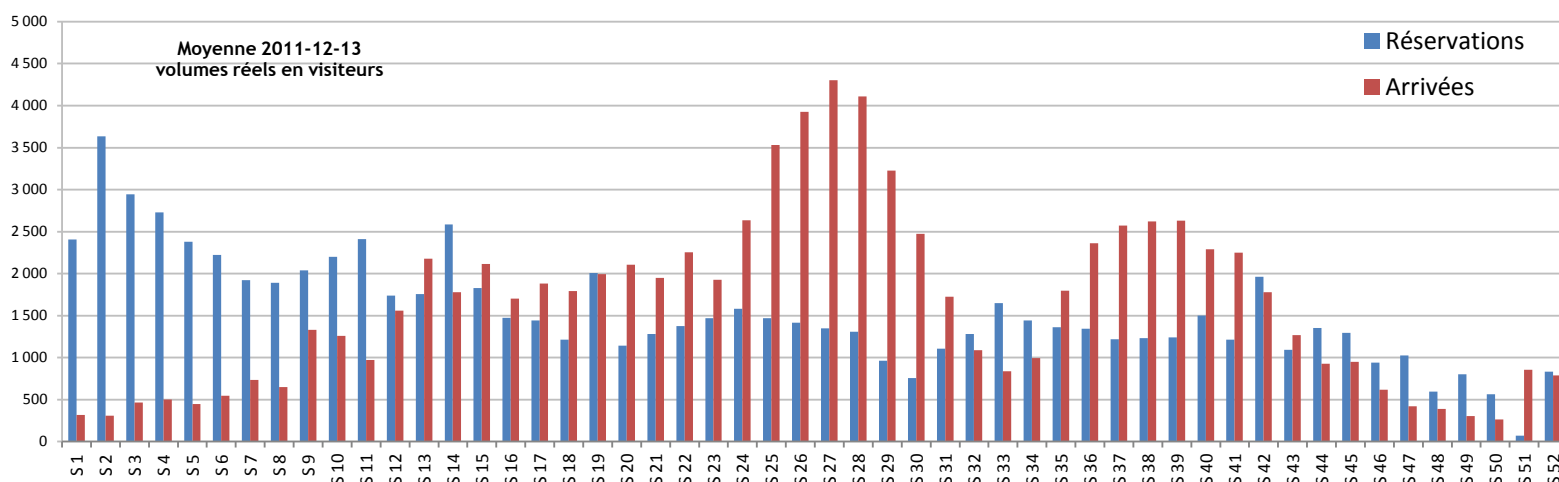


Les séjours Nice-Côte d'Azur sont réservés le plus souvent plus de 4 mois avant la date d'arrivée (36%). Près du quart réserve dans le mois qui précède le séjour, et 28% entre 1 et 3 mois.

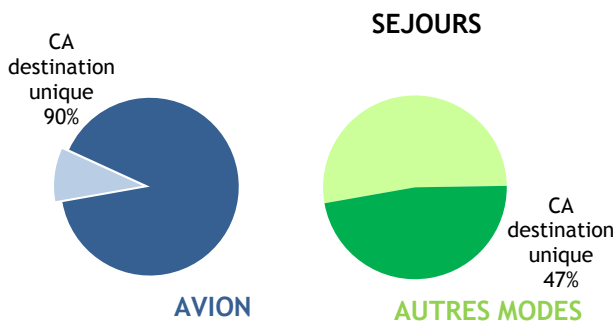
Les pics de réservation sont en semaines 2 à 4, puis en semaines 11 et 14.

Les pics d'arrivée sont en semaines 25 à 29 (pointe annuelle en semaine 27).

### Saisonnalité hebdomadaire des réservations et des arrivées à Nice



## OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR



	Avion	Autres modes
Dép. par jour	63 €	54 €
Dép. par séjour	743 €	778 €
Durée de séjour	11,8	14,3
Nb moy de personnes	2,1	2,4
Taux 1ère visite	36%	45%
Age moy. répondant	51	46

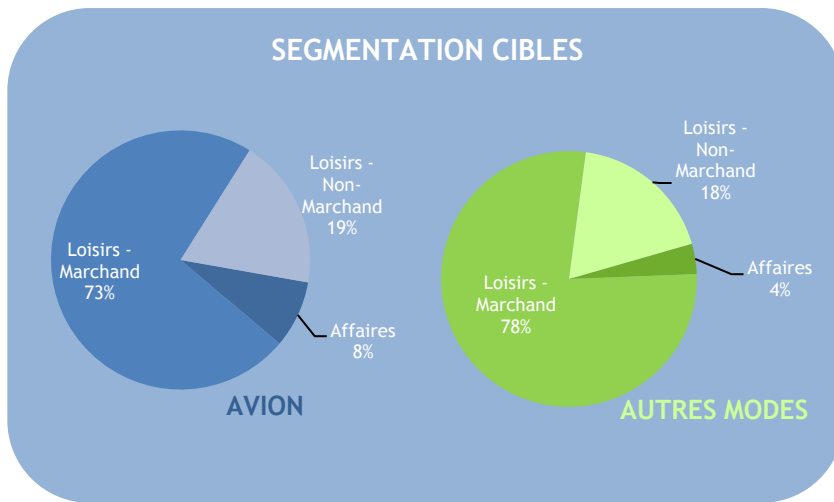
La source d'enquête Visetran permet de comparer les profils des visiteurs selon le mode de transport utilisé, avion ou autres modes (route et train). Les Scandinaves venant par avion séjournent 9 fois sur 10 sur la Côte d'Azur exclusivement au cours de ce voyage, tandis qu'ils ne sont plus qu'un sur deux environ lorsqu'ils viennent par la route ou le train. Le taux de primo-visiteurs est un peu plus élevé parmi les visiteurs route-train.

La dépense par séjour est comparable pour les deux segments transports, mais la dépense par jour s'avère un peu plus élevée pour l'avion car les séjours sont moins longs.

L'âge moyen des Scandinaves (âge du répondant uniquement) venant par avion est un peu plus élevé (51 ans) que celui des usagers des autres modes (46 ans).

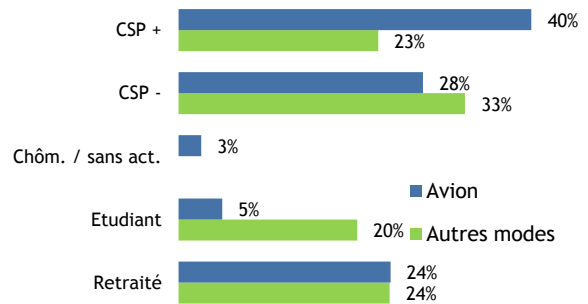
Le segment Loisirs Marchand est largement majoritaire, soit 7 séjours avion sur 10 et 8 séjours autres modes sur 10. Le Loisirs non Marchand concerne moins de 20% des visiteurs, avion ou route-train.

*Attention : pour des raisons méthodologiques, ces résultats sont surtout représentatifs des visiteurs effectuant un 1<sup>er</sup> séjour, et les segments "groupes autocars" et "visiteurs affaires" sont sous-représentés dans ces résultats.*

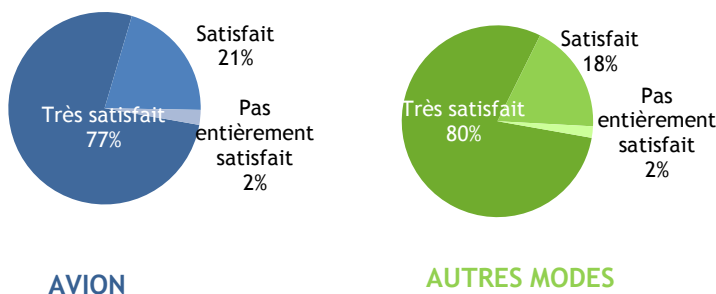


### CSP

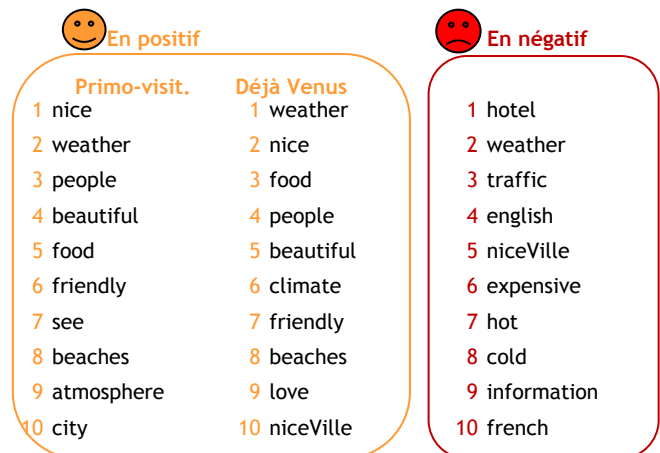
Les visiteurs scandinaves appartiennent le plus souvent aux catégories CSP+ (avion) ou CSP- (autres modes). Les retraités forment le quart de la demande quel que soit le mode de transport, mais les étudiants sont surtout présents sur le segment route-train.



### SATISFACTION



### Mots cités spontanément



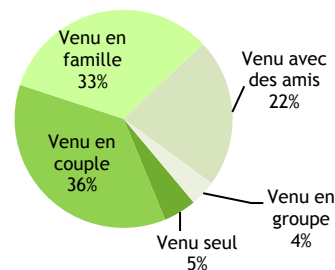
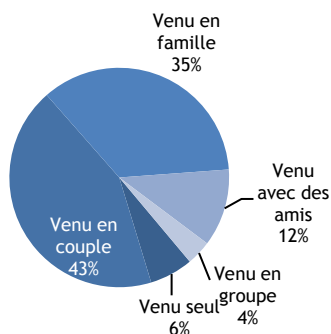
Les Scandinaves sont très satisfaits de leur séjour dans 77% des cas pour les séjours avion et 80% pour les autres modes. Le taux de satisfaction est par conséquent excellent, et seuls 2% ne se déclarent pas entièrement satisfaits. 75% donnent spontanément un commentaire, positif dans 92% des cas. Parmi ces commentaires positifs, le mot "weather", suivi de "people" et "food" sont les noms communs signifiants qui sont le plus fréquemment formulés par les primo-visiteurs, et les mots "weather", "food" et "people" pour les visiteurs déjà venus. Les mots qualifiants les plus fréquents sont "nice", "beautiful" et "friendly". En négatif apparaissent surtout les termes signifiants "hotel", "weather" et "traffic".

% avec commentaires	75%	Nb. Moyen de com.	2,6	Nb. Moyen com. %	Positif 92%	Négatif 8%
---------------------	-----	-------------------	-----	------------------	-------------	------------

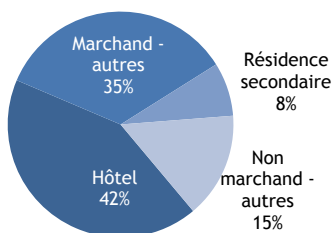
## SEJOURS LOISIRS PAR TYPE DE GROUPE

Les visiteurs venus en couple sont les plus nombreux (43% des séjours avion et 36% des séjours route-train).

Un bon tiers des visiteurs viennent en famille, quel que soit le mode de transport. Les groupes d'amis sont plus fréquents pour la route-train (22% vs 12%). Seuls 5 à 6% viennent seuls.



### AVION

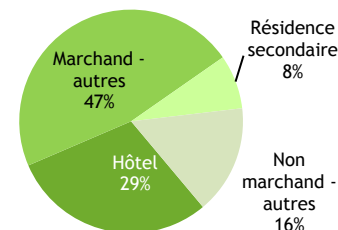


## HEBERGEMENT SEJOURS LOISIRS

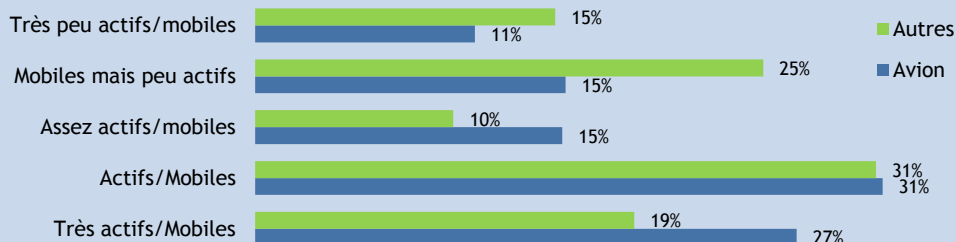
Les visiteurs par avion séjournent à l'hôtel 4 fois sur 10, contre 3 sur 10 pour les séjours autres modes.

Le secteur marchand non hôtelier (location) est le plus fréquent parmi les séjours route-train (47% vs 35% pour l'avion). 15% des séjours, quel que soit le mode de transport, sont hébergés chez parents et amis et 8% en résidence secondaire.

### AUTRES MODES



## TYPLOGIE LOISIRS MOBILITE / ACTIVITES



Les Scandinaves séjournant sur la Côte d'Azur sont plus souvent mobiles/actifs que sédentaires. Seulement 13% des séjours environ sont sédentaires/inactifs. Le principal segment est celui des "actifs/mobiles" (près du tiers de tous les séjours). Un quart des visiteurs route-train sont mobiles mais peu actifs. Concernant les lieux ou activités les plus souvent cités sur la période été, on note surtout Nice, le shopping et la plage. Sur la période hiver, il s'agit surtout du shopping, de Nice et de la visite des musées. La montagne est citée par 35% en été et par 27% en hiver. Les casinos sont cités par 20% des Scandinaves été comme hiver, et les festivals/spectacles sont cités aussi par env. 20%.

## TAUX DE VISITES OU D'ACTIVITES DECLAREES

