

Le Marché Finlandais

La Finlande est le 4^{ème} marché scandinave en importance. C'est un pays membre de l'UE et le seul en zone € parmi les pays scandinaves. La population est surtout autochtone (faible taux d'étrangers).

La demande fluctue davantage, en fonction notamment de l'offre aérienne, les liaisons directes étant essentielles du fait d'un relatif éloignement. La demande touristique est davantage orientée vers le secteur marchand.

Parmi les 20 régions de l'Union Européenne au plus fort PIB par habitant, la région de Helsinki figure au 17^{ème} rang. La France accueille environ 200 000 séjours (stable en 2014) d'une durée de 7 nuits.

La Côte d'Azur

Le marché finlandais est un petit marché au sein du marché scandinave, qui figure au 5^{ème} rang des marchés étrangers de la Côte d'Azur. Parmi les 53 sous-marchés (pays), il figure au 23^{ème} rang. Sa contribution à la fréquentation étrangère dépasse à peine les 1%.

La Côte d'Azur accueille plus de 23% des nuitées hôtels en France. La part de marché est élevée mais en baisse depuis 2000. Elle rebondit toutefois depuis 2008.

Principales régions d'origine : les deux-tiers viennent de Finlande méridionale (incluant l'agglomération de Helsinki-Espoo), près d'un quart de Finlande occidentale (Tampere-Turku), 6% de Finlande orientale et 4% d'Oulu

Chiffres clés

- 50 000 séjours de 6 nuits en moyenne, dont :
- 26 000 séjours en hôtels et résidences
- 35 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 300 résidences secondaires

Dépense : 82€/jour, 638€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : NC

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 50%, juillet-août = 25%, hiver = 13%. Pointe en juillet (18%)

Visiteurs avion : 55% des visiteurs repartent sur les vols vers Helsinki, 11% vers Francfort, 11% vers Paris, 5% vers Copenhague, 5% vers Munich et 2% vers Riga

😊 Points forts

- une très forte part de marché de la Côte d'Azur (23%), et qui remonte
- part importante de la demande en modes marchands (6 séjours avion sur 10)
- durée de séjour plutôt élevée (8 nuits pour le Loisirs avion)
- une belle progression sur les mois de printemps, et potentiel de croissance sur Décembre à Mars
- croissance de la part des séjours en hôtels en 4-5* (1 sur 2)
- 89% de touristes très satisfaits

Ce marché n'inclut que la Finlande, soit une population de 5,5 millions d'habitants (âge moyen : 41 ans).

PIB

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

Dépenses à l'étranger

4 milliards €, au 38^{ème} rang mondial en 2014 - Tendance annuelle moyenne 2005-2014 : +5,4%

Nombre de jours de congés payés

25 + 10 jours fériés = 35

Visa nécessaire pour la France : **NON** (espace Schengen)

Particularités du calendrier : fêtes du solstice d'été (St Jean) entre le 19 et 26 juin, fête nationale le 6 décembre

C'est un marché...

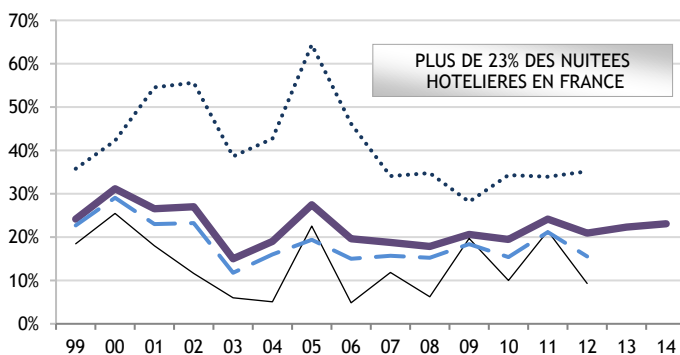
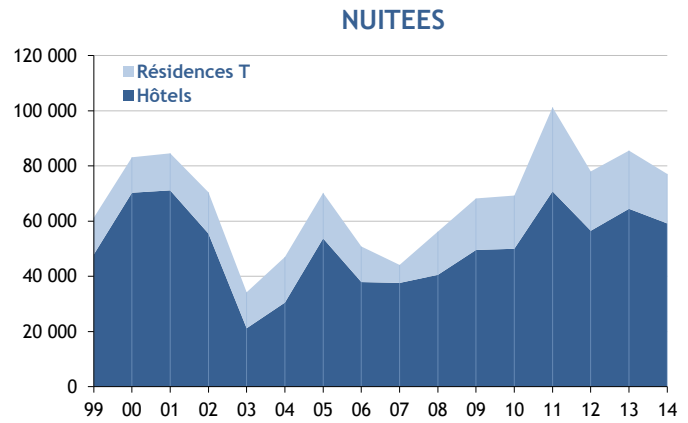
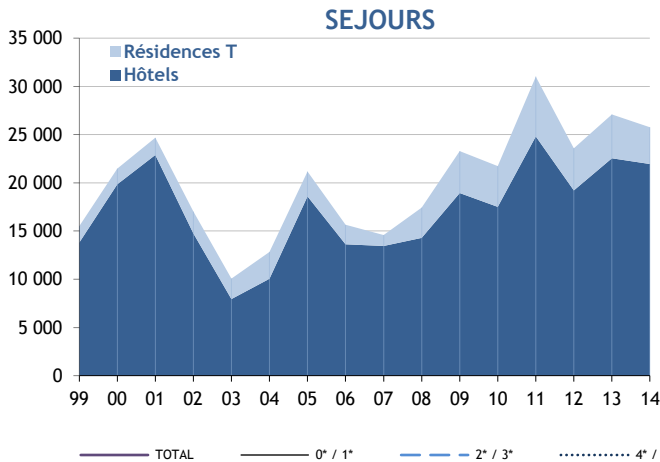
- quasi exclusivement de loisirs
- à fidélisation plus difficile : plus fort taux de primo-visiteurs parmi les marchés européens (6 sur 10 en Loisirs marchand)
- de séjours en hôtels et résidences 3-4*
- de couples et de familles, en individuel ou en groupes
- à forte motivation shopping (sur la Côte d'Azur : 53% font des achats mais 9 sur 10 fréquentent les zones de shopping)
- le plus intéressé par les casinos et Monaco parmi les Scandinaves



😞 Points faibles

- potentiel démographique limité
- vols directs encore insuffisants (un visiteur avion sur deux doit passer par un aéroport tiers)
- fréquentation très fortement concentrée à Nice (6 séjours sur 10)
- très faible demande entre Novembre et Février

Les séjours finlandais en hôtels et résidences ont chuté entre 2001 et 2003 puis fortement rebondi jusqu'en 2011, aussi bien dans les hôtels que dans les résidences. 2011 marque un record absolu en séjours comme en nuitées avec 100 000 nuitées marchandes. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 16% des séjours et 24% des nuitées, une part élevée.



PART DE MARCHÉ CÔTE D'AZUR

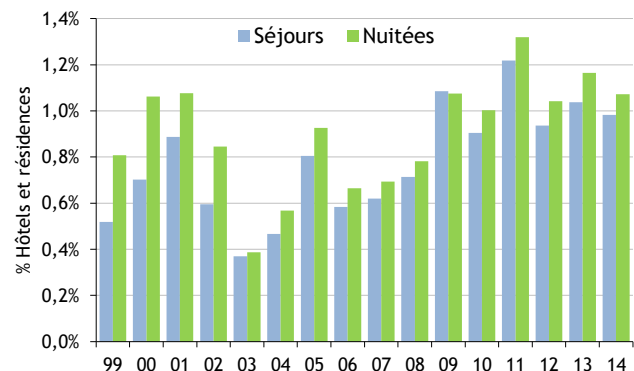
Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Finlandais en réalisent beaucoup sur la Côte d'Azur, soit 23% en 2014. La part Côte d'Azur a même dépassé 30% en 2000. La tendance est donc baissière entre 2000 et 2003, mais en hausse assez régulière depuis.

A fin 2012, la part était encore plus élevée en catégories 4-5* (35%), atteignait 15,6% en 2-3*. Elle était plus limitée, à 9,3%, en 0-1*, avec une forte fluctuation.

La part des Finlandais dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences s'était rapidement accrue entre 2003 et 2011 (x 3), et la tendance globale reste positive. La contribution de ce marché reste toutefois limitée., autour de 1% des étrangers.

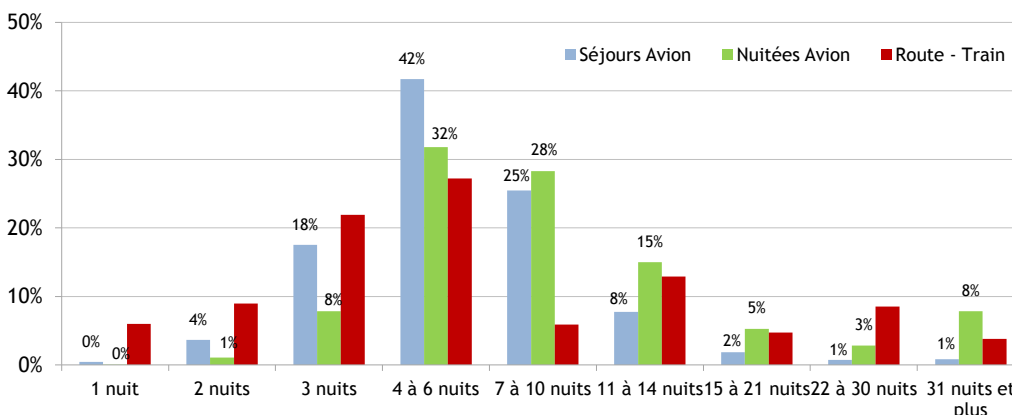
Quasiment chaque année, la part des nuitées est nettement plus élevée que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour plus longue que la moyenne.

CONTRIBUTION DES FINLANDAIS A LA FREQUENTATION ETRANGERE

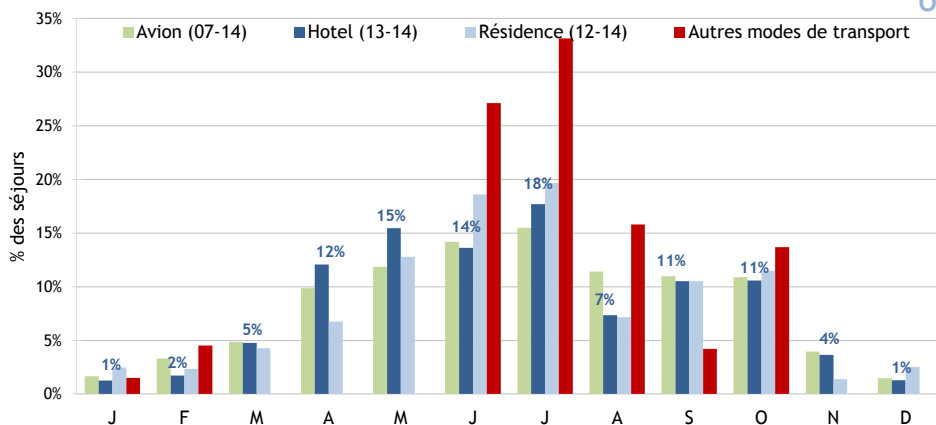


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Finlandais est assez élevée sur la Côte d'Azur. Les séjours par avion durent 7,7 nuits en moyenne (8,1 pour le Loisirs mais 4,2 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchand durent 11,4 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) ne représentent que 22% des séjours avion, mais 37% des séjours route-train. En moyenne, les séjours route-train durent près de 10 nuits. Dans l'hôtellerie, les séjours durent 2,8 nuits en moyenne, contre 4,8 dans les résidences. Pour les séjours avion, le principal segment est de loin le 4-6 nuits, soit plus de 4 séjours sur 10. Même en nuitées, le poids des longs séjours reste faible.



| | Durée | Nuits |
|---------------|-------------------------------|-------|
| Avion 07-14 | Hôtels | 2,8 |
| | Résidences | 4,8 |
| | Hôtels+Rés. | 3,2 |
| | Moyenne | 7,7 |
| | Loisirs | 8,1 |
| | Dont Hébergement marchand | 6,7 |
| | Dont Hébergement non-marchand | 11,4 |
| | Affaires | 4,2 |
| | Dont MICE | 4,2 |
| | Dont Autres affaires | 4,2 |
| Route - Train | 9,9 | |



| 13-14 | Hotels + Résidences | |
|-------|---------------------|---------|
| | SEJOURS | NUITEES |
| J | 1,4% | 1,3% |
| F | 1,8% | 2,0% |
| M | 4,7% | 4,6% |
| A | 11,3% | 11,1% |
| M | 15,2% | 13,7% |
| J | 14,3% | 14,1% |
| J | 18,3% | 19,0% |
| A | 7,2% | 7,9% |
| S | 10,6% | 11,1% |
| O | 10,6% | 11,0% |
| N | 3,3% | 2,9% |
| D | 1,4% | 1,4% |

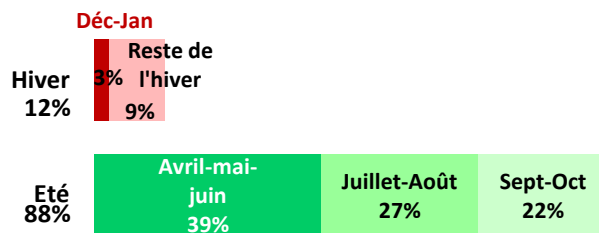
Les séjours finlandais sont concentrés sur la période d'Avril à Octobre, avec une pointe en Juillet surtout marquée par la route-train. Août est relativement faible mais la demande reste soutenue jusqu'en Octobre. Les séjours avion sont mieux répartis dès Mars, mais très peu nombreux entre Décembre et Février.

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

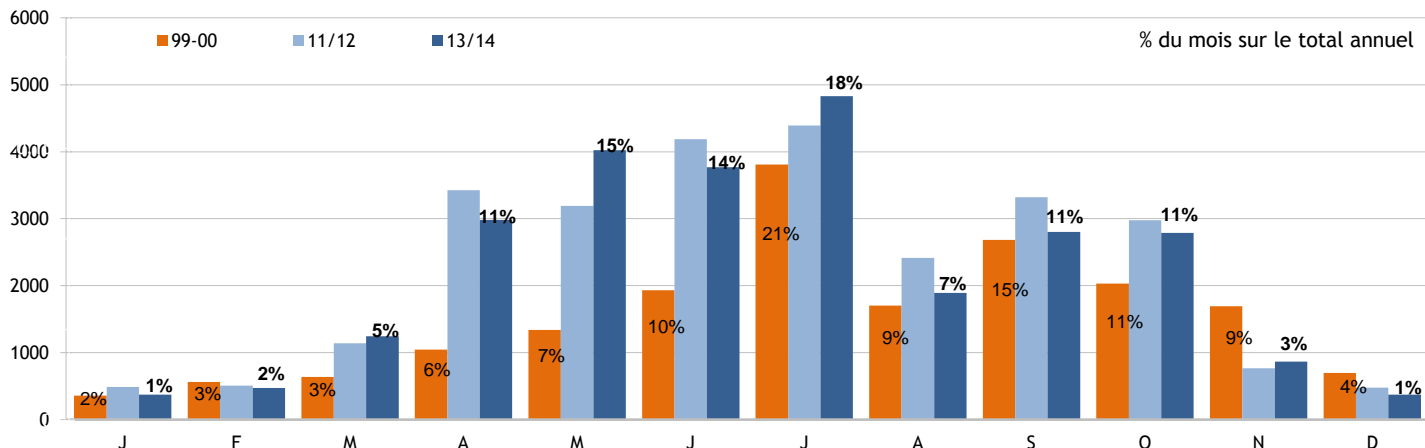
Les nuitées hébergements sont bien réparties entre Avril et Octobre, avec une forte pointe en Juillet. La période d'Avril à Juin pèse pour 39% des nuitées marchandes. La période de Juin à Septembre représente 52% du total annuel, une part plutôt faible.

L'évolution des séjours hébergements depuis 1999 (en volume) montre une forte progression de la demande pour les mois entre Mars et Juin et plus modérée pour Juillet et Octobre. La demande est restée stable pour Août-Septembre. La hausse est surtout marquée en Mai (séjours x 3), Avril (+185%), Mars et Juin (séjours x2). En revanche la demande a chuté en Février, Novembre et Décembre. Concernant la part de chaque mois, on note entre 99 et 2013/14 une croissance de la part des séjours réalisés en Mars, Avril, Mai et Juin.

NUITEES 2013/14 - HOTELS ET RESIDENCES

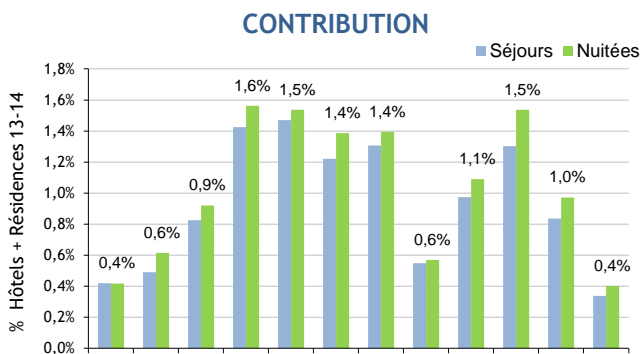


EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS

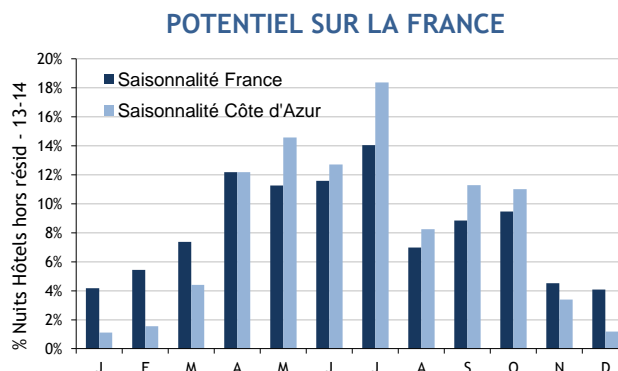


POTENTIEL MENSUEL

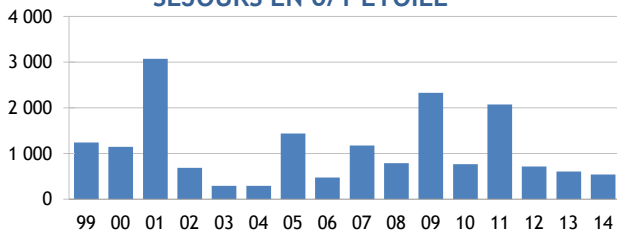
La part des Finlandais sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 0,4% en Déc./Janv. à 1,6% en Avril. Le marché finlandais représente une cible complémentaire pour les mois de Mars à Novembre hors Août. Le reste de l'année, sa contribution est faible. La part de marché Côte d'Azur/France est plus limitée en hiver (6% en Janv.), mais approche les 30% entre Mai et Octobre. Si on compare la distribution mensuelle des nuitées entre la France et la Côte d'Azur, on constate un potentiel élevé sur les mois entre Décembre et Mars, avec une présence importante en France et moindre sur la Côte d'Azur.



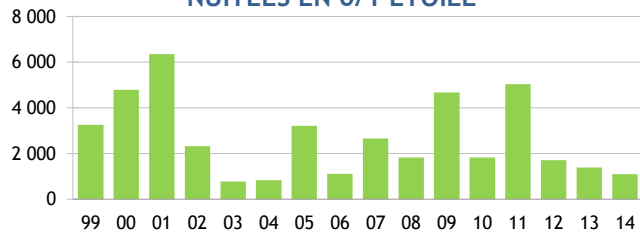
| PDM 06/F | |
|----------|-------|
| J | 6,0% |
| F | 6,4% |
| M | 13,6% |
| A | 22,7% |
| M | 29,3% |
| J | 24,9% |
| J | 29,6% |
| A | 26,7% |
| S | 28,9% |
| O | 26,4% |
| N | 17,0% |
| D | 6,5% |



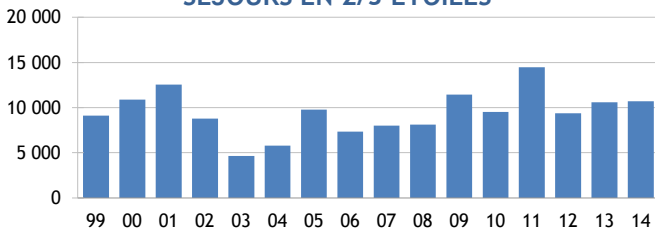
SEJOURS EN 0/1 ETOILE



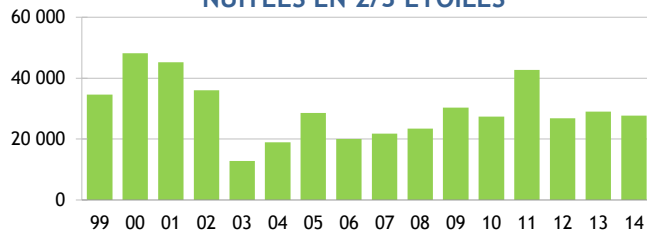
NUITEES EN 0/1 ETOILE



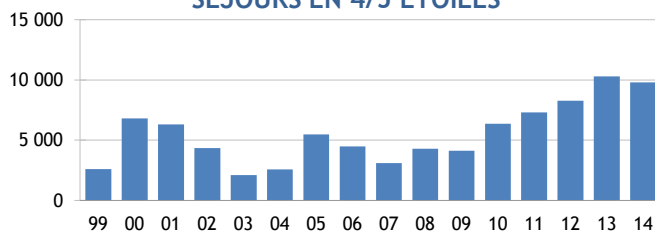
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



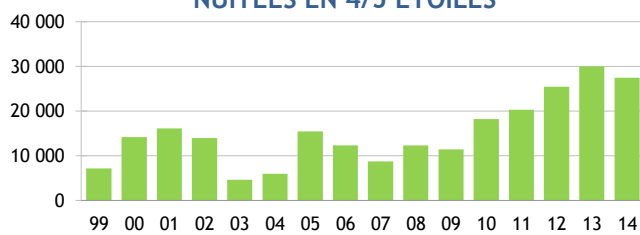
NUITEES EN 2/3 ETOILES



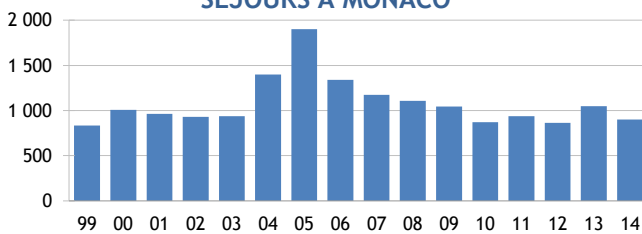
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



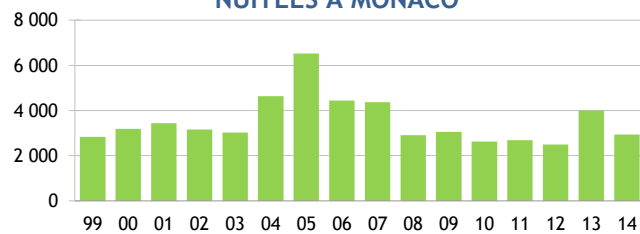
NUITEES EN 4/5 ETOILES



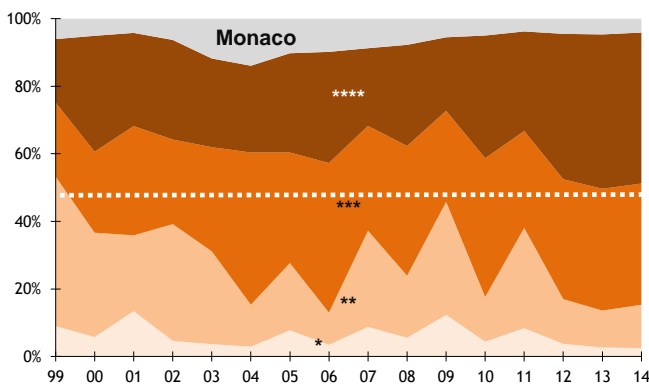
SEJOURS A MONACO



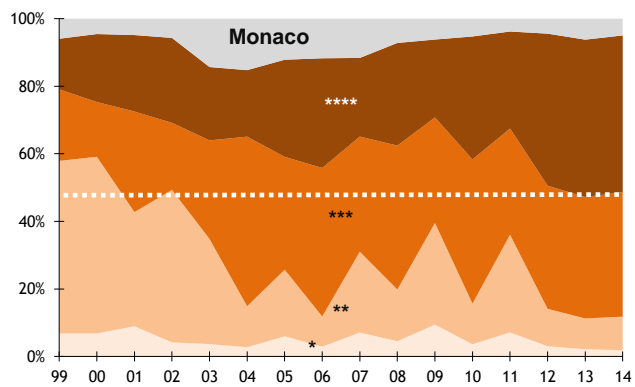
NUITEES A MONACO



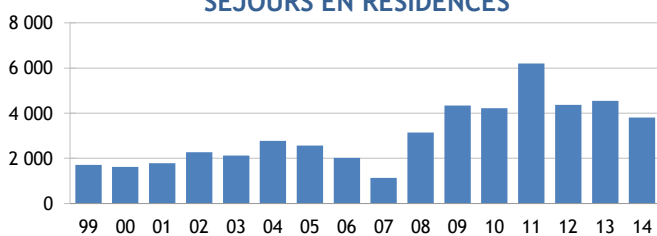
REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



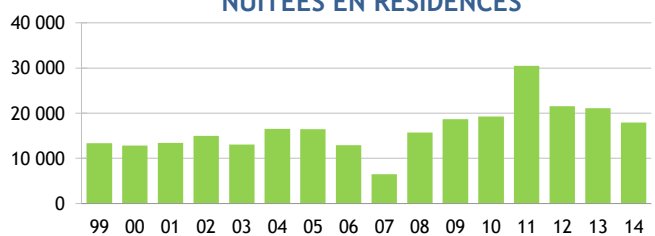
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



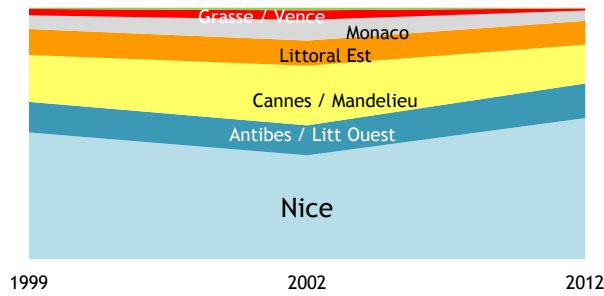
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



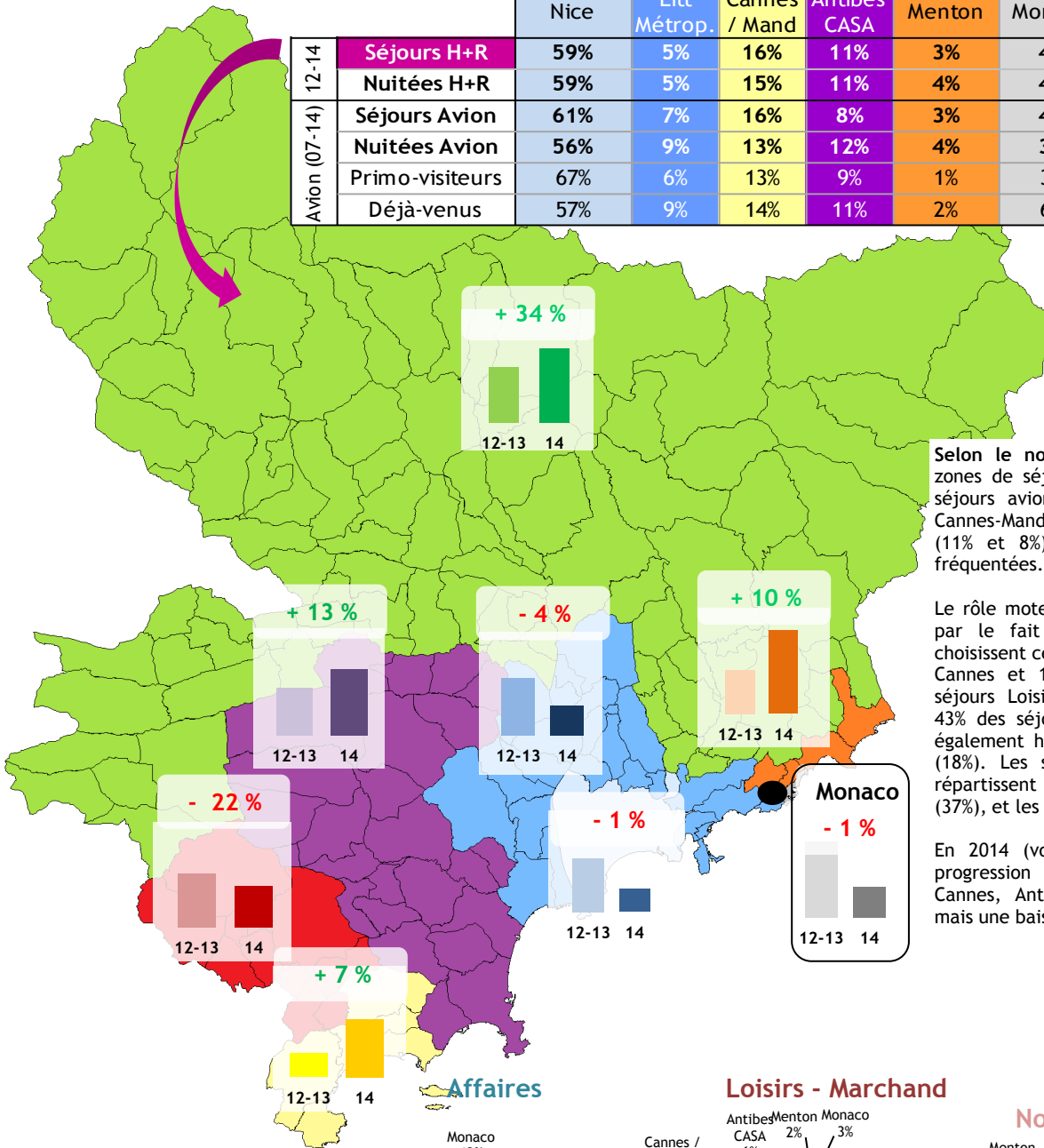
TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



Historiquement, les Finlandais concentraient surtout leurs séjours hôtels sur Nice, qui a renforcé sa part de 50% en 99 à 56% en 2012.

Cette évolution s'est produite surtout au détriment de Grasse-Vence, de Monaco et de Cannes-Mandelieu, qui a perdu 9 points de parts entre 2002 et 2012. Le report vers d'autres types d'hébergements explique en partie ces évolutions.

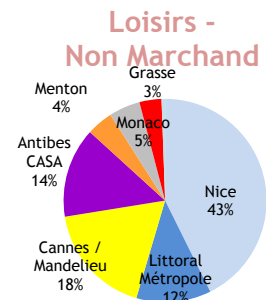
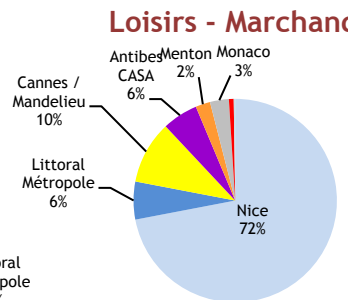
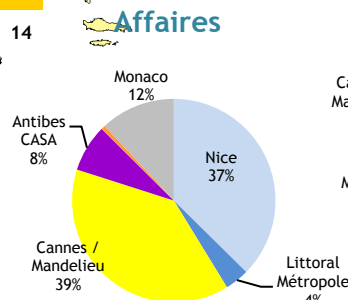
| | | Nice | Litt Métrop. | Cannes / Mand | Antibes CASA | Menton | Monaco | Grasse | Montagne |
|---------------|-----------------|------|--------------|---------------|--------------|--------|--------|--------|----------|
| 12-14 | Séjours H+R | 59% | 5% | 16% | 11% | 3% | 4% | 0% | 1% |
| | Nuitées H+R | 59% | 5% | 15% | 11% | 4% | 4% | 0% | 1% |
| AVION (07-14) | Séjours Avion | 61% | 7% | 16% | 8% | 3% | 4% | 2% | 0% |
| | Nuitées Avion | 56% | 9% | 13% | 12% | 4% | 3% | 3% | 0% |
| | Primo-visiteurs | 67% | 6% | 13% | 9% | 1% | 3% | 1% | 0% |
| | Déjà-venus | 57% | 9% | 14% | 11% | 2% | 6% | 1% | 0% |

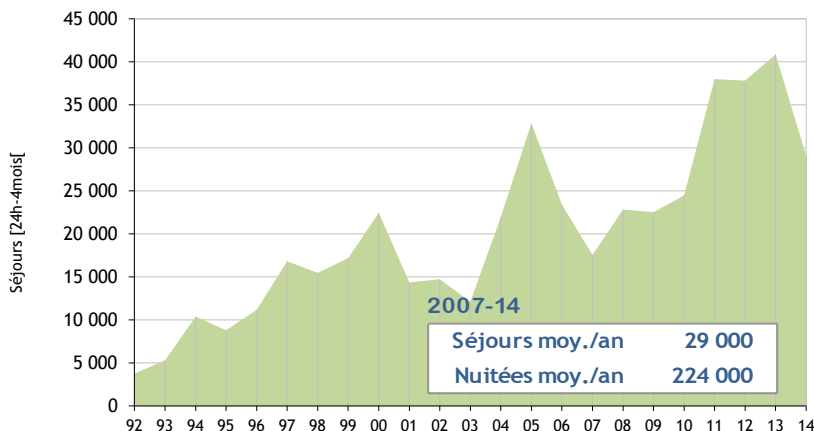


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2012-14 sont : Nice (6 séjours avion ou hôtel sur 10), suivie de Cannes-Mandelieu (16%) et Antibes-CASA (11% et 8%). Les autres zones sont peu fréquentées.

Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 67% des primo-visiteurs choisissent cette zone (13% choisissent plutôt Cannes et 12% Antibes), et que 72% des séjours Loisirs Marchand y sont hébergés. 43% des séjours Loisirs non Marchand sont également hébergés à Nice, devant Cannes (18%). Les séjours avion pour Affaires se répartissent mieux entre Cannes (39%), Nice (37%), et les autres pôles (24%).

En 2014 (voir carte), on note une forte progression des séjours hébergements sur Cannes, Antibes, Menton et la Montagne, mais une baisse sensible sur Grasse.





Environ 7 séjours finlandais sur 10 sont effectués par avion jusqu'à Nice-Côte d'Azur. La tendance est très positive depuis plus de vingt ans, malgré deux périodes de faiblesse dues notamment à la variation de l'offre de vols directs. En 2005, le cap des 30 000 séjours avion a été franchi, et celui des 40 000 l'a été en 2013. 2014 accuse un net repli.

Les séjours par avion durent en moyenne 7,7 nuits, et pour les 3 cibles Motifs le principal segment est le séjour de 4 à 6 nuits. Pour les séjours Loisirs Non Marchand, les durées sont plus élevées, soit 11,4 nuits en moyenne.

Le taux de satisfaction est excellent avec 89% de "très satisfaits" et seulement 2% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs atteint un niveau assez élevé, soit 43%, et même 57% en Loisirs Marchand. La fidélisation s'avère donc plus difficile sur ce marché de moyenne distance.

La dépense moyenne s'établit à 82€ par jour/personne et 638€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne 14% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 12%. 3 séjours sur 4 génèrent ainsi une dépense classique entre 30 et 200€ par jour. La dépense par jour des séjours non marchand est réduite (41€).

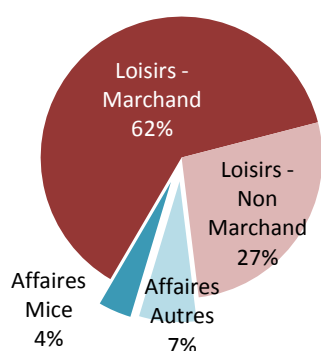
La clientèle est âgée de 42 ans en moyenne. Le principal segment âge en Loisirs est le 40-49 ans (23%).

| 2007-14 | GLOBAL | Loisirs Marchand | Loisirs Non-March. | Affaires |
|-----------------------------|--------|------------------|--------------------|----------|
| Durée de séjour | 7,7 | 6,7 | 11,4 | 4,2 |
| Age moyen | 42 | 43 | 43 | 41 |
| Nb Personnes | 2,0 | 2,3 | 1,8 | 1,4 |
| Taux 1 ^{er} visite | 43% | 57% | 25% | 34% |
| Dépense/séjour | 638 € | 711 € | 466 € | 597 € |
| Dépense/jour | 82 € | 107 € | 41 € | 130 € |
| > 200€ / jour | 12% | 15% | 4% | 16% |
| De 30 à 200€ / jour | 74% | 77% | 65% | 80% |
| <30€ / jour | 14% | 8% | 31% | 3% |
| Satisfaction | | | | |
| Très satisfaits | 89% | 91% | 93% | 69% |
| Satisfaits | 9% | 6% | 6% | 29% |
| Non entier. Satisf. | 2% | 2% | 1% | 2% |

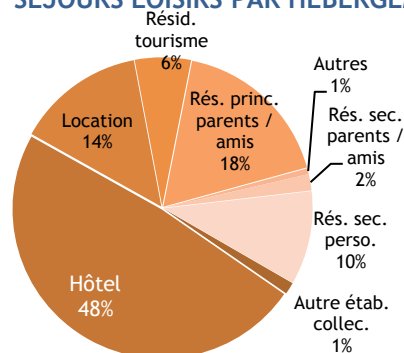
SEGMENTATION CIBLES

Le segment Loisirs Marchand regroupe plus de 6 séjours sur 10. La part du Loisirs Non Marchand s'élève à 27%. Le segment Affaires représente seulement 11% des séjours avion, dont 4% pour le MICE.

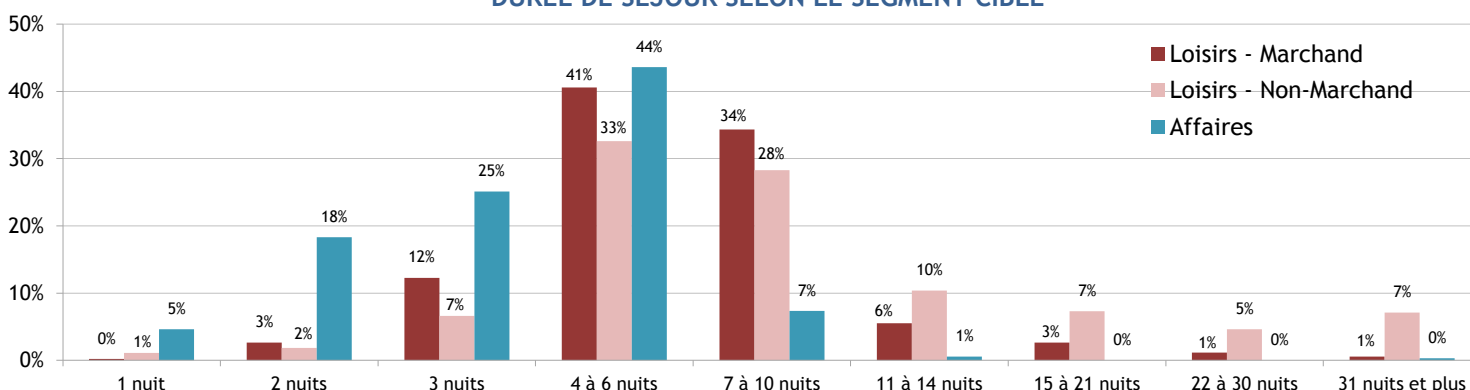
Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin l'hôtel, avec 48%, devant la location (20%, dont 6% pour les résidences de tourisme), les parents et amis (18%) et les résidences secondaires (13%).



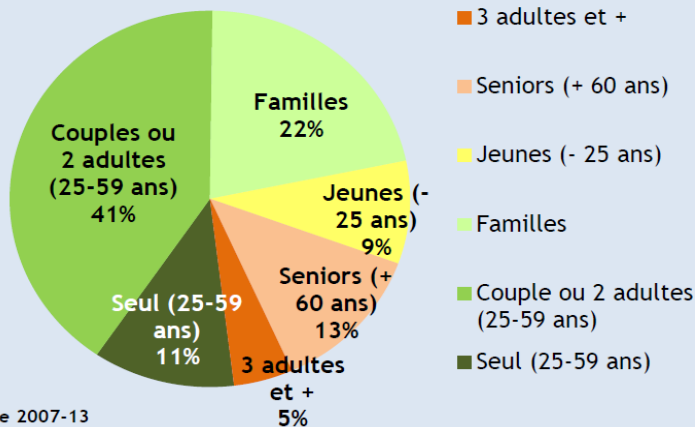
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



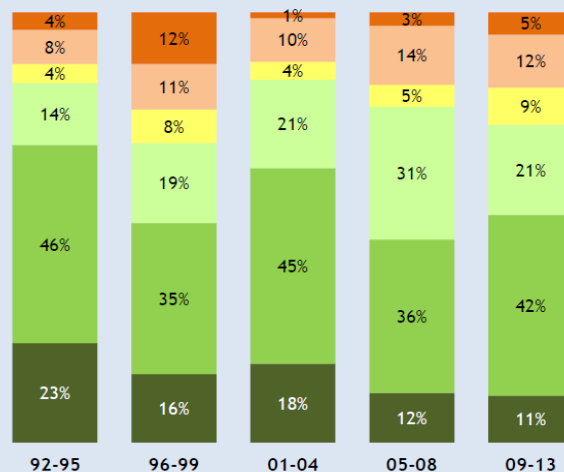
DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



TYOLOGIE LOISIRS AVION



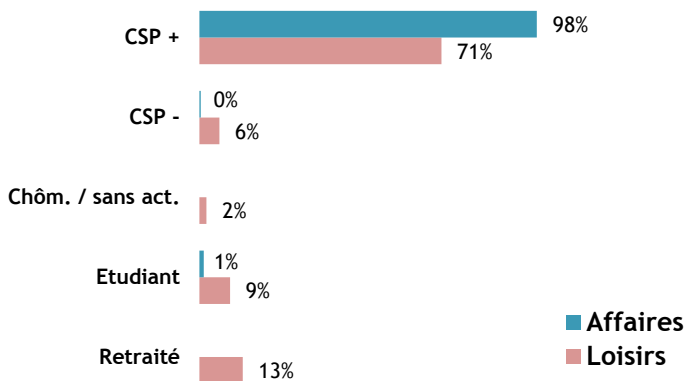
Moyenne 2007-13



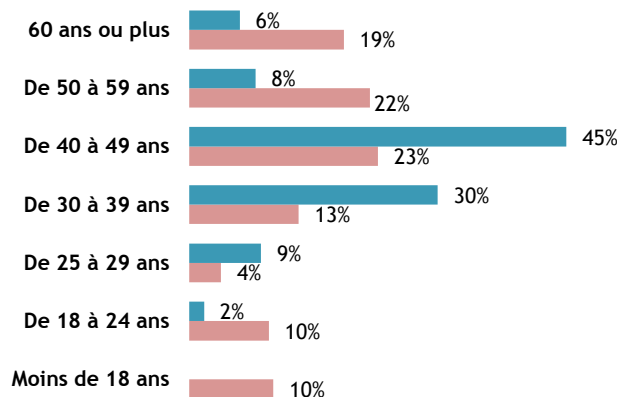
Les Finlandais à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 41% des cas. Les familles (incluant 1,6 enfant en moyenne) constituent le deuxième segment avec 22%. 11% sont des adultes voyageant seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et 5% voyagent à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Jeunes regroupe 9% des séjours et le segment Seniors 13%.

Sur deux décennies, l'évolution est favorable au segment Familles, passé de 14% à 31% puis 21%. La part des Seniors a aussi augmenté, et depuis 2001 celle des Jeunes s'élargit aussi. Ce sont les voyageurs seuls qui ont le plus reculé, baissant de moitié. La part des couples, majoritaires, a fluctué un peu sans réelle tendance.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



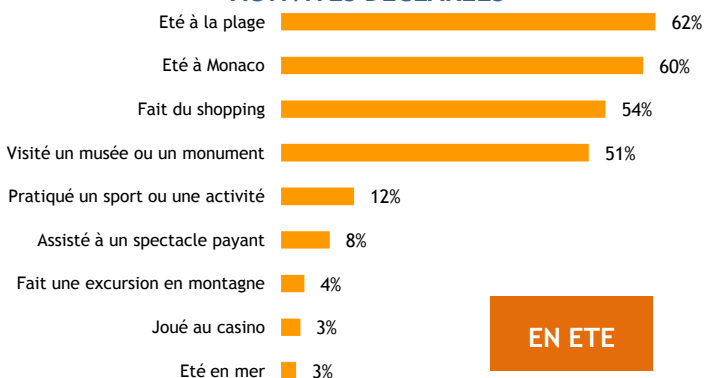
SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



SEGMENT LOISIRS

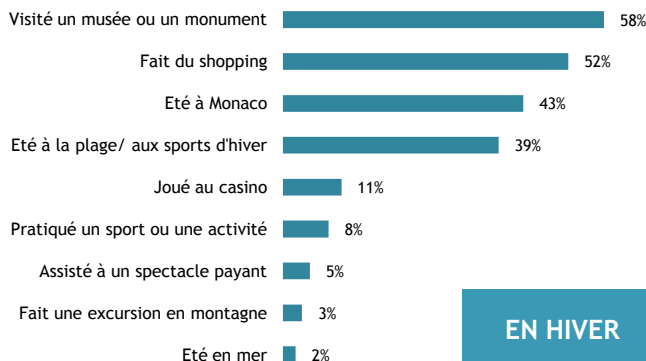
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la plage (62%), la visite de Monaco (60%) et le shopping (54%). En hiver, c'est la visite de musée-monument qui vient en tête avec 58%, devant le shopping (52%) et la visite à Monaco (43%). Sur l'année entière 11% pratiquent un sport ou une activité, 7% assistent à un spectacle payant, mais les excursions en montagne ou en mer sont peu fréquentes (4% et 2%).

ACTIVITES DECLAREES



EN ETE

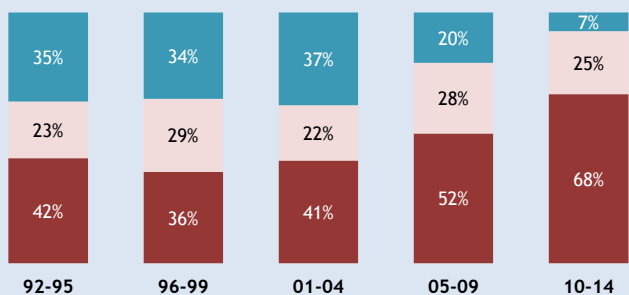
ACTIVITES DECLAREES



EN HIVER

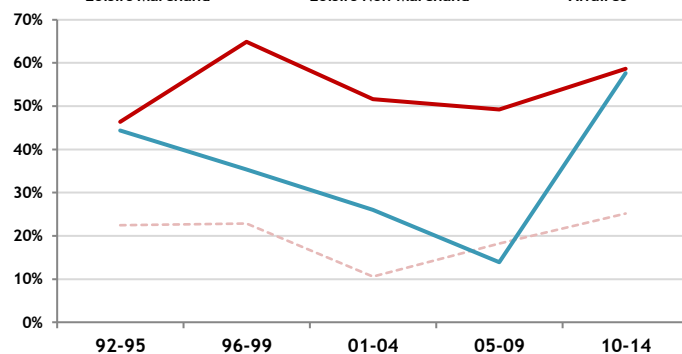
SEGMENTATION CIBLES

Loisirs Marchand Loisirs Non-Marchand Affaires

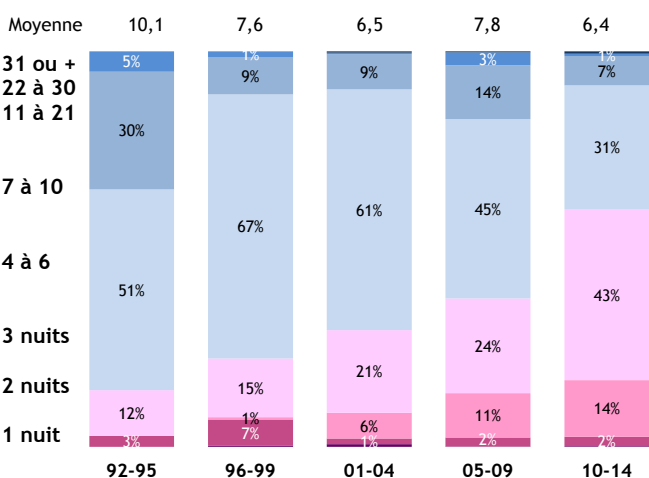


TAUX DE PRIMO-VISITEURS

Loisirs Marchand Loisirs Non-Marchand Affaires



DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



Tendances Visiteurs avion Loisirs

SEGMENTATION CIBLES

Forte progression de la part du Loisirs Marchand depuis 99, stabilité du Loisirs non Marchand mais chute drastique de l'Affaires

TAUX DE PRIMO VISITEURS

Globalement stable avec forte variations pour l'Affaires et une légère tendance haussière pour le Loisirs Marchand

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Perte de 4 nuits en 20 ans. La part des courts séjours a un peu augmenté, mais les 4-6 nuits ont explosé, au détriment des durées supérieures

ZONES DE SEJOUR

Nice se maintient largement en tête avec une part stable. La part d'Antibes avait augmenté en 2001-04 mais chuté ensuite. La part de Cannes est stable

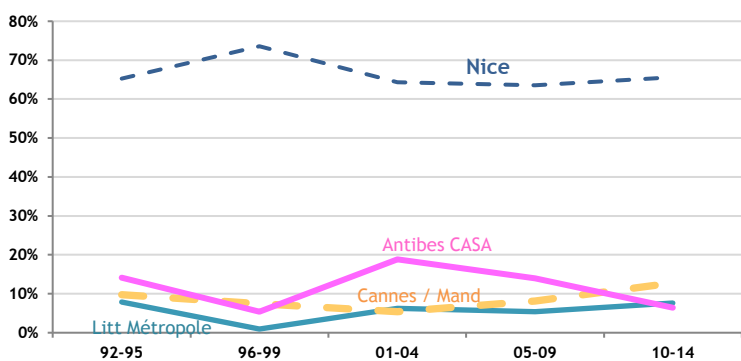
MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel fluctue entre 42 et 52%. Forte croissance de la location. Les parents et amis se maintiennent mais la résidence secondaire recule

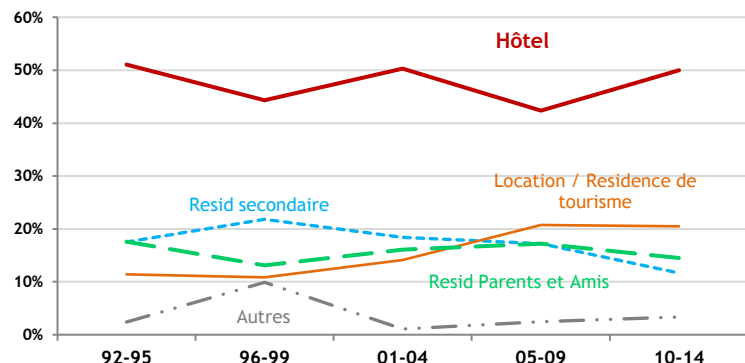
AGE/CSP

Age moyen en hausse. Stabilité des jeunes de -30 ans, hausse sensible des plus de 60 ans au détriment des 40-49 ans, en net repli. Recul des CSP+ au profit des retraités et des étudiants

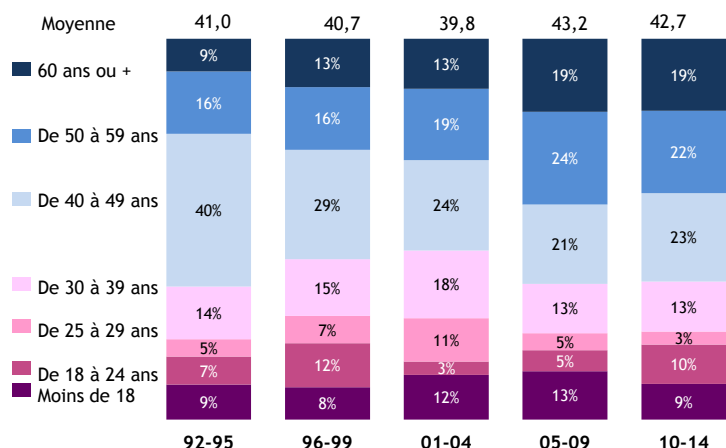
ZONES DE SEJOUR - Loisirs



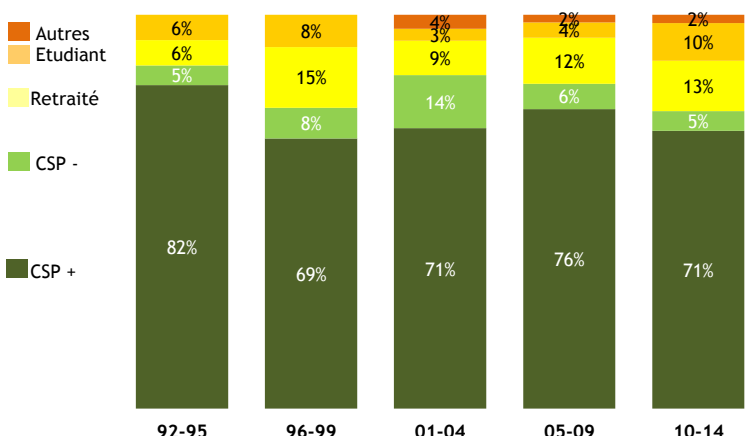
MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)



OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR

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 Finlandais 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 moins de 20% lorsqu'ils viennent par la route ou le train. Le taux de primo-visiteurs est plus élevé parmi les visiteurs route-train.

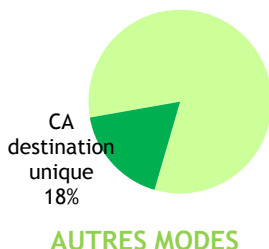
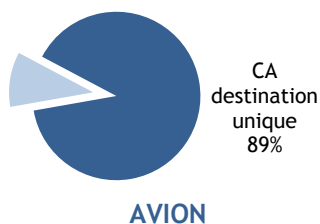
La dépense par jour est assez proche pour les deux segments transports, un peu plus élevée pour l'avion, avec de plus une durée de séjour supérieure. La dépense par séjour est donc nettement plus élevée pour l'avion.

L'âge moyen des Finlandais (âge du répondant uniquement) venant par avion est de 49 ans.

Le segment Loisirs Marchand est largement majoritaire, soit 8 séjours sur 10 quel que soit le mode de transport. Le Loisirs non Marchand concerne autour de 15% des séjours.

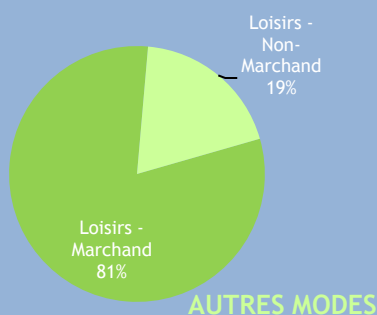
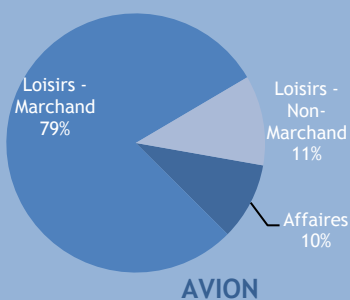
Attention : pour des raisons méthodologiques, ces résultats sont surtout représentatifs des visiteurs effectuant un 1^{er} séjour, et les segments "groupes autocars" et "visiteurs affaires" sont sous-représentés dans ces résultats.

SEJOURS



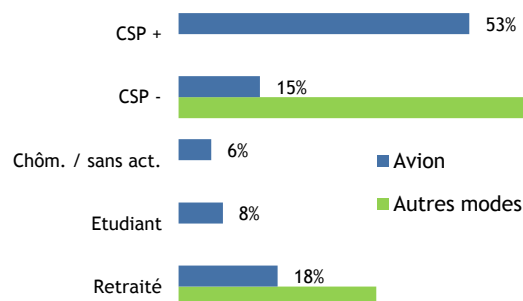
| | Avion | Autres modes |
|---------------------|-------|--------------|
| Dép. par jour | 67 € | 49 € |
| Dép. par séjour | 747 € | 437 € |
| Durée de séjour | 11,1 | 9,0 |
| Nb moy de personnes | 2,0 | 2,1 |
| Taux 1ère visite | 49% | 60% |
| Age moy. répondant | 49 | NC |

SEGMENTATION CIBLES

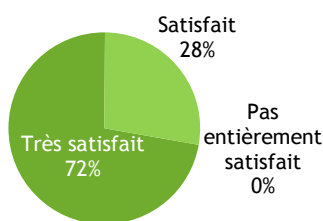
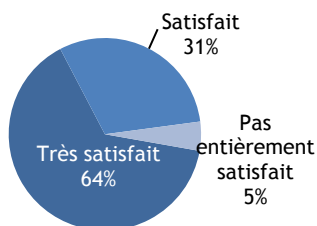


CSP

Les visiteurs appartiennent le plus souvent aux catégories CSP+ pour l'avion et CSP- pour les autres modes (sur un faible échantillon).



SATISFACTION



Mots cités spontanément



En positif



En négatif

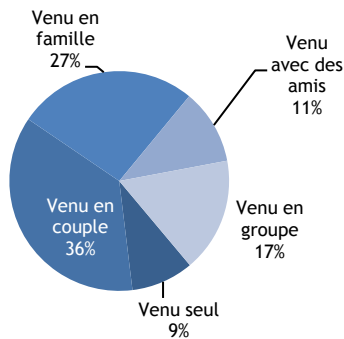
| Primo-visit. | Déjà Venus |
|----------------|--------------|
| 1 weather | 1 weather |
| 2 beautiful | 2 nice |
| 3 nice | 3 food |
| 4 people | 4 beautiful |
| 5 food | 5 people |
| 6 clean | 6 love |
| 7 scenery | 7 climate |
| 8 friendly | 8 atmosphere |
| 9 niceVille | 9 sea |
| 10 interesting | 10 friendly |

| |
|-----------------|
| 1 hotel |
| 2 weather |
| 3 niceVille |
| 4 accommodation |
| 5 evening |
| 6 traffic |
| 7 nice |
| 8 people |
| 9 Friday |
| 10 help |

Les Finlandais sont très satisfaits de leur séjour dans 64% des cas pour les séjours avion et 72% pour les autres modes. Le taux de satisfaction est par conséquent assez bon, mais à l'opposé on trouve 5% de Finlandais ne se déclarant pas entièrement satisfaits (parmi les séjours avion). 73% donnent spontanément un commentaire, positif dans 89% 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" par les visiteurs déjà venus. Les mots qualifiants les plus fréquents sont "beautiful", "nice" et "clean". En négatif apparaissent surtout les termes signifiants "hotel", "weather" et "accommodation".

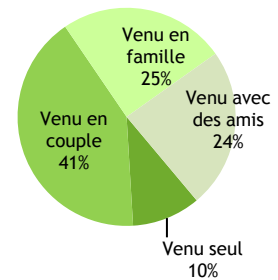
| | | | | | | |
|---------------------|-----|-------------------|-----|------------------|-------------|-------------|
| % avec commentaires | 73% | Nb. Moyen de com. | 2,6 | Nb. Moyen com. % | Positif 89% | Négatif 11% |
|---------------------|-----|-------------------|-----|------------------|-------------|-------------|

SEJOURS LOISIRS PAR TYPE DE GROUPE

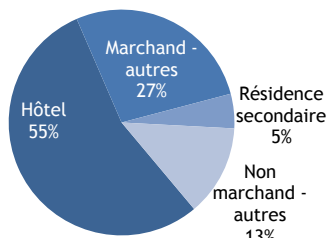


Les visiteurs venus en couple constituent le principal segment quel que soit le transport. Les familles représentent un bon quart des séjours. Un séjour sur 10 est effectué seul.

Les séjours entre amis sont deux fois plus fréquents parmi la route-train.



AVION



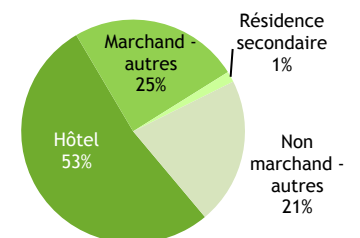
HEBERGEMENT SEJOURS LOISIRS

Les visiteurs par avion séjournent à l'hôtel dans plus de la moitié des cas quel que soit le transport.

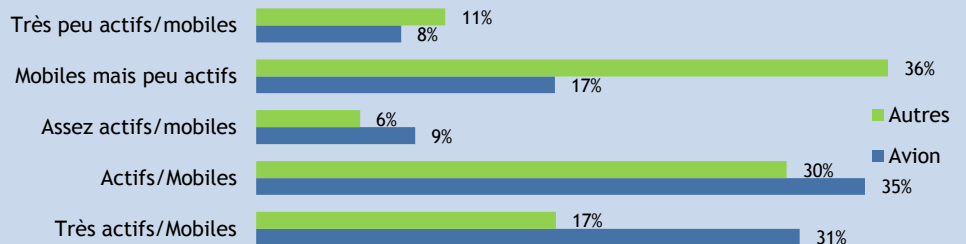
Le taux de séjours chez parents-amis est un peu plus élevé dans le cas de la route-train, tandis que la résidence secondaire est un peu plus fréquente dans le cas de l'avion.

La part de la location est identique quel que soit le transport, soit un quart des séjours.

AUTRES MODES



TYPOLOGIE LOISIRS MOBILITE / ACTIVITES



Les Finlandais séjournant sur la Côte d'Azur sont plutôt mobiles/actifs que sédentaires. Seulement 10% des séjours sont sédentaires/inactifs. Le principal segment est celui des "actifs/mobiles" (un tiers de tous les séjours). 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, le shopping vient en tête, devant la visite de Nice et la visite de musées. La montagne est citée par 30% en été et par 18% en hiver. Les casinos sont cités par environ le quart des Finlandais.

TAUX DE VISITES OU D'ACTIVITES DECLAREES

