

Le Marché Espagnol

L'Espagne est la 4^{ème} économie de la zone €, mais a subi une forte crise économique entre 2008 et 2014, avec une baisse de population du fait de l'émigration.

La richesse est concentrée sur quelques grands pôles régionaux. Les dépenses à l'étranger ont fortement rebondi (+80% entre 2014 et 2019).

C'est un marché atypique en Europe, du fait de la force de son tourisme intérieur et d'un moindre intérêt pour les destinations balnéaires étrangères, notamment la Côte d'Azur. Les attraits classiques de la destination opèrent moins sur cette clientèle. Mais l'Espagne reste un marché de proximité qui conserve un potentiel de croissance. C'est aussi une porte d'entrée en Europe pour les clientèles d'Amérique latine.

La France a accueilli 6,7 millions de séjours espagnols en 2018 (stable), séjournant 5 nuits, et il s'agit de sa 6^{ème} clientèle étrangère.

La Côte d'Azur

Le marché espagnol se place au 7^{ème} rang, mais il figurait au 5^{ème} en 2003 et au 10^{ème} en 2015. Sa contribution à la fréquentation étrangère a donc fortement varié et se limite actuellement à un peu plus de 3%. La Côte d'Azur accueille 3,4% des nuitées hôtels en France, l'un des plus faibles niveaux observés. **La part de marché est faible et longtemps en baisse, mais stable sur la dernière décennie.**

Régions d'origine : 37% proviennent de Madrid-Centro, 35% de l'Este (Catalogne, Valencia), 10% du Sud, 7% du NorEste, 6% des Iles (Baléares et Canaries) et 5% du NorOeste.

Chiffres clés

270 000 séjours de 5 nuits en moyenne, dont :
- 130 000 séjours en hôtels et résidences
- 60 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 130 résidences secondaires

Dépense : 83€/jour, 508€/séjour

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 51%, juillet-août = 29%, hiver = 25%. Pointe en août (16%)

Visiteurs avion : 46% des visiteurs avion repartent sur des vols vers Madrid, 42% vers Barcelone, 3% vers Paris, 2% vers Zurich/Genève, 1% vers Londres, 1% vers Palma, 1% vers Toulouse, 1% vers Malaga, 1% vers Séville

Points forts

- taux de départ à l'étranger présentant un potentiel de croissance
- durée élevée des congés et jours fériés
- une clientèle plus jeune (doublement de la part des jeunes parmi les séjours avion)
- une demande hivernale : part des séjours hiver élevée (25%) et croissance de la demande marchande en hiver ; contribution maximale entre Octobre et Février
- au 1er rang des marchés pour le taux de séjours avion en Mars-Avril

Ce marché n'inclut que l'Espagne et ses dépendances, soit une population de 47 millions d'habitants (dont 5 millions d'étrangers), en baisse entre 2012 et 2016 (âge moyen : 39 ans).

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2019 : +4,2%/an

Dépenses à l'étranger

24,9 milliards €, au 11^{ème} rang mondial en 2019 (16^{ème} en 2015) - Tendance annuelle moyenne 2005-2019 : +5,6%

Nombre de jours de congés payés

22 + 12 jours fériés = 34

Visa nécessaire pour la France : NON (espace Schengen)

Particularités du calendrier : semana santa en mars-avril (en 2019 du 14 au 20 avril, en 2020 du 5 au 11 avril)

C'est un marché...

- de proximité
- de loisirs et d'affaires (1/3 des séjours avion), et de croisiéristes
- pour l'hôtellerie 2-3-4*
- de visiteurs jeunes actifs, souvent en couple ou en famille
- de visiteurs jeunes (moyenne 37 ans) ; les 2/3 des séjours avion de Loisirs réalisés par des moins de 40 ans
- à motivation activités urbaines, sportives, festives et shopping plutôt que balnéaire ou culturelle

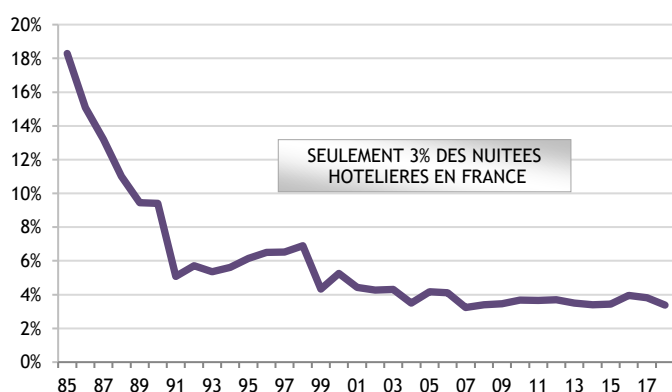
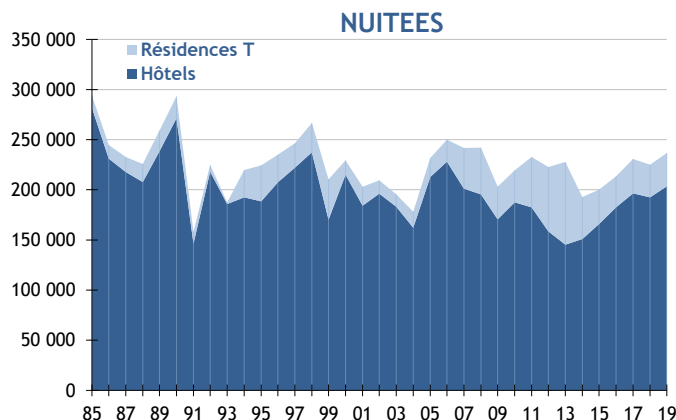
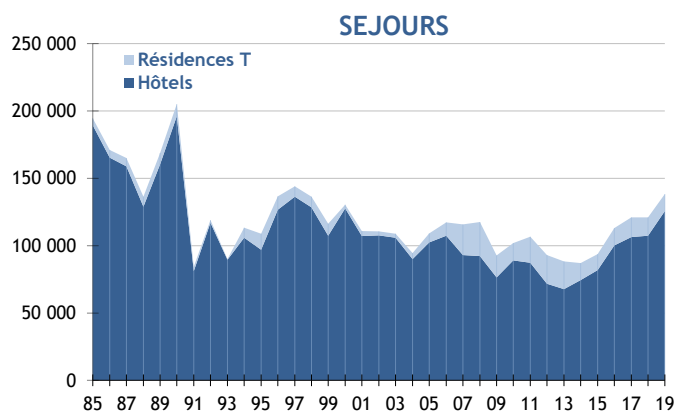


Points faibles

- très faible part de marché de la destination sur ce marché, pourtant proche et en direction de l'Italie
- faible durée des séjours et dépense par séjour par conséquent limitée (avant-dernier rang des marchés)
- mauvaise desserte ferroviaire et offre aérienne low cost non mature
- forte proportion d'hébergements non marchands
- un taux d'insatisfaction élevé (3^{ème} rang des marchés)

OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR

Les séjours espagnols en hôtels et résidences ont assez fortement fluctué, mais progressent à présent régulièrement. Au début de la décennie 90, le flux autocars passant par l'hôtellerie niçoise s'est asséché, puis les séjours en résidences ont connu une poussée entre 2005 et 2013. Le volume global de nuitées marchandes s'est plutôt bien maintenu, grâce à l'allongement de la durée des séjours. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève actuellement à 10% des séjours et 14% des nuitées.



PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Espagnols n'en réalisent plus que 3,4% sur la Côte d'Azur, alors que cette part a culminé à 18% en 85, lorsque le passage des autocars était à son maximum. La chute de la part de la région a donc été spectaculaire.

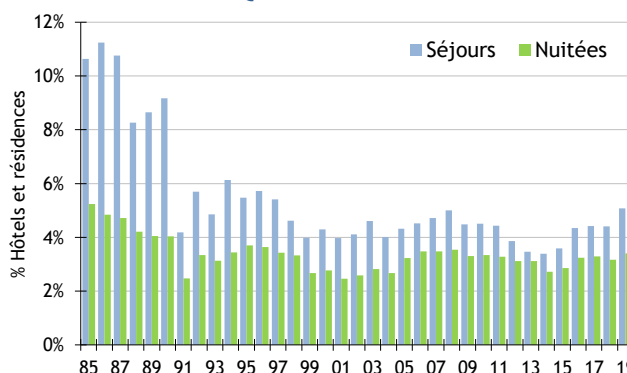
Le rebond observé entre 91 et 98 n'a pas duré, et la part est passée en deçà des 4% dès 2007. Elle apparaît stabilisée à ce niveau depuis.

La part des Espagnols dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences a fortement fluctué, chutant successivement entre 86 et 91, en 99 puis de nouveau en 2009-13. On observe une remontée ensuite.

La contribution de ce marché reste donc limitée à 3,4% des nuitées étrangères, (pour 5% des séjours).

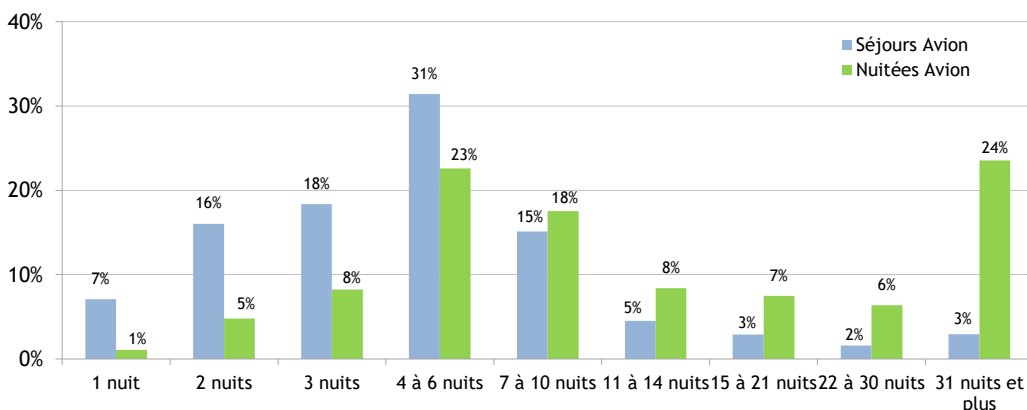
La part des nuitées est restée, généralement, nettement plus faible que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour très courte.

CONTRIBUTION DES ESPAGNOLS A LA FREQUENTATION ETRANGERE

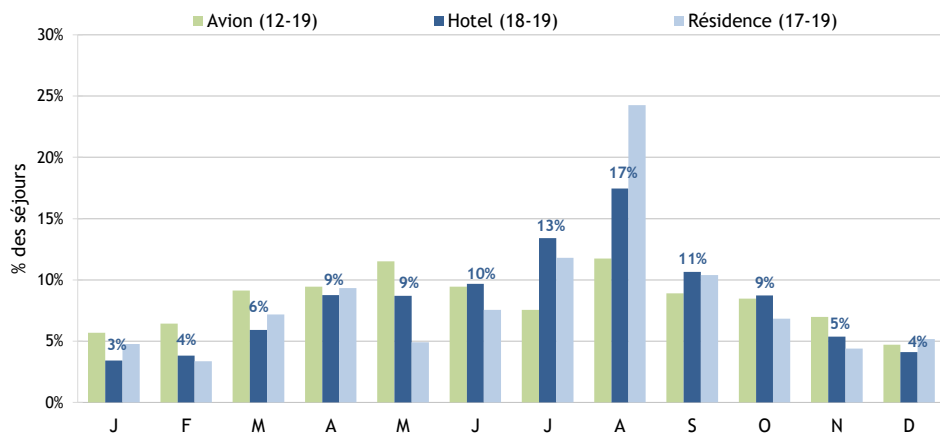


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Espagnols est faible sur la Côte d'Azur. Les séjours par avion durent 7,3 nuits en moyenne (7,1 pour le Loisirs et 5,7 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchand durent 8,6 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) groupent 41% du total. Dans l'hôtellerie, les séjours sont très courts, soit 2,1 nuits en moyenne, et ils sont un peu plus longs dans les résidences (3,4 nuits). Pour les séjours avion, le principal segment est le 4-6 nuits, soit 3 séjours sur 10. Les séjours de plus de 3 semaines sont rares mais pèsent pour 30% des nuitées avion totales.



	Durée	Nuits
	Hôtels	2,1
	Résidences	3,4
	Hôtels+Rés.	2,6
Avion 12-19	Moyenne	7,3
	Loisirs	7,1
	Dont Héb marchand	5,4
	Dont Héb non-march	8,6
	Affaires	5,7
	Dont MICE	3,7
	Dont Autres affaires	6,8



Hotels + Résidences		
18-19	SEJOURS	NUITEES
J	4,4%	4,1%
F	3,4%	3,4%
M	6,3%	6,8%
A	7,9%	8,4%
M	8,3%	8,5%
J	10,5%	10,0%
J	13,1%	12,0%
A	15,8%	17,4%
S	11,1%	11,0%
O	8,6%	8,2%
N	6,1%	5,7%
D	4,5%	4,7%

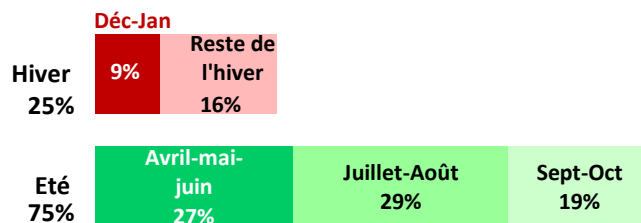
Les séjours espagnols sont plutôt bien répartis sur l'année, mais avec une pointe marquée en Août. Il existe un flux hivernal et printanier (au 1er rang des marchés pour le taux de séjours avion en mars-avril). La fréquentation reste soutenue dès Mars et jusqu'en Novembre. Les séjours avion sont bien répartis sur l'année mais avec un creux inhabituel en Juillet.

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.

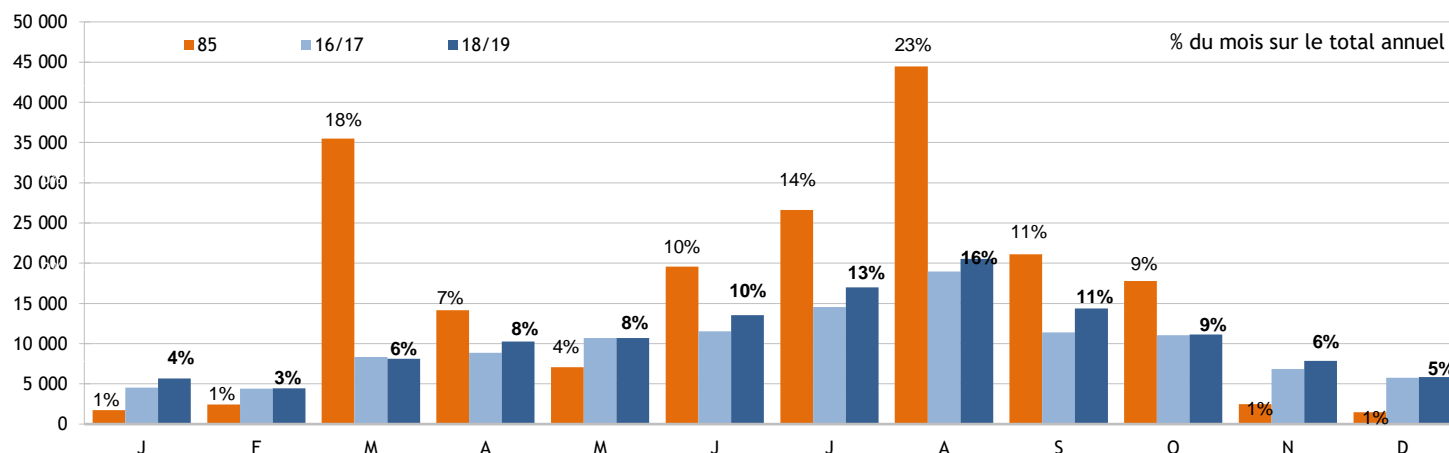
Les nuitées hébergements sont bien réparties entre Mars et Novembre, et la part de l'hiver atteint les 25%, avec près d'un séjour sur 10 en Décembre-Janvier. Le mois de pointe, Août, réalise plus de 17% des nuitées. La période de Juin à Septembre représente seulement 50% du total annuel, l'un des taux les plus bas parmi les étrangers.

L'évolution des séjours hébergements depuis 1985 (en volume) montre une chute drastique de la demande en Mars, et très forte également sur les mois d'Avril et de Juin à Octobre (reflux du segment des groupes autocars), mais une progression, voire une forte progression, pour tous les autres mois. Elle est surtout marquée en Décembre (+300%), Novembre et Janvier (+220%). Concernant la part de chaque mois, on note entre 85 et 2018/19 une croissance de la part des séjours réalisés en Janvier-Février, Mai et surtout en Novembre-Décembre.

NUITEES 2017/18 - HOTELS ET RESIDENCES

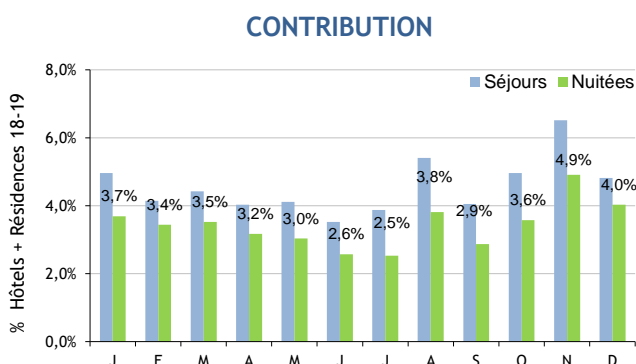


EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



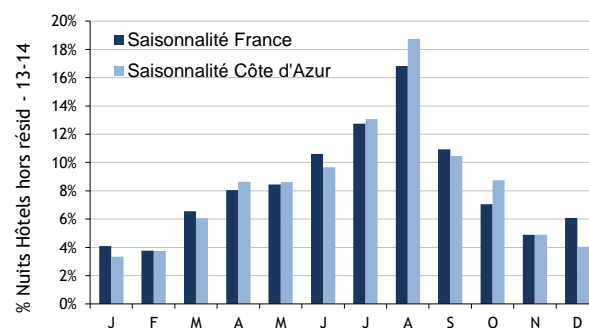
POTENTIEL MENSUEL

La part des Espagnols sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie peu d'un mois à l'autre, sauf en fin d'année, soit 2,5% en Juillet mais jusqu'à 4,9% en Novembre. Le marché espagnol représente une cible importante pour les mois d'hiver. La part de marché Côte d'Azur/France est très faible en hiver (seulement 2,3% en Décembre) et ne s'élève qu'en Octobre (4,3%). Si on compare la distribution mensuelle des nuitées entre la France et la Côte d'Azur, on constate seulement un potentiel intéressant sur Décembre, avec une présence importante en France mais moindre sur la Côte d'Azur.

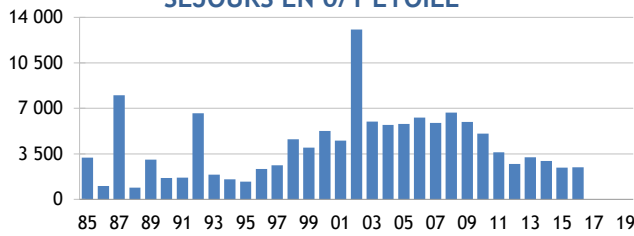


PDM 06/F	
J	2,8%
F	3,4%
M	3,2%
A	3,7%
M	3,5%
J	3,1%
J	3,5%
A	3,8%
S	3,3%
O	4,3%
N	3,5%
D	2,3%

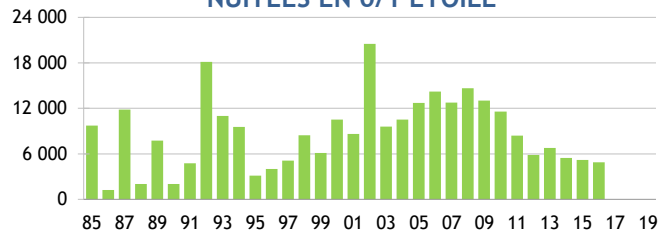
POTENTIEL SUR LA FRANCE



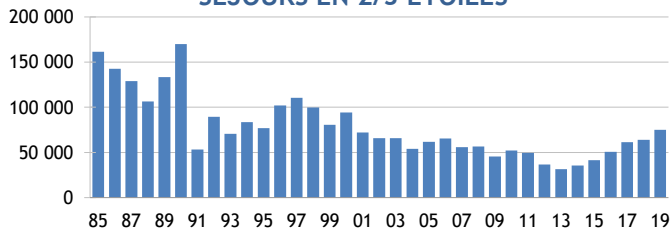
SEJOURS EN 0/1 ETOILE



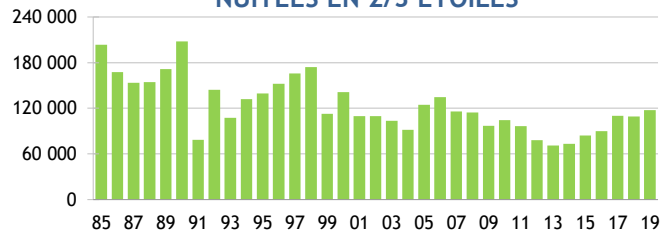
NUITEES EN 0/1 ETOILE



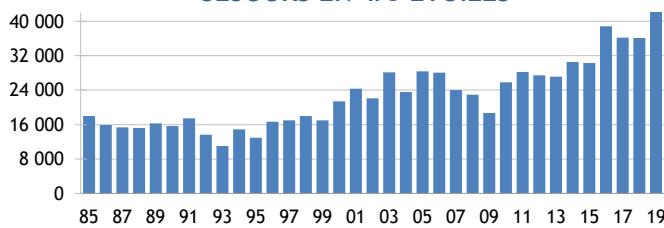
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



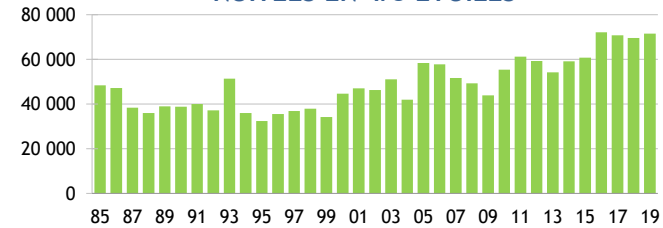
NUITEES EN 2/3 ETOILES



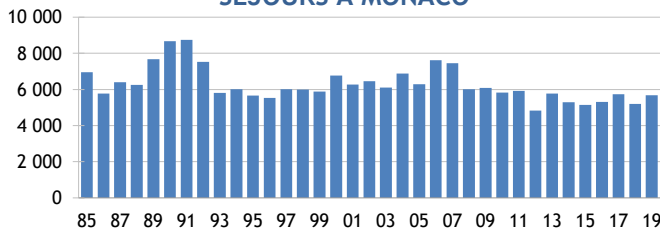
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



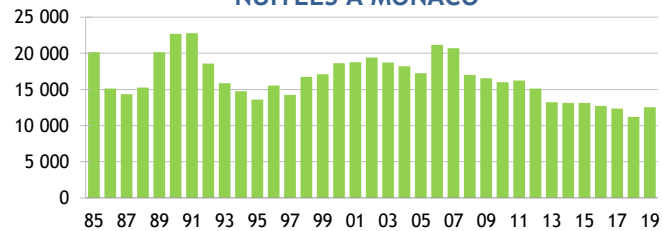
NUITEES EN 4/5 ETOILES



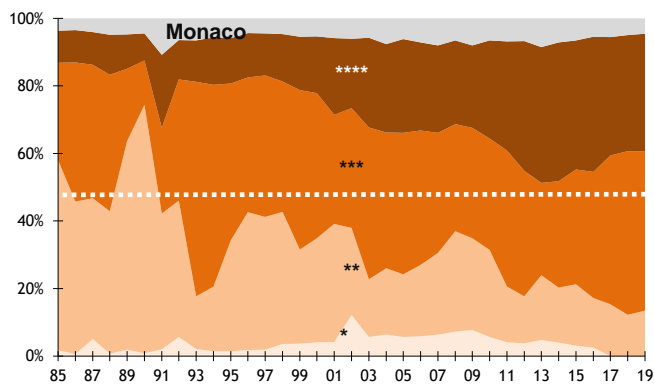
SEJOURS A MONACO



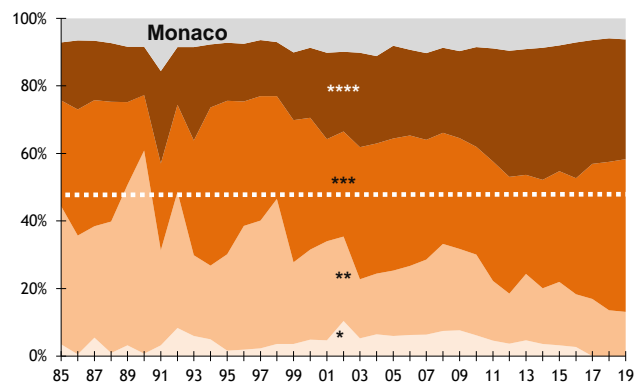
NUITEES A MONACO



REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



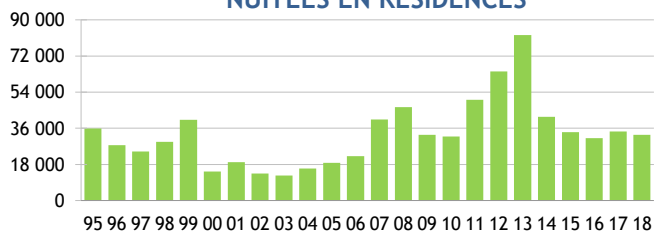
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



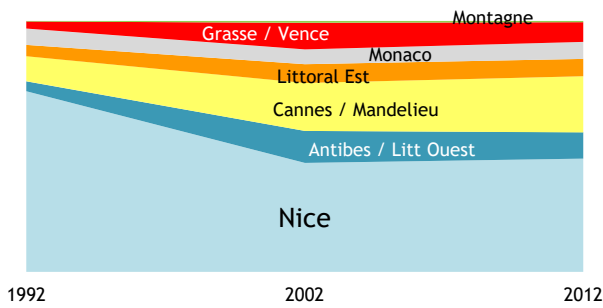
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



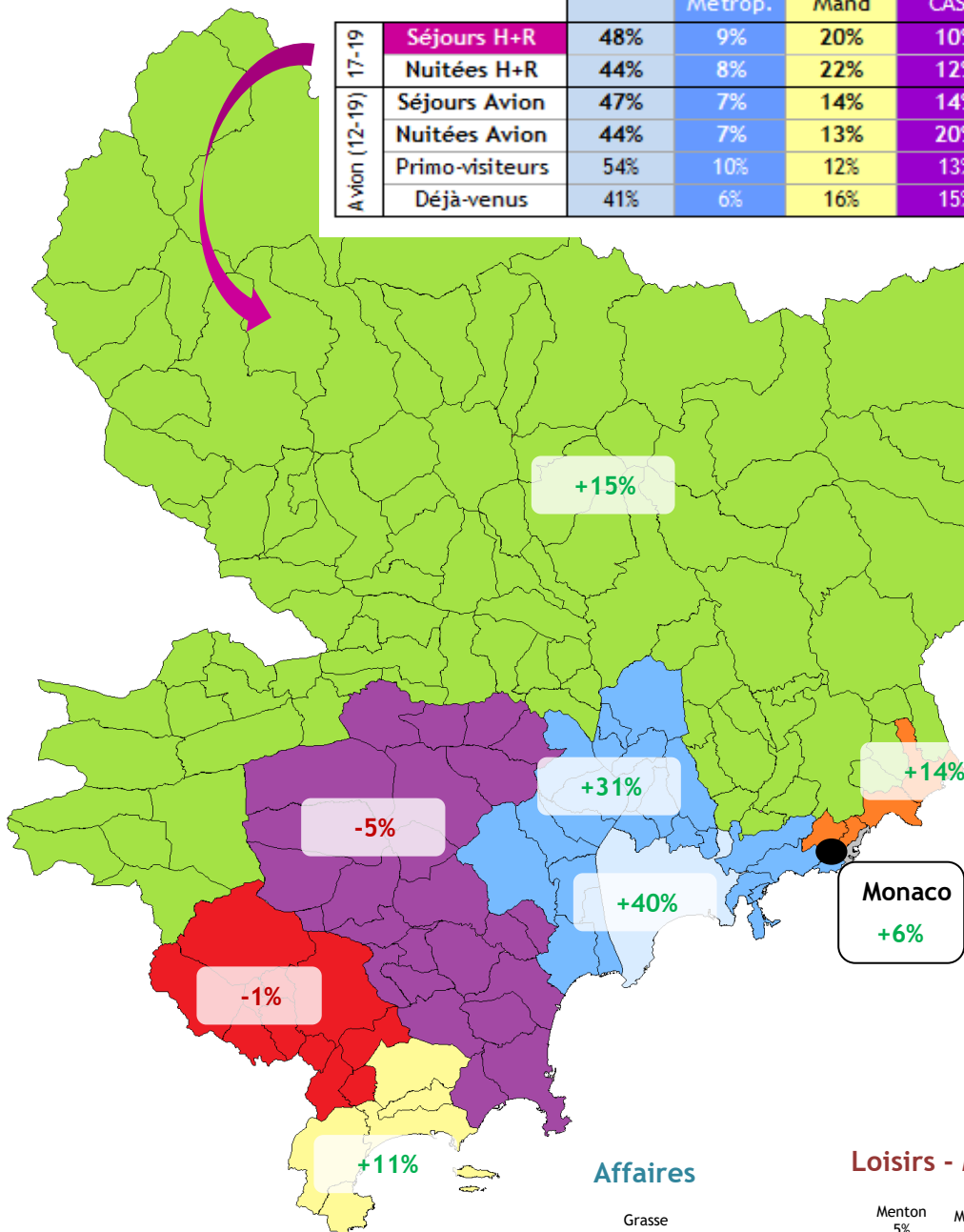
TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



Historiquement, les Espagnols étaient surtout présents dans l'hôtellerie niçoise, du fait du passage à l'aller et au retour des groupes autocars. La part de Nice a chuté entre 92 et 2002, glissant de 72% à 45%, un niveau encore élevé.

Cette évolution a profité à toutes les autres zones sauf Monaco, restée stable à moins de 7%. Cannes est restée la seconde zone choisie, passant de 10 à 22%. Antibes-Littoral Ouest a fortement progressé, passant de 4 à 10%.

		Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
17-19	Séjours H+R	48%	9%	20%	10%	5%	4%	2%	1%
	Nuitées H+R	44%	8%	22%	12%	6%	5%	2%	1%
Avion (12-19)	Séjours Avion	47%	7%	14%	14%	4%	10%	2%	1%
	Nuitées Avion	44%	7%	13%	20%	6%	6%	3%	0%
	Primo-visiteurs	54%	10%	12%	13%	2%	6%	3%	0%
	Déjà-venus	41%	6%	16%	15%	4%	15%	1%	2%

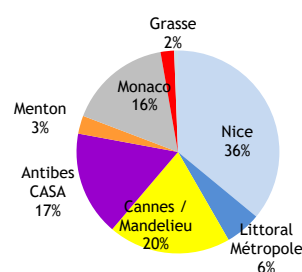


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2017-19 sont : Nice (48% des séjours hébergements et 47% des séjours avion), suivie de Cannes-Mandelieu (20% et 14%) et d'Antibes-CASA, qui accueille 14% des visiteurs avion mais 20% de leurs nuitées totales. La part de Monaco est réduite dans les hébergements (4%), mais la Principauté accueille un séjour avion sur dix.

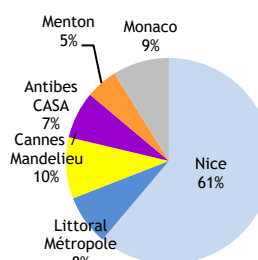
Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 54% des primo-visiteurs choisissent cette zone (et 13% choisissent Antibes-CASA, au second rang). 61% des séjours Loisirs Marchand sont hébergés à Nice et 10% à Cannes. 43% des séjours Loisirs non Marchand sont hébergés à Nice et 18% à Antibes. Pour le segment Affaires, Nice accueille 36% des séjours, devant Cannes (20%) et Antibes (17%).

En 2017-19 (voir carte), on note une forte progression des séjours hébergements sur toutes les zones, et surtout à Nice (+40%) et Littoral Métropole (+31%), mais aussi à Menton (+14%) et Cannes (+11%). Les séjours baissent à Antibes.

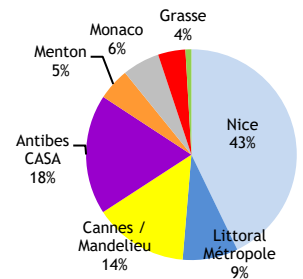
Affaires

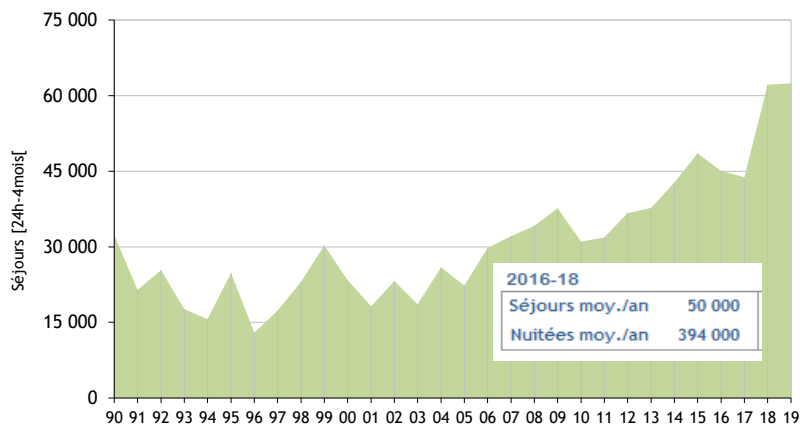


Loisirs - Marchand



Loisirs - Non Marchand





La part des Espagnols arrivant par avion sur la Côte d'Azur est encore faible, soit environ un quart des séjours, mais elle est en forte progression depuis une quinzaine d'années. Le volume de séjours avion avait fortement chuté jusqu'en 96 avant de décoller en ligne avec l'offre low cost. On dénombre à présent plus de 60 000 séjours avion.

Les séjours par avion durent en moyenne 7,3 nuits, et pour les 2 cibles Motifs Loisirs le principal segment est le séjour de 4-6 nuits. Pour les séjours Loisirs non Marchand, le segment 7-10 nuits est important aussi (un séjour sur 4) et la durée moyenne atteint 8,6 nuits. Les séjours Affaires durent 2 ou 3 nuits dans la moitié des cas.

Le taux de satisfaction global est bon avec 82% de "très satisfaits", mais également 7% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs atteint 42%, voire 68% pour le seul Loisirs Marchand, témoignant d'une difficulté à fidéliser la clientèle comme du caractère relativement neuf de ce segment de la demande.

La dépense moyenne par jour se situe à un bon niveau à 82€ par jour/pers., mais la dépense par séjour n'est que de 508€. Le segment "basse contribution" concerne 17% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 15%.

La clientèle est jeune, âgée de 37 ans en moyenne, voire 34 ans en Loisirs Marchand. Le principal segment âge en Loisirs est le 30-39 ans (23%).

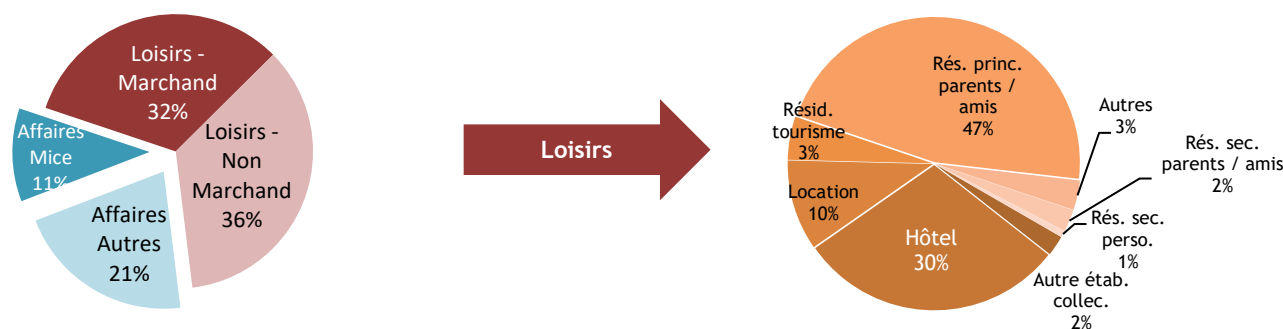
2012-19	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	7,3	5,4	8,6	5,7
Age moyen	37	34	37	40
Nb Personnes	1,6	1,9	1,4	1,4
Taux 1 ^{ère} visite	42%	68%	31%	30%
Dépense/séjour	508 €	632 €	388 €	500 €
Dépense/jour	83 €	132 €	50 €	87 €
> 200€ / jour	15%	19%	5%	21%
De 30 à 200€ /jour	68%	77%	63%	62%
<30€ / jour	17%	3%	32%	16%
Satisfaction				
Très satisfaits	82%	86%	85%	76%
Satisfaits	11%	7%	9%	16%
Non entièr. satisfaits	7%	7%	6%	8%

SEGMENTATION CIBLES

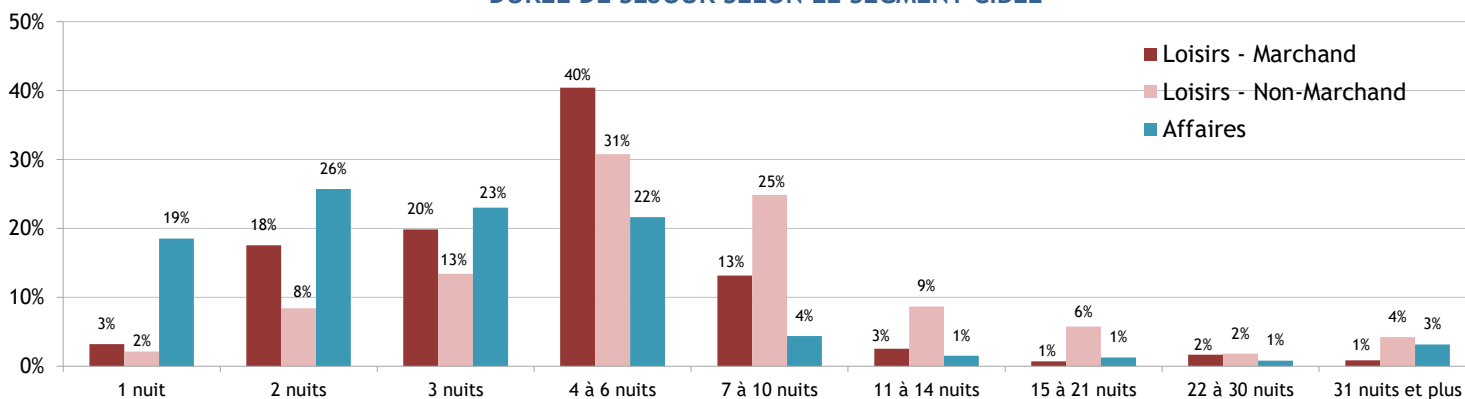
Le segment Loisirs Marchand est encore faible parmi les visiteurs avion, avec un petit tiers du total, derrière le Loisirs non Marchand (36%) et l'Affaires, qui génère près d'un tiers des séjours avion, dont 11% de MICE.

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est donc de loin la résidence des parents et amis, dans 47% des cas, devant l'hôtel, qui accueille 30% des séjours Loisirs. La location concerne 13% des séjours Loisirs, mais seuls 3% des séjours ont lieu en résidences secondaires.

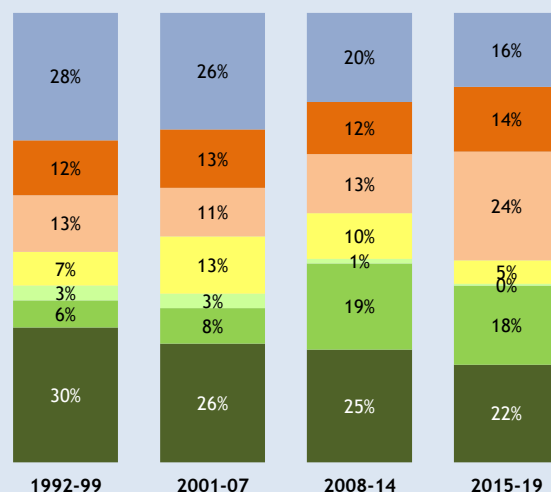
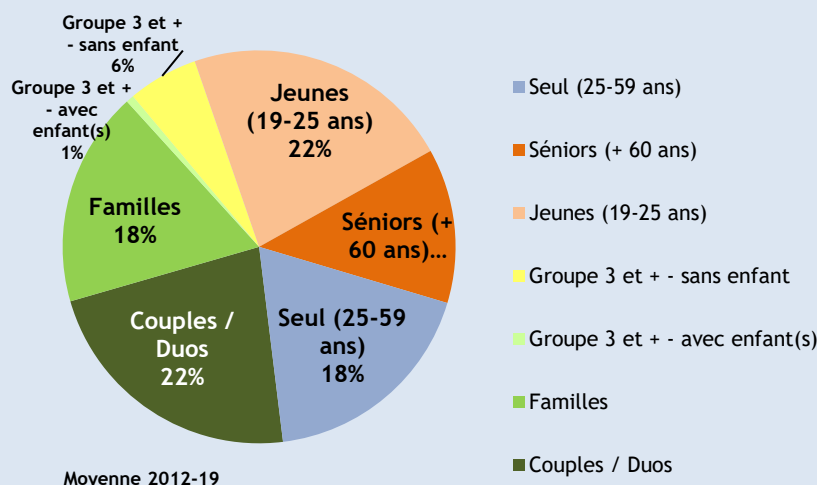
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



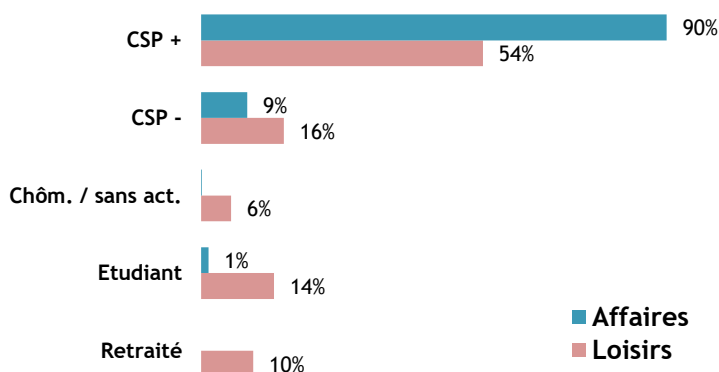
TYOLOGIE LOISIRS AVION



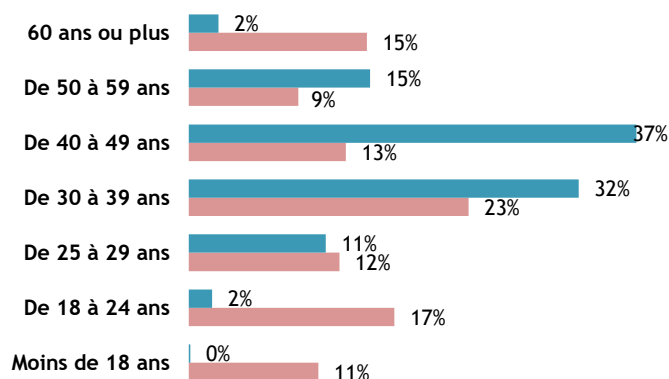
Les Espagnols à motif Loisirs se répartissent équitablement entre les segments. Les Couples-Duos forment 22% de la demande Loisirs avion, devant les Jeunes (22%), les Familles (19%, incluant 1,5 enfant en moyenne), les voyageurs seuls 18% (qui peuvent rejoindre aussi des visiteurs déjà sur place) et les Séniors (seulement 13% du total). 6% voyagent à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés).

Sur près de trois décennies, l'évolution est favorable au segment Familles qui a triplé sa part, au détriment des Couples-Duos et surtout des Voyageurs seuls. On note récemment une bien plus forte présence des Jeunes et globalement une diversification croissante des profils de visiteurs avion.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



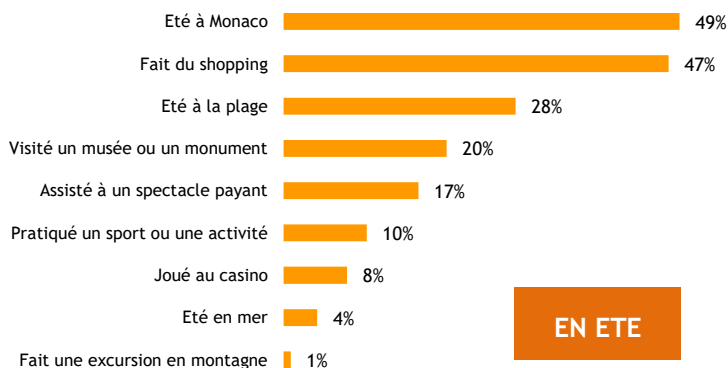
SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



SEGMENT LOISIRS

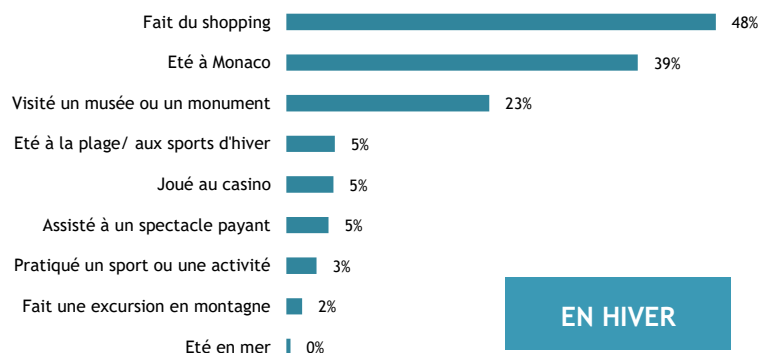
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la visite de Monaco (49%), le shopping (47%), et la plage (28%). 17% assistent aussi à un spectacle payant. En hiver, c'est le shopping qui vient en tête avec 48%, devant la visite de Monaco (39%) et la visite de musée-monument (23%). Sur l'année entière on note un taux relativement élevé de spectacle payants (13%), et 8% pratiquent un sport ou une activité.

ACTIVITES DECLAREES



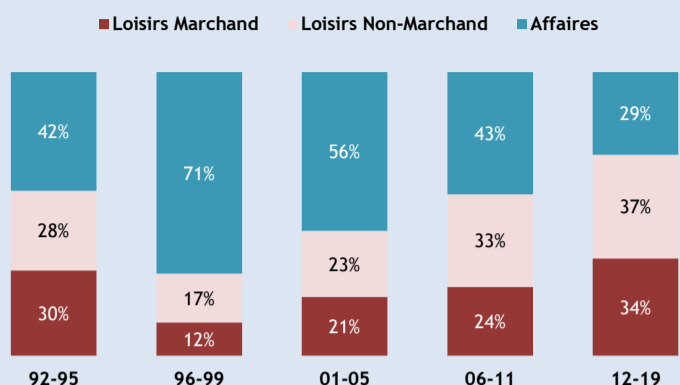
EN ETE

ACTIVITES DECLAREES

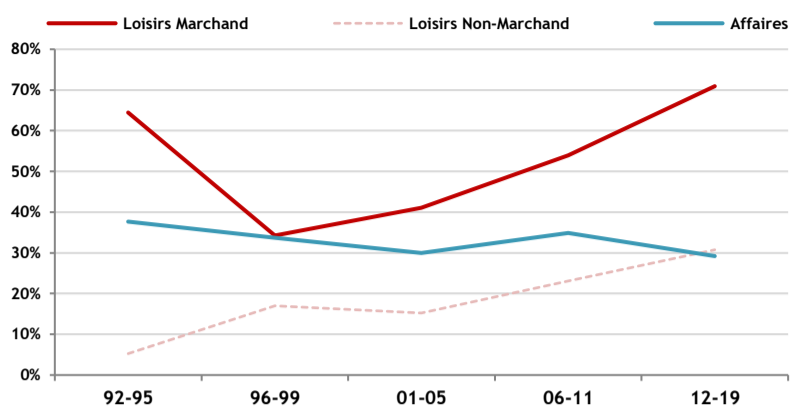


EN HIVER

SEGMENTATION CIBLES



TAUX DE PRIMO-VISITEURS



Tendances Visiteurs avion Loisirs

SEGMENTATION CIBLES

Chute et rebond de la part du Loisirs Marchand comme du Loisirs non Marchand. Recul de la part de l'Affaires (après forte croissance entre 96 et 99)

TAUX DE PRIMO VISITEURS

En progression pour les deux segments Loisirs, en baisse pour l'Affaires

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Forte fluctuations de la structure et de la durée moyenne, en baisse. Période 2001-07 atypique avec nombreux courts séjours. Depuis, forte croissance des 4-6 N

ZONES DE SEJOUR

Nice reste en tête à près de 50%. Forte chute de Cannes au profit d'Antibes (rebond) et progression forte de Menton

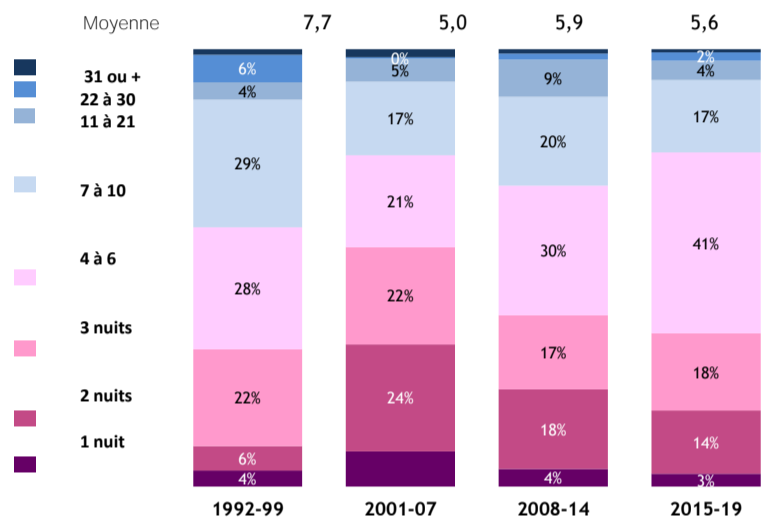
MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel chute à moins de 30%, au profit des séjours chez parents et amis et de la location, en forte hausse. Chute de la résidence secondaire

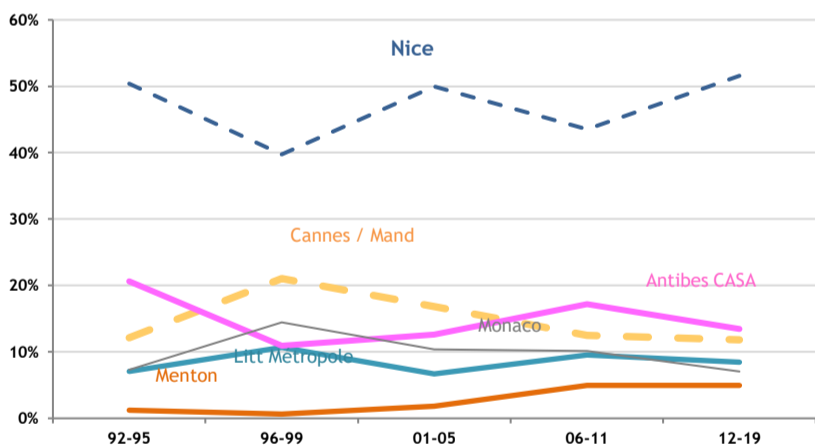
AGE/CSP

Baisse récente de l'âge moyen. Hausse des -25 ans, net recul de la part des 40-49 ans et stabilité des classes supérieures. Hausse et rechute des CSP+ qui restent largement majoritaires. Croissance de la part des étudiants. Hausse et rechute des retraités.

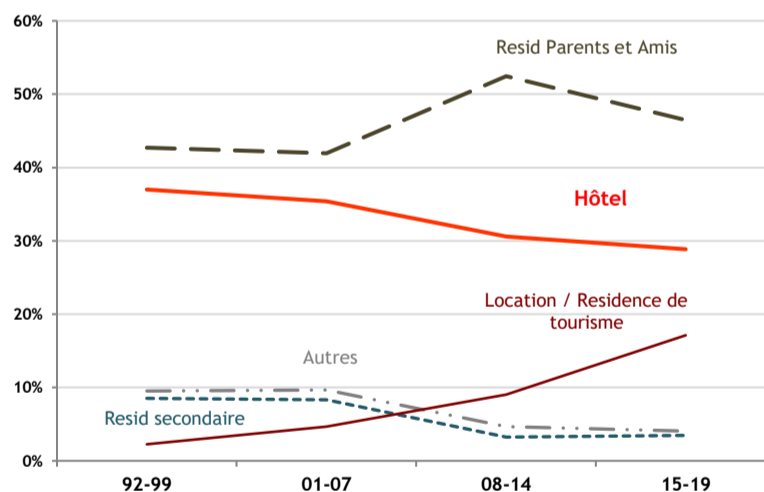
DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



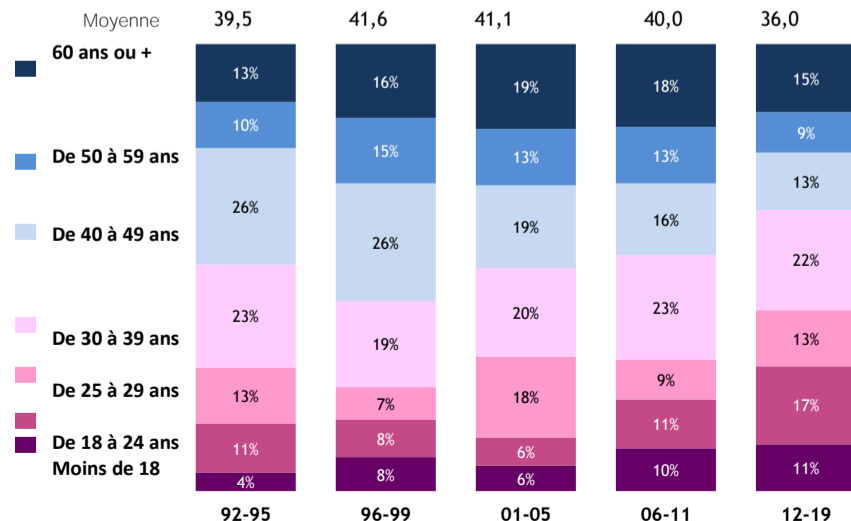
ZONES DE SEJOUR - Loisirs



MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)

