

## Le Marché Espagnol

L'Espagne est la 4<sup>ème</sup> économie de la zone €, mais subit une forte crise économique depuis 2008, avec une population en baisse du fait de l'émigration. Les dépenses à l'étranger n'augmentent plus.

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 intéressant. C'est aussi une porte d'entrée en Europe pour les clientèles d'Amérique latine.

La France a accueilli 5,3 millions de séjours espagnols en 2012 (-12%).

### La Côte d'Azur

Le marché espagnol se place au 10<sup>ème</sup> rang, mais il figurait au 5<sup>ème</sup> en 2003. Sa contribution à la fréquentation étrangère se limite à 3%. La Côte d'Azur accueille 3,5% des nuitées hôtels en France, l'un des plus faibles niveaux observés sur les marchés. La part de marché est faible et en baisse (mais stable sur la dernière décennie).

**Principales régions d'origine :** 35% proviennent de l'Este (Catalogne, Valencia), 25% de Madrid-Centro, 15% du Sud, 10% du Noreste, 9% des Iles (Baléares et Canaries) 6% du Noroeste.

Ce marché n'inclut que l'Espagne et ses dépendances, soit une population de 47 millions d'habitants, en baisse depuis deux ans (âge moyen : 39 ans).

#### PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2013 : +2,1%/an

#### Dépenses à l'étranger

12,2 milliards €, au 21<sup>ème</sup> rang mondial en 2013 - Tendance annuelle moyenne 2005-2013 : 0%

#### Nombre de jours de congés payés 2013

22 + 12 jours fériés = 34

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

**Particularités du calendrier :** semana santa en mars-avril (en 2015 du 29 mars au 5 avril)

## C'est un marché...

- de proximité
- de groupes et d'individuels par la route
- de loisirs et d'affaires (part très élevée des séjours avion)
- pour l'hôtellerie 2-3-4\*
- de groupes et d'individuels, actifs et plutôt jeunes (moyenne 41 ans)
- à motivation activités urbaines, sportives et shopping plutôt que balnéaire
- à l'avant dernier rang pour le taux de fréquentation des plages en hiver et pour le taux de shopping

## Chiffres clés

- 180 000 séjours de 5,9 nuits en moyenne, dont :
- 87 000 séjours en hôtels et résidences
- 38 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 120 résidences secondaires

Dépense : 95€/jour, 569€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : NC

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 50%, juillet-août = 30%, hiver = 26%. Pointe en août (16%)

Visiteurs avion : la moitié des visiteurs avion repartent sur des vols vers Madrid, 30% vers Barcelone, 7% vers Paris, 3% vers Zurich, 2% vers Londres, 2% vers Malaga



## Points forts

- en phase de reprise
- taux de départ à l'étranger présentant un potentiel de croissance
- durée élevée des congés et fériés
- moindre saisonnalité avec part des séjours en hiver élevée (29%) et croissance de la demande marchande en hiver
- contribution maximale en Février et Novembre



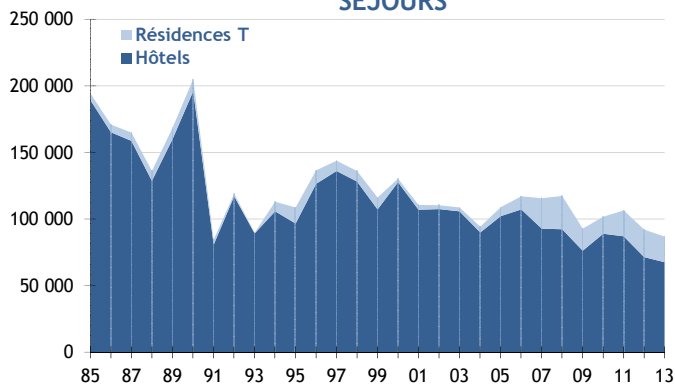
## Points faibles

- une population qui se réduit
- très faible part de marché de la destination, pourtant proche et en direction de l'Italie
- faible durée des séjours, l'une des plus basses y compris en résidences de tourisme
- mauvaise desserte ferroviaire et offre aérienne directe en low cost insuffisante
- forte proportion d'hébergements non marchands
- L'insatisfaction exprimée porte surtout sur le rapport qualité/prix de l'hébergement, les transports locaux et la météo

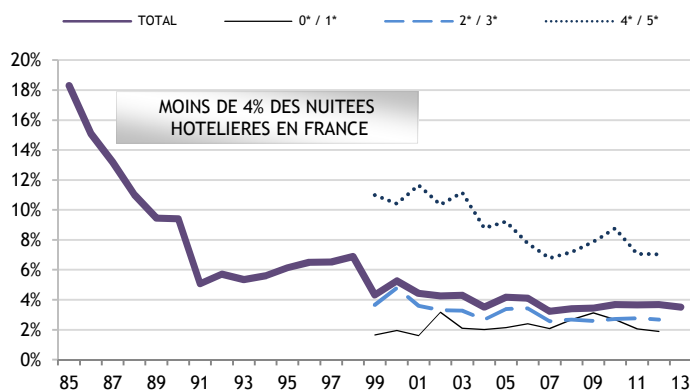
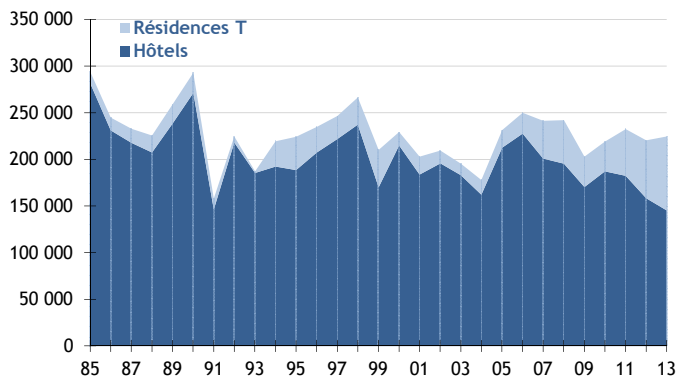
## OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR

Les séjours espagnols en hôtels ont fortement reflué du fait de la forte chute du flux en circuits autocar dès le début de la décennie 90. En revanche, les séjours en résidences se sont bien développés à partir de 2005. Le volume global de nuitées marchandes s'est plutôt maintenu, grâce à un allongement de la durée des séjours, notamment en résidences. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 22% des séjours et 32% des nuitées, une part élevée. Toutefois, un certain nombre de longs séjours professionnels non touristiques pèsent sur ce résultat.

### SEJOURS



### NUITEES



### PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Espagnols n'en réalisent plus que 3,5% 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.

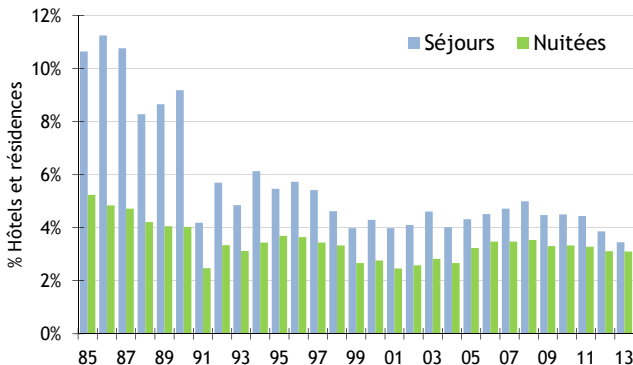
Cette part est plus élevée en catégories 4-5\* (7%), mais très faible et en baisse dans les 2-3\* (2,8%). Elle est encore plus limitée mais stable en 0-1\* (1,9%).

La part des Espagnols dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences a chuté successivement entre 86 et 91 puis de nouveau en 99. On observe une légère remontée jusqu'en 2008, mais la crise économique a brisé cette dynamique.

La contribution de ce marché reste donc modeste à 3,1% des nuitées étrangères.

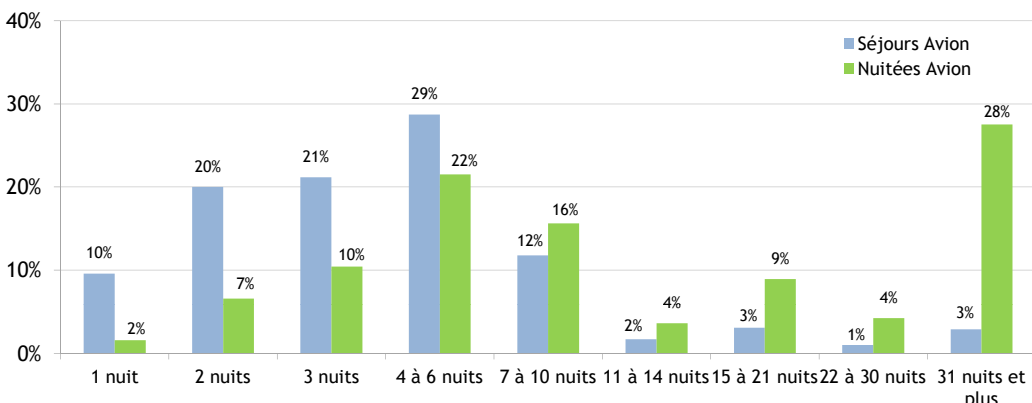
La part des nuitées est restée, jusqu'en 2012, nettement plus faible que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour très courte.

### CONTRIBUTION DES ESPAGNOLS A LA FREQUENTATION ETRANGERE

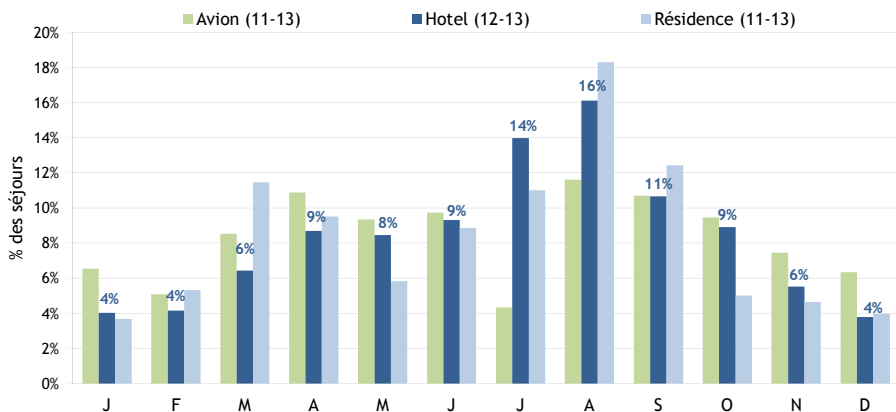


### DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Espagnols est faible sur la Côte d'Azur. Les séjours par avion durent 6,1 nuits en moyenne (7,6 pour le Loisirs et 4,5 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchand durent plus de 9 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) groupent la moitié du total. Dans l'hôtellerie, les séjours sont très courts, soit 2,2 nuits en moyenne, et ils sont à peine plus longs dans les résidences (2,8 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 un tiers des nuitées avion totales.



	Durée	Nuits
	Hôtels	2,2
	Résidences	2,8
	Hôtels+Rés.	2,3
Avion 11-13	Moyenne	6,1
	Loisirs	7,6
	Dont Hébergement marchand	5,2
	Dont Hébergement non-marchand	9,1
	Affaires	4,5
	Dont MICE	3,2
	Dont Autres affaires	5,4



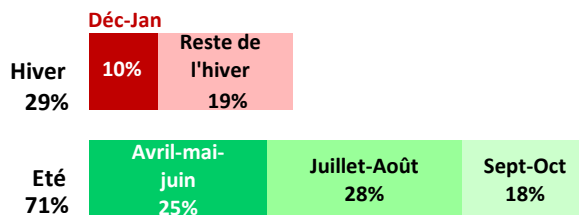
Hotels + Résidences			
	12-13	SEJOURS	NUITEES
J		4,0%	4,5%
F		4,7%	6,1%
M		7,8%	7,6%
A		8,9%	8,4%
M		7,7%	8,2%
J		9,0%	8,7%
J		13,4%	12,0%
A		16,4%	15,8%
S		10,8%	9,9%
O		8,1%	8,0%
N		5,6%	5,5%
D		3,8%	5,4%

Les séjours espagnols sont bien répartis sur l'année. Des pointes sont observées en Mars-Avril et Août, mais il existe un flux hivernal. La fréquentation reste soutenue dès Mars et jusqu'en Novembre. Les séjours avion sont nombreux tout au long de l'année sauf en Février et 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.

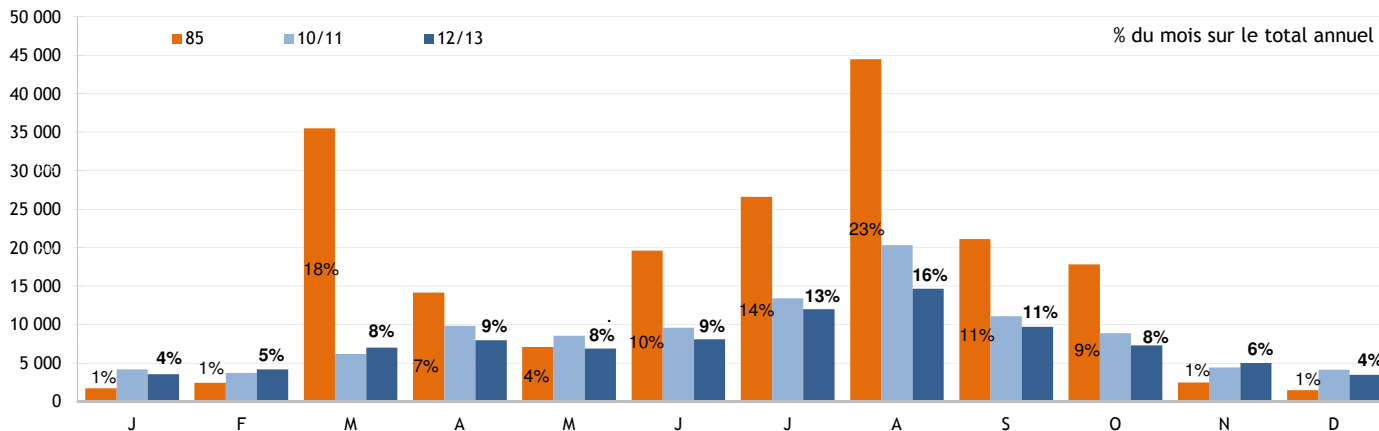
Les nuitées hébergements sont bien réparties entre Février et Octobre, et la part de l'hiver atteint les 29%, avec même un séjour sur 10 en Décembre-Janvier. Le mois de pointe, Août, réalise 16% des nuitées, mais Juillet-Août seulement 28%, à peine plus que sur les mois d'Avril à Juin. La période de Juin à Septembre représente seulement 46% du total annuel, l'un des taux les plus bas parmi les étrangers.

## NUITEES 2012/13 - HOTELS ET RESIDENCES



L'évolution des séjours hébergements depuis 1985 (en volume) montre une chute drastique de la demande en Mars ainsi qu'entre Juin et Octobre (reflux de la demande de groupes autocars), mais une progression pour tous les autres mois sauf Mai (stabilité). Elle est surtout marquée en Décembre (+135%), Novembre et Janvier (+104%). Concernant la part de chaque mois, on note entre 85 et 2012/13 une croissance de la part des séjours réalisés en Janvier-Février, Avril-Mai et Novembre-Décembre.

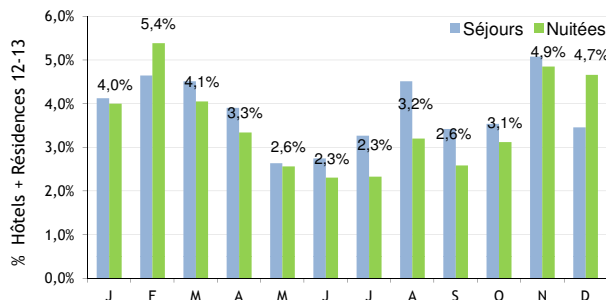
## EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



## POTENTIEL MENSUEL

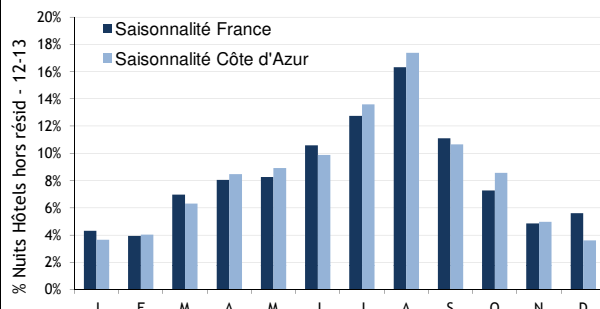
La part des Espagnols sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 2,9% en Juillet à 5,4% en Février. Le marché espagnol représente une cible très importante pour tous les mois entre Novembre et Mars. La part de marché Côte d'Azur/France est très faible en hiver (seulement 2,3% en Janvier) et ne s'élève légèrement 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.

### CONTRIBUTION

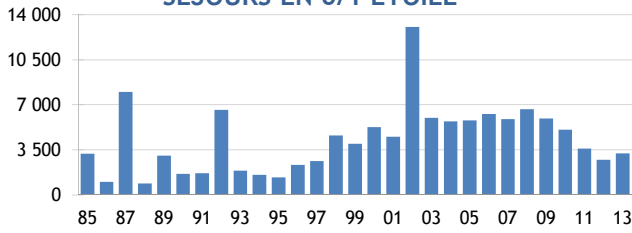


PDM 06/F	
J	3,1%
F	3,7%
M	3,3%
A	3,8%
M	3,9%
J	3,4%
J	3,8%
A	3,8%
S	3,5%
O	4,3%
N	3,7%
D	2,3%

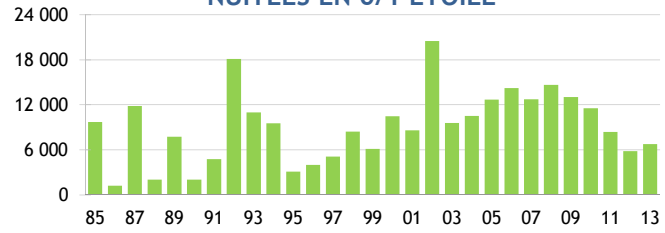
### POTENTIEL SUR LA FRANCE



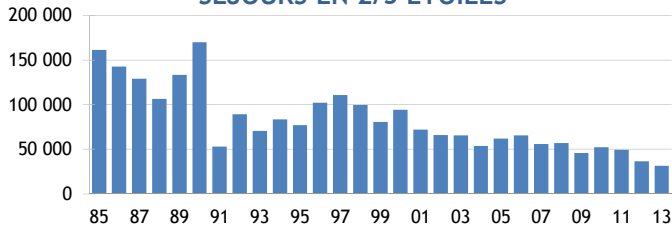
SEJOURS EN 0/1 ETOILE



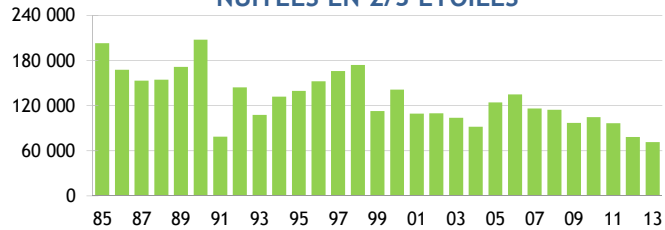
NUITEES EN 0/1 ETOILE



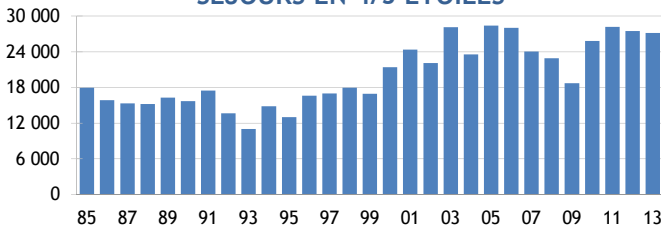
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



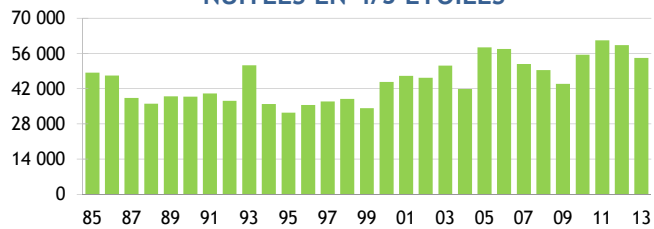
NUITEES EN 2/3 ETOILES



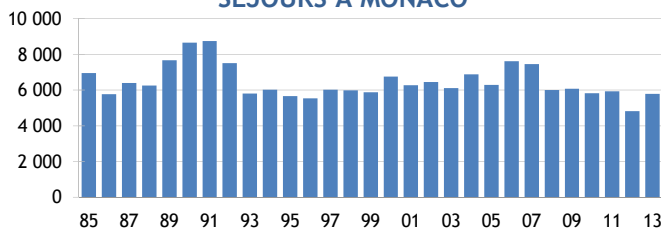
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



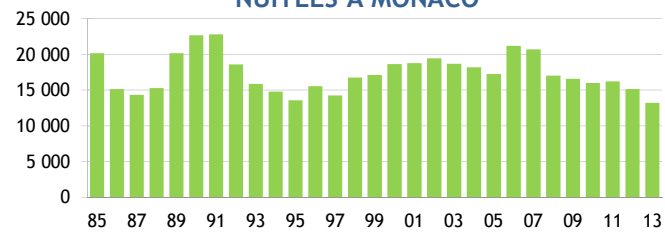
NUITEES EN 4/5 ETOILES



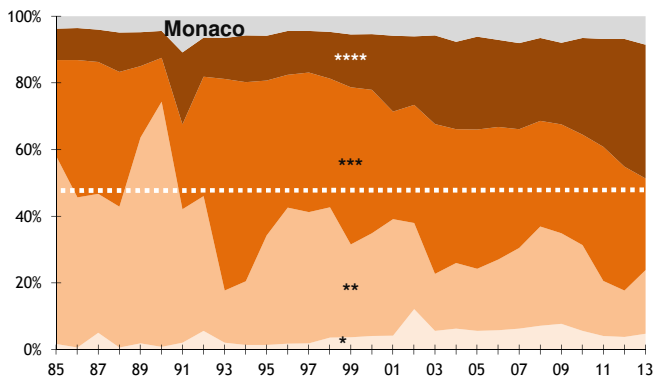
SEJOURS A MONACO



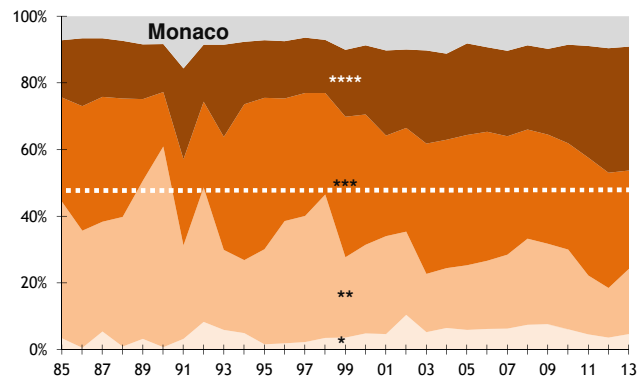
NUITEES A MONACO



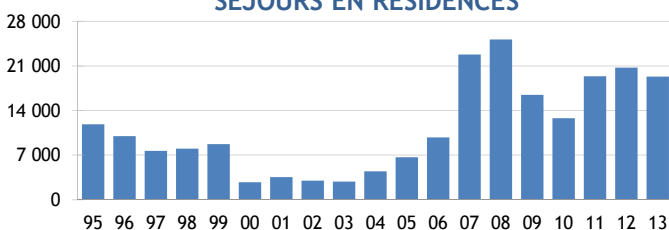
REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



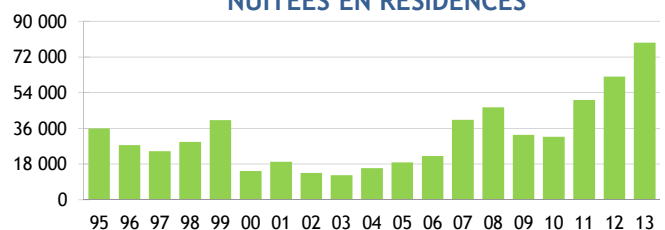
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



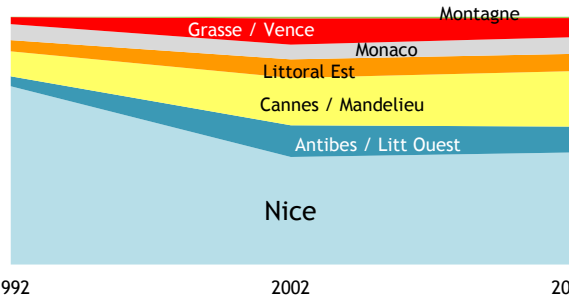
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



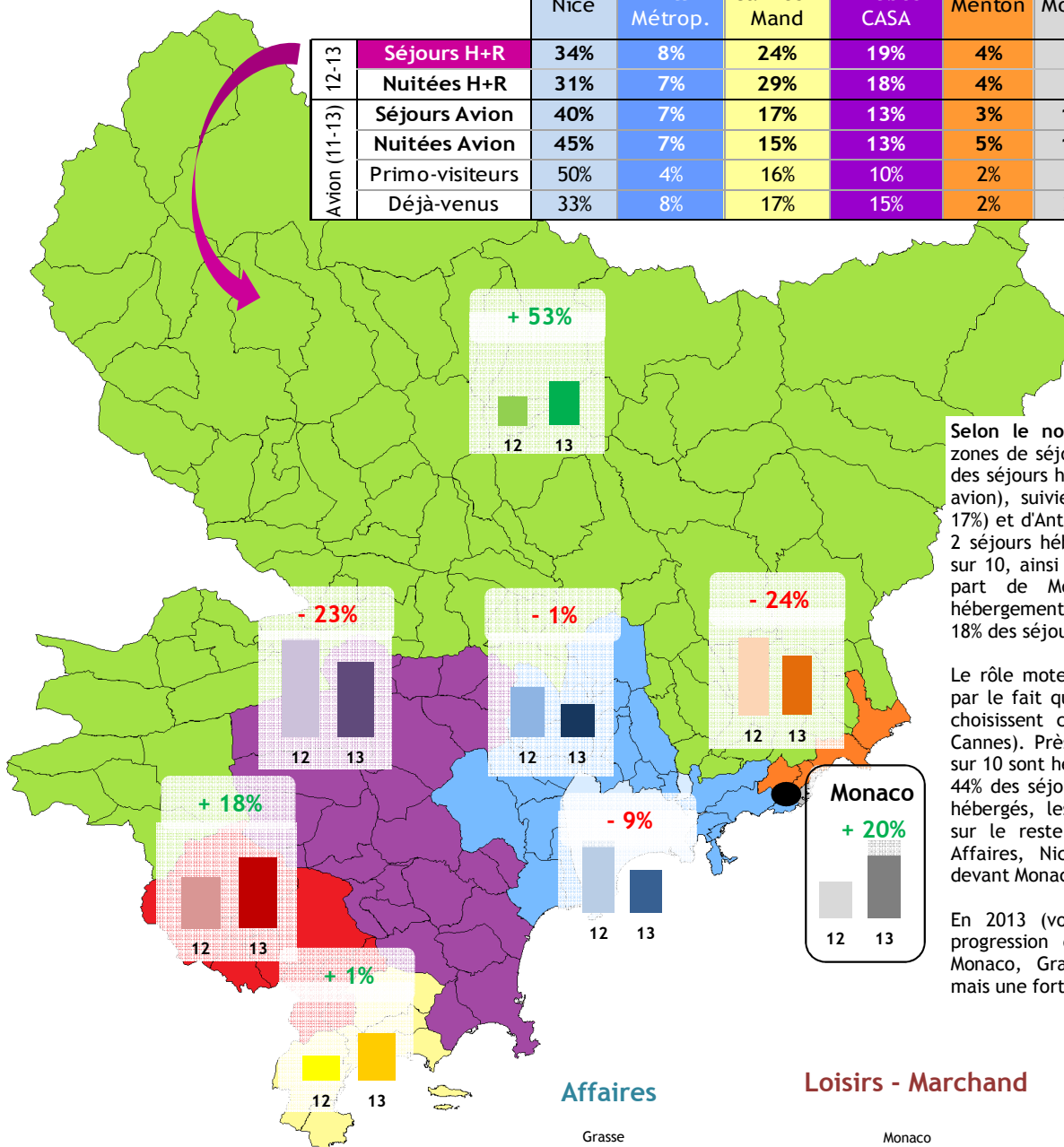
## TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



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
12-13								
Séjours H+R	34%	8%	24%	19%	4%	6%	2%	2%
Nuitées H+R	31%	7%	29%	18%	4%	6%	2%	2%
Avion (11-13)								
Séjours Avion	40%	7%	17%	13%	3%	18%	2%	0%
Nuitées Avion	45%	7%	15%	13%	5%	12%	1%	1%
Primo-visiteurs	50%	4%	16%	10%	2%	10%	7%	0%
Déjà-venus	33%	8%	17%	15%	2%	23%	1%	1%

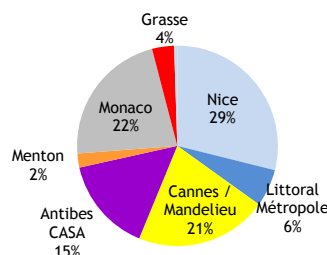


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2012-13 sont : Nice (34% des séjours hébergements et 40% des séjours avion), suivie de Cannes-Mandelieu (24% et 17%) et d'Antibes-CASA, qui accueille près de 2 séjours hébergements sur 10 et 3 nuitées sur 10, ainsi que 13% des visiteurs avion. La part de Monaco est réduite dans les hébergements, mais la Principauté accueille 18% des séjours avion (au second rang).

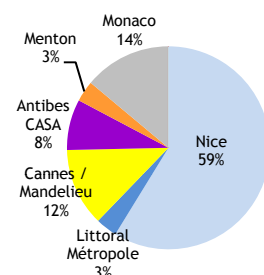
Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que la moitié des primo-visiteurs choisissent cette zone (et 17% choisissent Cannes). Près de 6 séjours Loisirs Marchand sur 10 sont hébergés à Nice et 14% à Monaco. 44% des séjours Loisirs non Marchand y sont hébergés, les autres se répartissant mieux sur le reste du littoral. Pour le segment Affaires, Nice accueille 29% des séjours, devant Monaco (22%) et Cannes (21%).

En 2013 (voir carte), on note une forte progression des séjours hébergements sur Monaco, Grasse et surtout en montagne, mais une forte chute à Antibes et Menton.

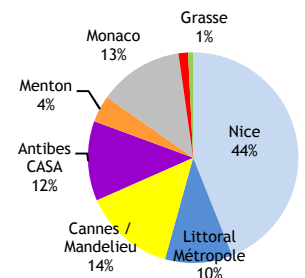
### Affaires

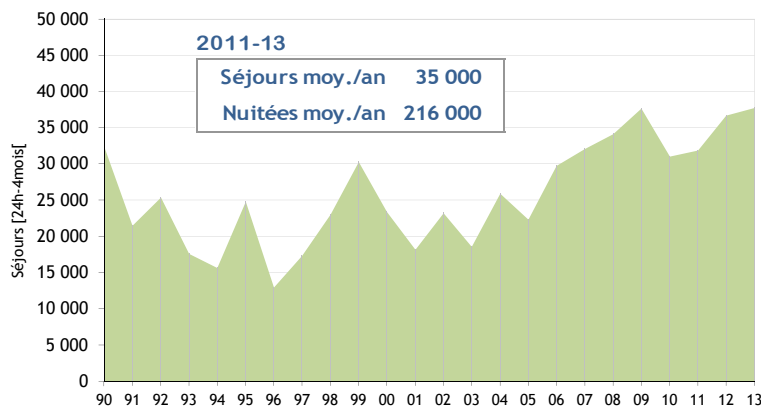


### Loisirs - Marchand



### Loisirs - Non Marchand





La part des Espagnols arrivant par avion sur la Côte d'Azur est encore faible, soit 20% environ, mais elle augmente. Le volume de séjours avion avait fortement chuté jusqu'en 96 avant de recommencer à croître. Il approche à présent les 40 000 contre moins de 20 000 en 2003. Le renforcement de l'offre low-cost accompagne cette croissance.

Les séjours par avion durent en moyenne seulement 6,2 nuits, et pour les 2 cibles Motifs Loisirs le principal segment est de loin le séjour de 4 à 6 nuits. Pour les séjours Loisirs Non Marchand, le segment 7-10 nuits est important aussi et la durée moyenne approche les 9 nuits. Les séjours Affaires durent 2 ou 3 nuits dans plus de la moitié des cas.

Le taux de satisfaction global est très bon avec 91% de "très satisfaits", mais également près de 5% d'insatisfaits, voire 9% en Loisirs Marchand, un niveau élevé. Le taux de primo-visiteurs atteint 36%, 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 est assez élevée à 95€ par jour/pers., mais la dépense par séjour n'est que de 569€. Le segment "basse contribution" concerne 20% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 23%.

La clientèle est âgée de 41 ans en moyenne, voire 38 ans en Loisirs Marchand, donc relativement jeune. Le principal segment âge en Loisirs est le 40-49 ans (20%).

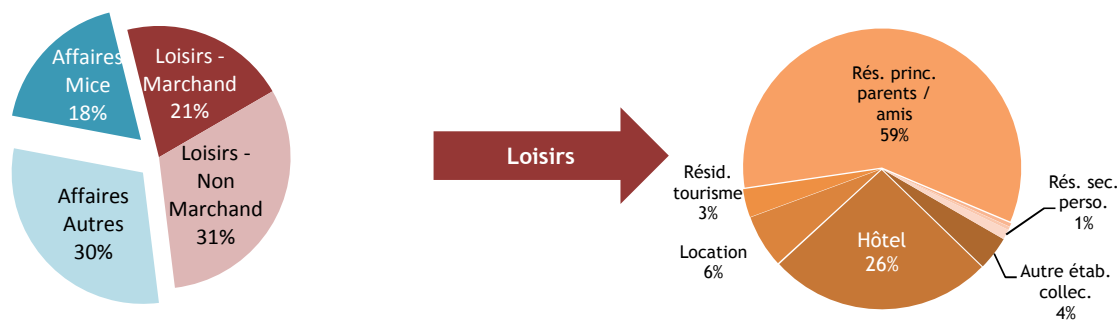
2011-13	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	6,2	5,7	8,9	3,4
Age moyen	41	38	42	41
Nb Personnes	1,6	1,9	1,4	1,6
Taux 1 <sup>ère</sup> visite	36%	68%	25%	28%
Dépense/séjour	569 €	659 €	359 €	699 €
Dépense/jour	95 €	103 €	49 €	162 €
> 200€ / jour	23%	27%	6%	36%
De 30 à 200€ /jour	57%	62%	49%	60%
<30€ / jour	20%	11%	45%	5%
<b>Satisfaction</b>				
Très satisfaits	90,9%	90,1%	95,6%	88,5%
Satisfaits	4,5%	1,3%	2,7%	7,1%
Non entier. satisfaits	4,6%	8,7%	1,6%	4,4%

## SEGMENTATION CIBLES

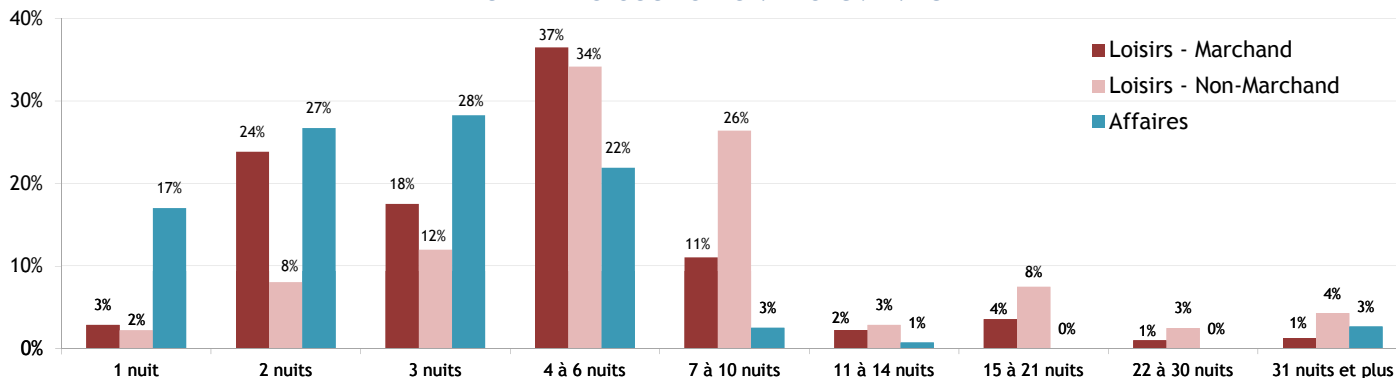
Le segment Loisirs Marchand est marginal parmi les visiteurs avion, avec seulement 21%, loin derrière le Loisirs non Marchand (31%) et l'Affaires, qui génère près d'un séjour avion sur deux, dont 18% de MICE, une part élevée.

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est donc de loin la résidence des parents et amis, dans près de 6 cas sur 10, devant l'hôtel, qui accueille 26% des séjours Loisirs. La location concerne moins d'un séjour Loisirs sur 10.

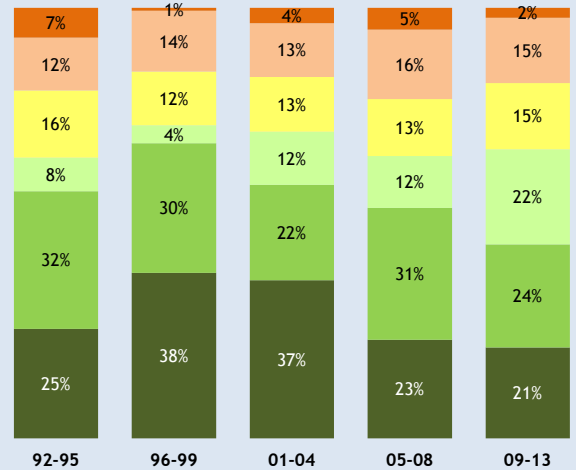
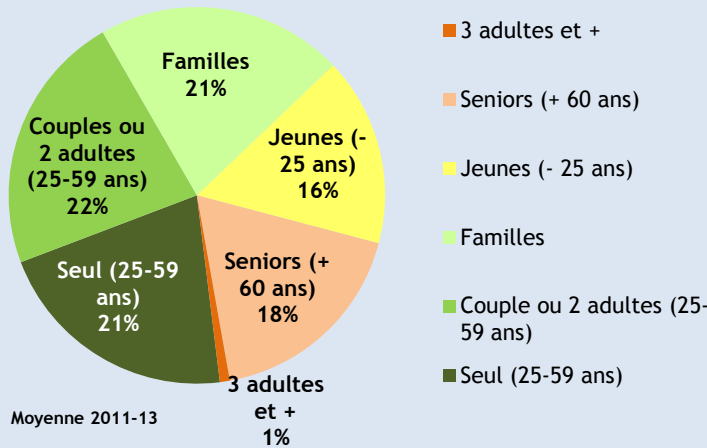
## SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



## DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



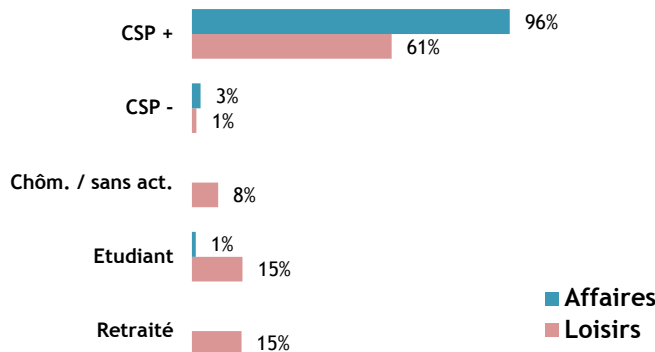
## TYPLOGIE LOISIRS AVION



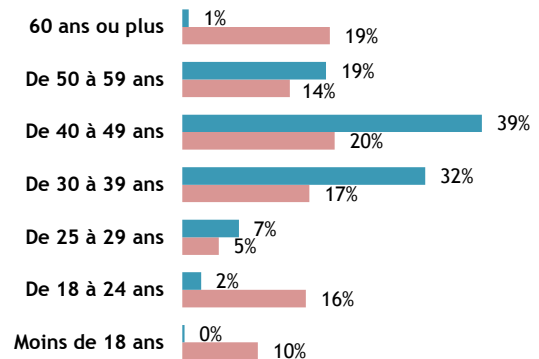
Les Espagnols à motif Loisirs se répartissent équitablement entre les segments. Les couples-2 adultes forment 22% de la demande Loisirs avion, devant les Familles (incluant 1,5 enfant en moyenne) et les voyageurs seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place). Les Seniors représentent 18% et les Jeunes 16%. Seuls moins de 1% voyagent à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés).

Sur deux décennies, l'évolution est favorable au segment Familles qui a triplé sa part, au détriment des couples-2 adultes et des voyageurs seuls. On note sur 2009-13 un bien meilleur équilibre entre les segments que par le passé et donc une diversification croissante des profils de visiteurs avion.

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



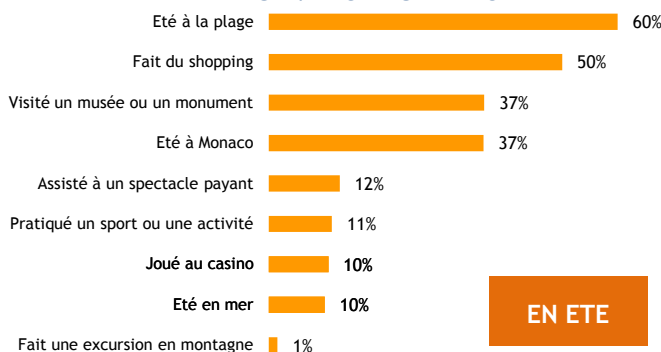
### SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



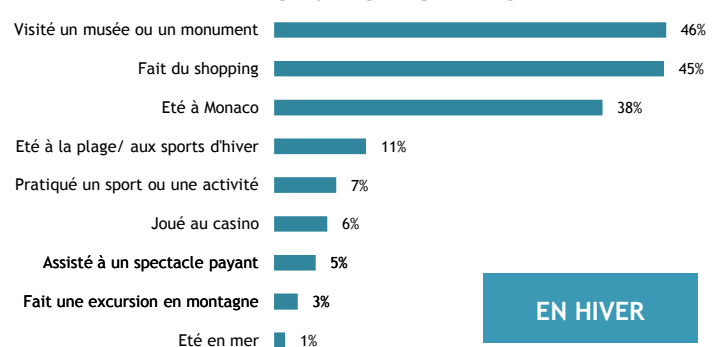
## SEGMENT LOISIRS

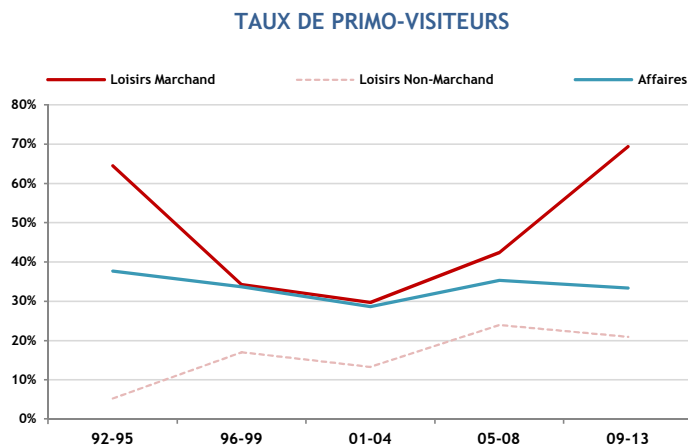
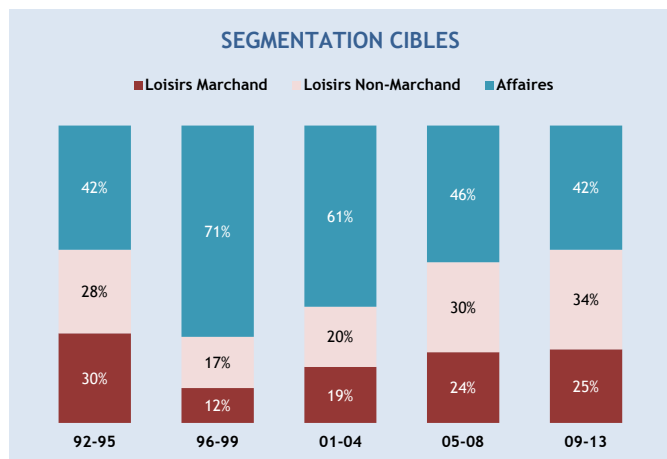
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la plage (60%), le shopping (50%) et la visite de musée-monument (37%). En hiver, c'est la visite de musée-monument qui vient en tête avec 46%, devant le shopping (45%) et la visite à Monaco (38%). Sur l'année entière on note un taux relativement élevé de spectacle payants (11%) de jeux dans les casinos (10%).

### ACTIVITES DECLAREES



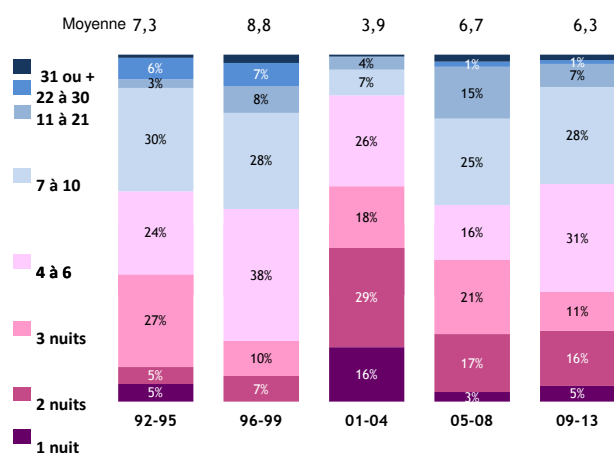
### ACTIVITES DECLAREES





## Tendances Visiteurs avion Loisirs

### DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



### SEGMENTATION CIBLES

Progression de la part du Loisirs Marchand au détriment du Loisirs non Marchand. Stabilité de la part de l'Affaires (avec forte croissance entre 96 et 2004)

### TAUX DE PRIMO VISITEURS

En progression depuis 2001, surtout pour le Loisir Marchand, et à un niveau élevé de 70%

### DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Forte fluctuations de la structure durées et de la durée moyenne, qui baisse d'une nuit en 20 ans. Période 2001-04 atypique avec nombreux courts séjours. Sur le long terme relative stabilité de la structure, plus récemment hausse des 4-6 nuits

### ZONES DE SEJOUR

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

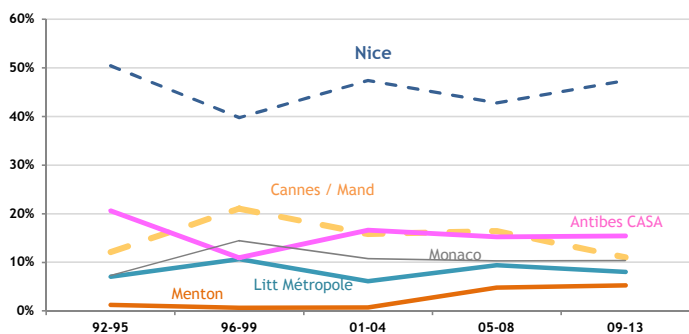
### MODES D'HEBERGEMENTS

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

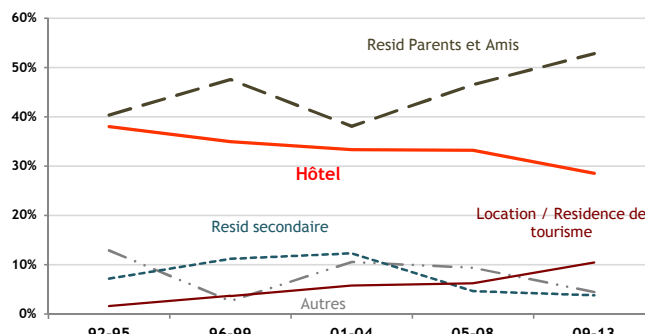
### AGE/CSP

Age moyen stable. Hausse des -25 ans. Baisse des 40-49 ans au profit des classes d'âge supérieures. Stabilité des 30-39 ans. Hausse et rechute de la part des CSP+ qui restent largement majoritaires. Croissance de la part des étudiants. Hausse et rechute des retraités.

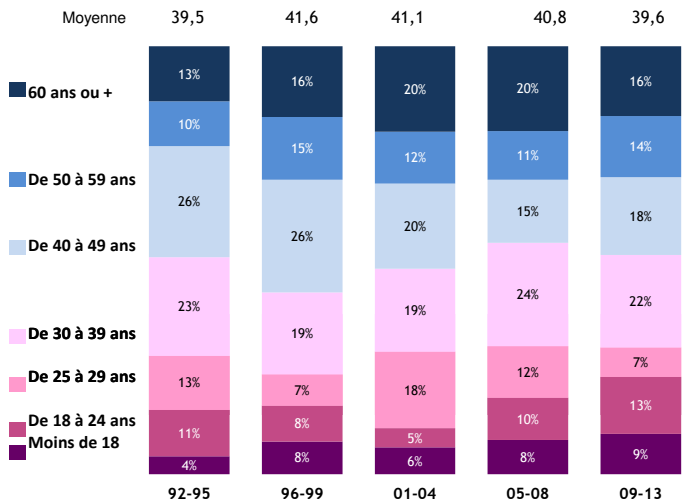
### ZONES DE SEJOUR - Loisirs



### MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



### ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



### CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)

