

Le Marché Asiatique

L'Asie hors Japon/Chine n'est pas un marché homogène, et son développement est lié au rôle moteur de la Chine dans la région Pacifique.

L'Inde et l'Indonésie offrent le plus fort potentiel de croissance dans les années à venir, tandis que Singapour et Thaïlande, au potentiel plus limité, sont des marchés plus matures. Les Philippines et la Thaïlande figurent en 2014 parmi les 15 pays du monde ayant une croissance à 2 chiffres de leurs dépenses à l'étranger.

La Côte d'Azur

Le marché asiatique figure qu'au 17^{ème} rang, alors qu'il occupait le 11^{ème} rang en 2004. Sa contribution à la fréquentation étrangère se limite à environ 2%. La Côte d'Azur accueille plus de 7% des nuitées hôtels en France. La part de marché est moyenne et stable, mais en hausse sur les dernières années.

Principales régions d'origine : Inde 27% Corée 25%, Singapour 13%, Thaïlande 12%, Malaisie 8%, Indonésie 5%, Viet Nam 4%, Philippines 3%

Chiffres clés

- 88 000 séjours de 6,5 nuits en moyenne, dont :
- 53 000 séjours en hôtels et résidences
- 44 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 150 résidences secondaires

Dépense : 89€/jour, 705€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : 53% réservent leur vol entre un et deux mois avant le séjour, 16% moins d'un mois avant

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 48%, juillet-août = 25%, hiver = 33%. Pointe en juin ou juillet (14%)

Visiteurs avion : correspondance à Paris 37%, Dubaï 14%, Londres 9%, Francfort 5%, Amsterdam 4%, Rome 4% (résas via GDS : également via Dubaï)

Ce marché inclut tous les pays d'Asie, hors Japon, Chine, Hong Kong et Taiwan, et hors Océanie, soit une population de 2,8 milliards d'habitants, près de 40% de la population mondiale (âge moyen : NC).

PIB

Voir fiches détaillées

Dépenses à l'étranger

69,4 milliards € en 2014. Tendence annuelle moyenne 2005-2014 : + 1,7%/an

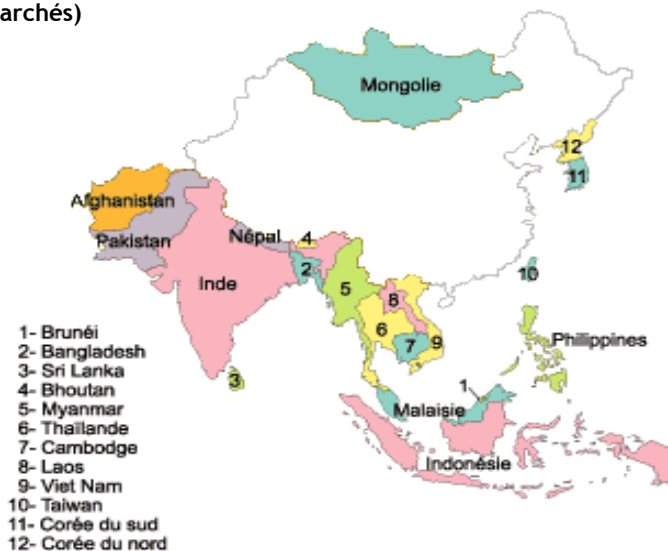
Nombre de jours de congés payés : NC

Visa nécessaire pour la France : OUI (60€ par adulte)

Particularités du calendrier : NC

C'est un marché...

- de longue distance, donc de primo-visiteurs (61%)
- de loisirs et d'affaires
- de très courts séjours hôtels mais de longs séjours en non Marchand
- de groupes et d'individuels, couples actifs et plutôt jeunes (moyenne 38 ans)
- à forte motivation shopping (sur la Côte d'Azur : 55%, mais 9 sur 10 visitent les zones de shopping)
- attirés par Monaco (taux de visite 62%, 2^{ème} rang des marchés)



Pouvoir d'achat de la Roupie Indienne en France



Période	Variation
5 ans	-13,43%
3 ans	-3,02%
1 an	+16,46%
6 mois	-0,20%

L'évolution du pouvoir d'achat des Indiens en France (€ pour 1 Roupie) a chuté de 13% sur 5 ans, mais rebondi de 16% sur la dernière année. Celui des Sud Coréens (€ pour 1 Won) a augmenté de 20% sur 5 ans, et de 8% sur la dernière année.

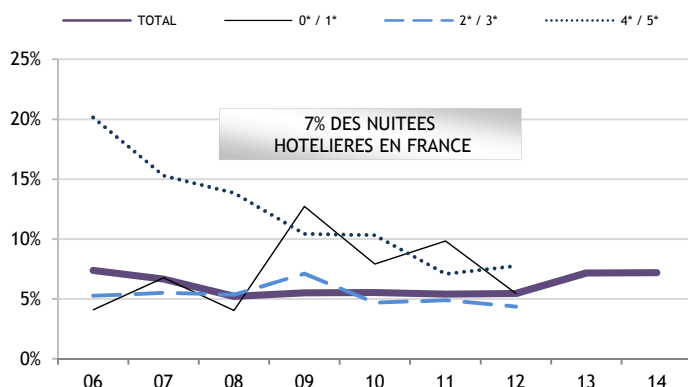
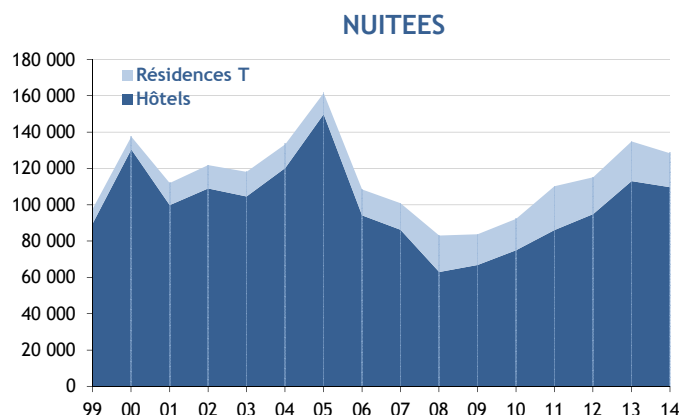
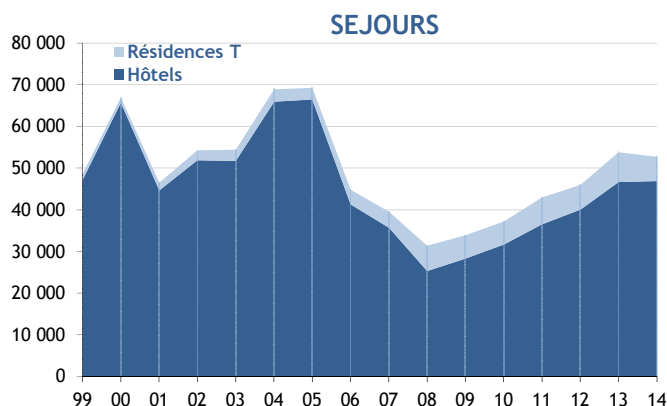
😊 Points forts

- au fort potentiel de croissance économique
- contribution maximale en Décembre (3% des séjours étrangers marchands) et part élevée de séjours réalisés en hiver (un sur 3), avec potentiel supplémentaire
- poids élevé du segment haute contribution (1 séjour Loisirs Marchand sur 3)
- taux de shopping élevé
- 89% de touristes très satisfaits

☹️ Points faibles

- temps et coût du transport, sans desserte directe
- obligation et coût du visa
- multi-destinations et forte focalisation sur Paris
- séjours Côte d'Azur courts et concentrés sur Nice (8 séjours avion Loisirs Marchand sur 10)
- fidélisation difficile

Les séjours asiatiques en hôtels et résidences ont augmenté jusqu'en 2005, puis connu un fort reflux jusqu'en 2008. Le flux s'accroît de nouveau depuis, mais 2014 marque un palier et le niveau antérieur n'a pas encore été retrouvé. Sur la dernière décennie les séjours en résidences de tourisme se développent. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 12% des séjours et 15% des nuitées.



PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

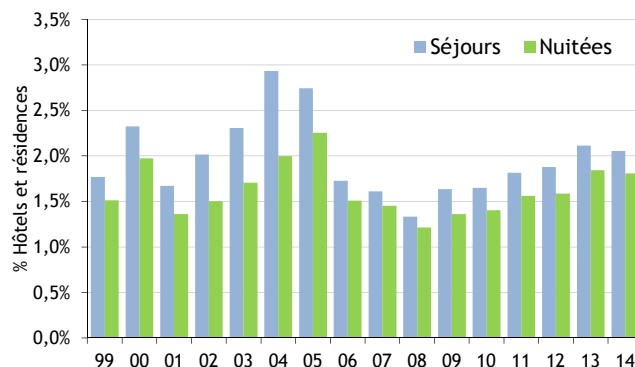
Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Asiatiques hors Japon/Chine en réalisent 7,2% sur la Côte d'Azur. Il s'agit d'une part encore limitée, l'essentiel de la demande bénéficiant à Paris. Cependant, on observe depuis 2012 une remontée de la part Côte d'Azur.

Si la part était bien plus élevée en catégories 4-5*, elle avait chuté à 7,7% en 2012. La part en 2-3* est restée très stable, tandis que la part en 0-1* a progressé entre 2009 et 2011 puis reflué en 2012.

La part des Asiatiques hors Japon/Chine dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences s'était accrue jusqu'à près de 3% en 2004, mais a fortement reculé ensuite jusqu'en 2008. Elle s'accroît de nouveau régulièrement depuis. En 2014, la contribution atteint les 2% en séjours, il s'agit d'une part encore faible mais qui devrait s'accroître sensiblement à l'avenir.

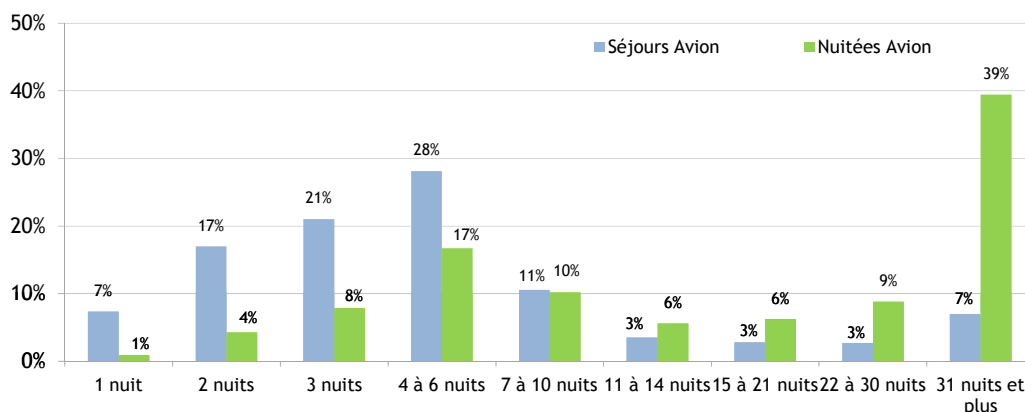
La part des nuitées est toujours, et de façon très marquée certaines années, inférieure à la part en séjours en raison d'une durée de séjour très faible.

CONTRIBUTION DES ASIATIQUES HORS JAPON/CHINE A LA FREQUENTATION ETRANGERE

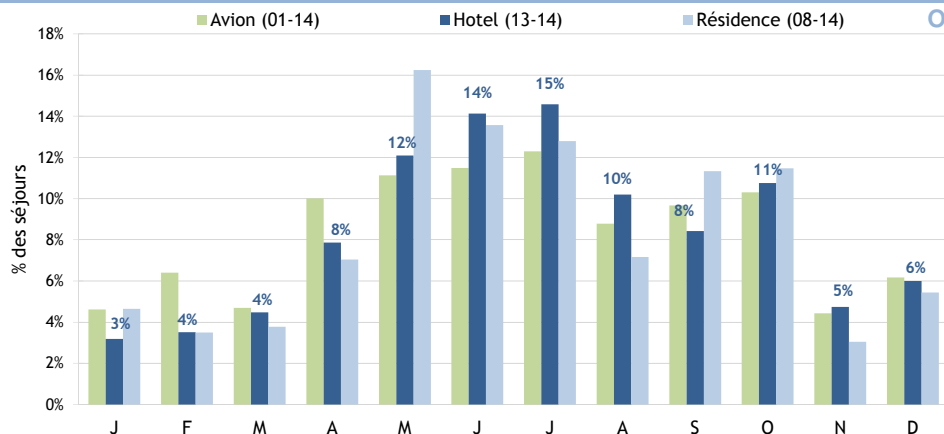


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Asiatiques hors Japon/Chine est très faible sur la Côte d'Azur. Les séjours par avion durent 8 nuits en moyenne, mais se limitent à 4,5 nuits en Loisirs Marchand. Ils sont surtout longs en Loisirs non Marchand avec plus de 18 nuits. La durée des séjours Affaires est de 7,7 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) groupent 45% du total, même si le principal segment est le 4-6 nuits avec 28%. Dans l'hôtellerie, les séjours sont très courts, soit 2,4 nuits en moyenne, et ils durent 3,2 nuits dans les résidences. Les séjours avion de plus de 3 semaines regroupent 1 séjour sur 10 mais près de la moitié des nuitées totales.



	Durée	Nuits
Hôtellerie	Hôtels	2,4
	Résidences	3,2
	Hôtels+Rés.	2,5
Moyenne	Moyenne	8,0
	Loisirs	8,2
Loisirs	Dont Hébergement marchand	4,5
	Dont Hébergement non-marchand	18,2
	Affaires	7,7
Affaires	Dont MICE	4,8
	Dont Autres affaires	10,0



Les séjours asiatiques hors Japon/Chine sont surtout concentrés entre Avril et Octobre, et peu nombreux au 1^{er} trimestre. Les pointes sont assez peu marquées et se produisent en Juillet dans les hôtels, en Mai dans les résidences et en Juin pour les séjours avion. Le mois d'Août s'inscrit plutôt en creux.

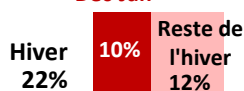
Attention : les taux indiqués portent sur les séjours hôtels ; les séjours en hôtels-résidences sont affectés au mois d'arrivée, tandis que les séjours par avion sont affectés au mois de départ, l'enquête étant réalisée à l'embarquement.

Les nuitées hébergements sont bien réparties entre Avril et Octobre, avec une présence forte et bien répartie entre Mai et Août. Janvier, Février et Novembre sont les mois les plus faibles. La période de Juin à Septembre représente seulement 48% du total annuel, l'un des taux les plus bas parmi les étrangers.

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

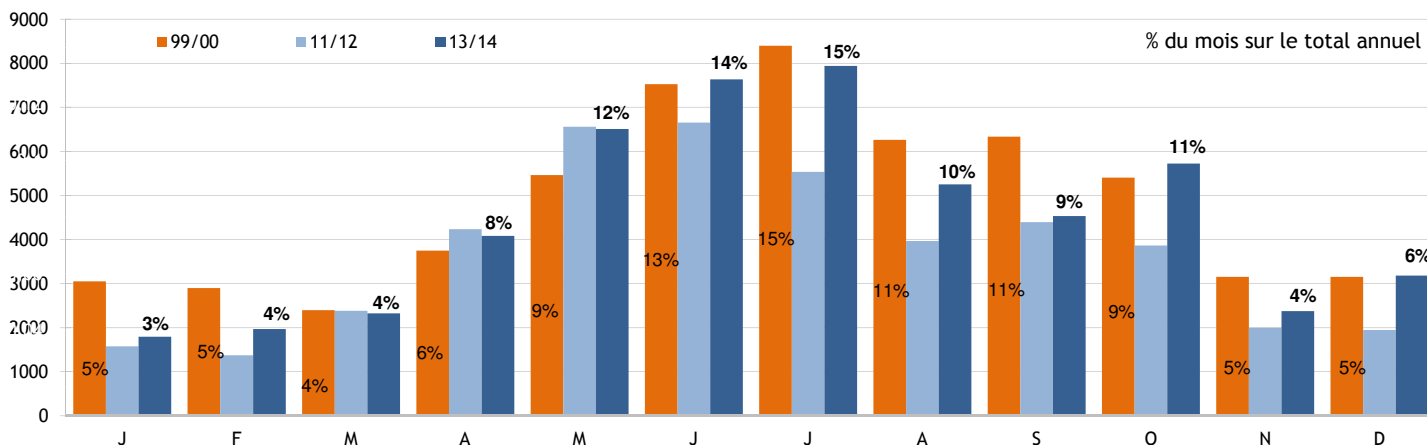
NUITÉES 2013/14 - HOTELS ET RESIDENCES

Déc-Jan



L'évolution des séjours hébergements depuis 1999 (en volume) montre une croissance de la demande uniquement en Avril-Mai (+16%) et en Octobre (+6%), et une baisse les autres mois. La perte est surtout marquée en Janvier (-41%), Février (-32%) et Septembre (-28%). Concernant la part de chaque mois, on note entre 99 et 2013/14 une croissance de la part des séjours réalisés en Avril, Mai, Juin, Octobre et Décembre.

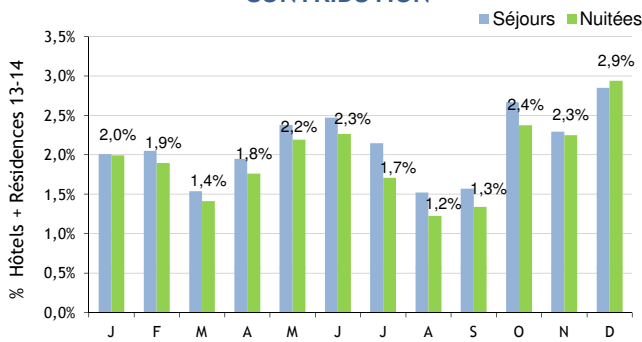
EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



POTENTIEL MENSUEL

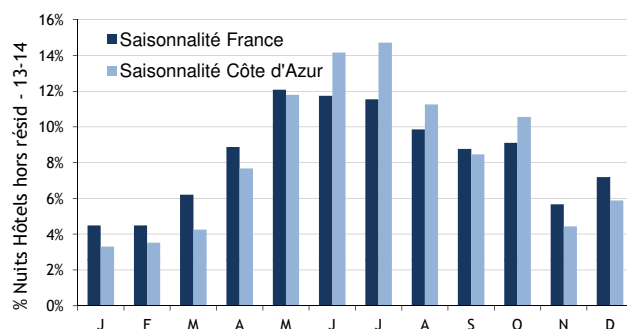
La part des Asiatiques hors Japon/Chine sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 1,2% en Août à 2,9% en Décembre. Le marché représente une cible intéressante pour les mois d'hiver. La part de marché Côte d'Azur/France est assez constante tout au long de l'année, plus faible en Janvier (4%), et plus élevée en Juillet (6,9%). Si on compare la distribution mensuelle des nuitées entre la France et la Côte d'Azur, on constate un certain potentiel sur tous les mois d'hiver, avec une présence importante en France mais moindre sur la Côte d'Azur.

CONTRIBUTION



PDM 06/F	
J	4,0%
F	4,2%
M	3,7%
A	4,7%
M	5,3%
J	6,5%
J	6,9%
A	6,2%
S	5,2%
O	6,3%
N	4,2%
D	4,4%

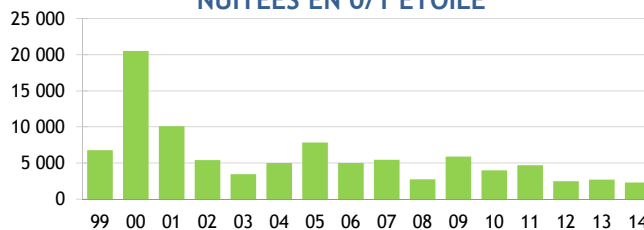
POTENTIEL SUR LA FRANCE



SEJOURS EN 0/1 ETOILE



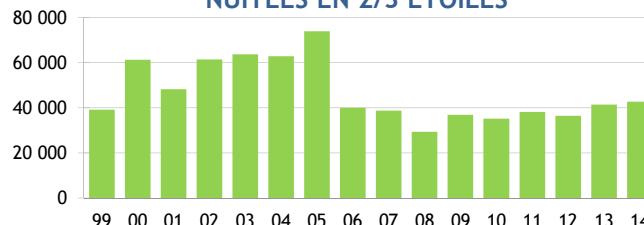
NUITEES EN 0/1 ETOILE



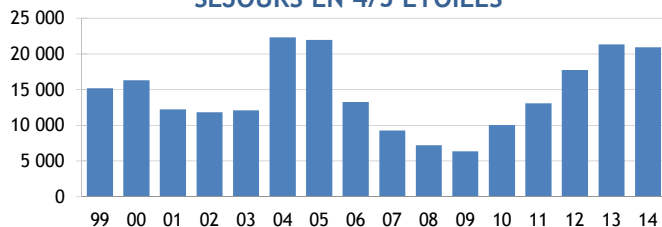
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



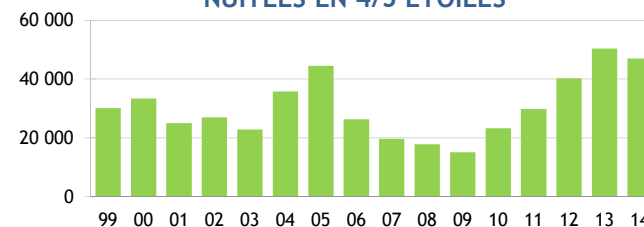
NUITEES EN 2/3 ETOILES



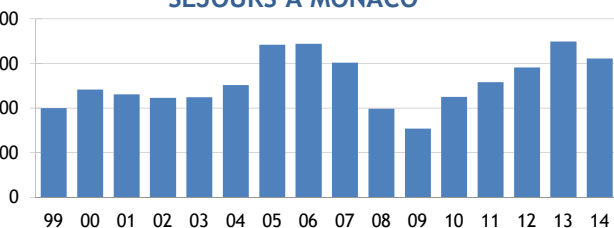
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



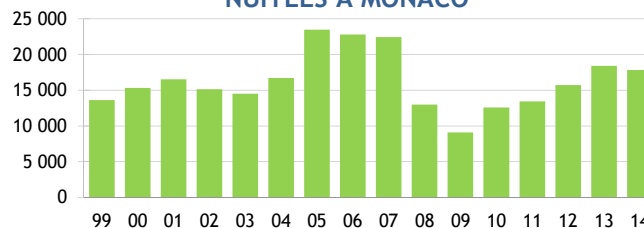
NUITEES EN 4/5 ETOILES



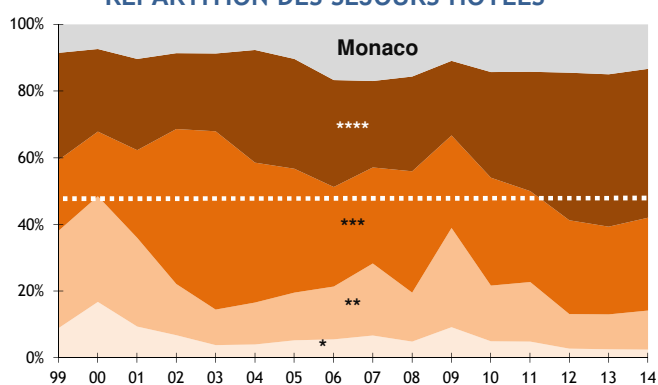
SEJOURS A MONACO



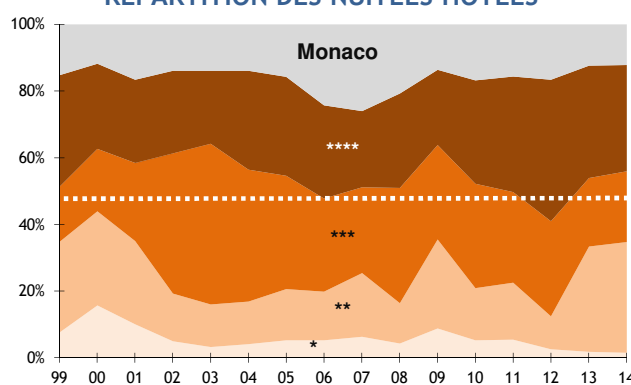
NUITEES A MONACO



REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



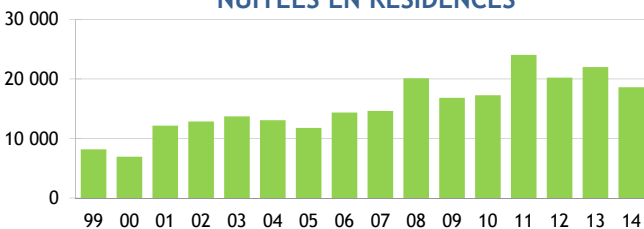
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



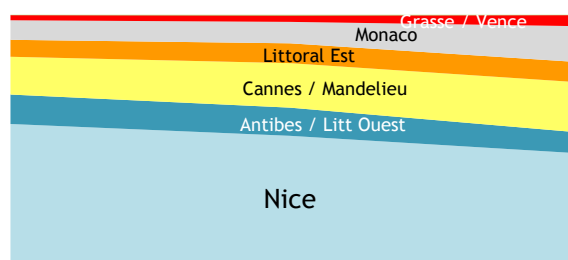
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE

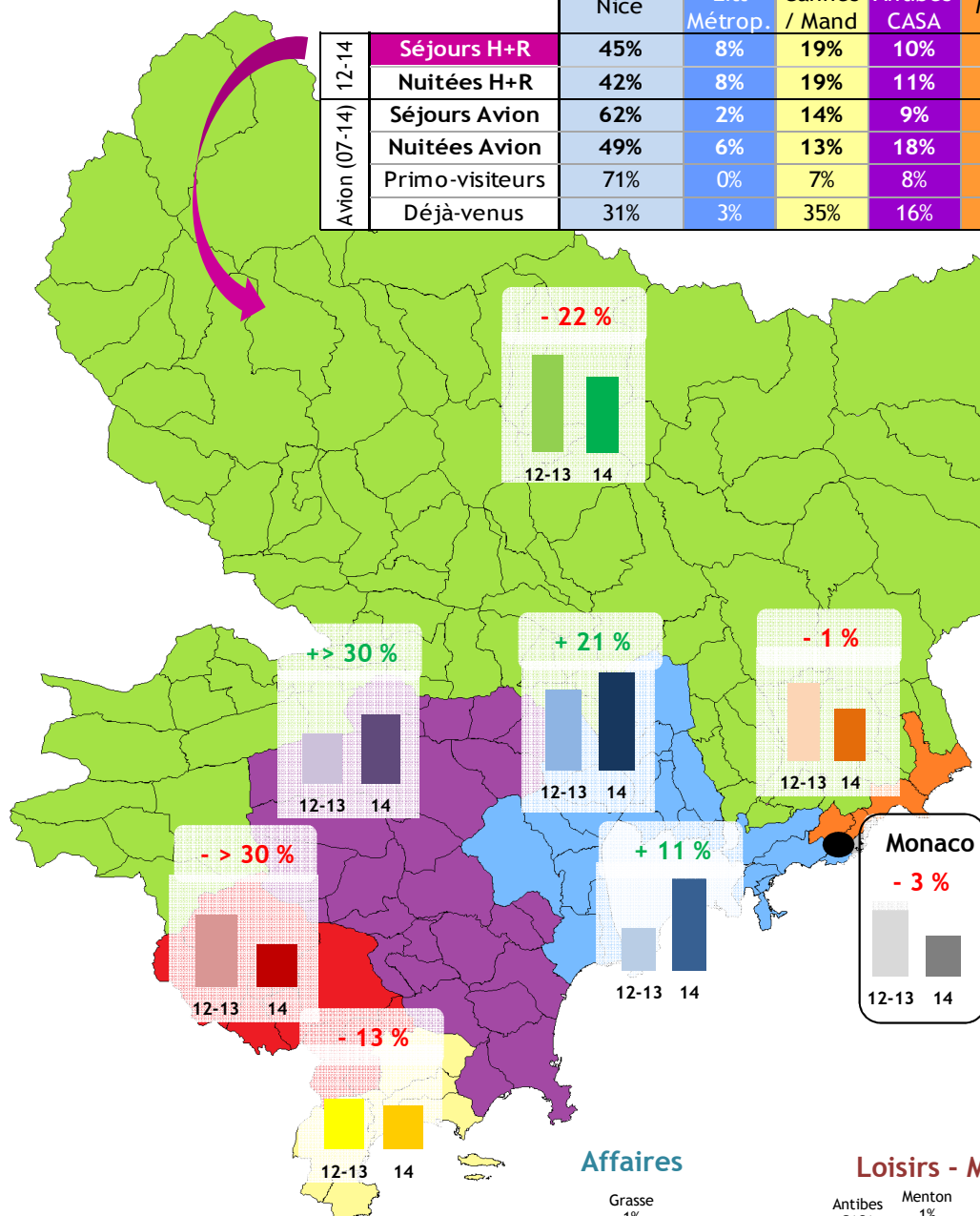


1999 2006 2012

Historiquement, les Asiatiques hors Japon/Chine se concentraient sur Nice, pour 56% des séjours hôtels. Toutefois, cette part est tombée à 44% en 2012 au profit de toutes les autres zones sauf Antibes-Littoral Ouest, passée de 12% à 9%.

Cannes-Mandelieu était la seconde zone choisie, avec une part passée de 15% à 20%. Monaco figurait au 3^{ème} rang avec une part élevée de 14% en 2012.

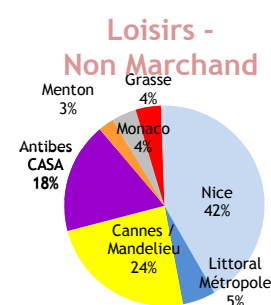
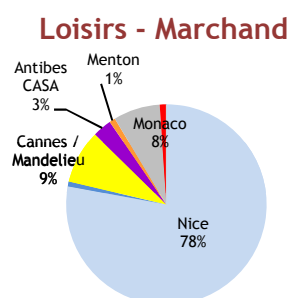
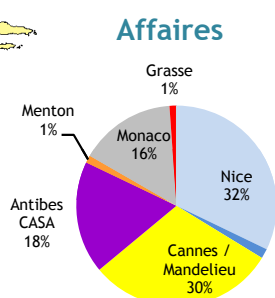
	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
12-14								
Séjours H+R	45%	8%	19%	10%	4%	13%	1%	1%
Nuitées H+R	42%	8%	19%	11%	4%	14%	1%	1%
Avion (07-14)								
Séjours Avion	62%	2%	14%	9%	3%	8%	1%	0%
Nuitées Avion	49%	6%	13%	18%	7%	5%	1%	0%
Primo-visiteurs	71%	0%	7%	8%	0%	11%	2%	0%
Déjà-venus	31%	3%	35%	16%	2%	9%	3%	0%

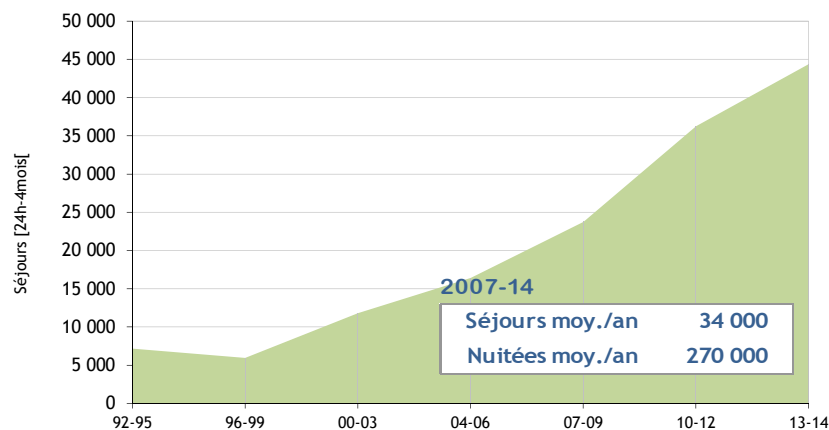


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2012-14 sont : Nice (45% des séjours hébergements et 62% des séjours avion, 3^{ème} plus fort taux pour Nice après Chine et Japon), suivie de Cannes-Mandelieu (19% et 14%) et de Monaco (13% et 8%). Antibes-CASA accueille un séjour sur 10, et 18% des nuitées avion (2^{ème} rang derrière Nice) du fait d'une durée de séjour plus longue. Les autres zones n'ont qu'une part très limitée (avant dernier rang des marchés pour la part des séjours avion en montagne).

Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 71% des primo-visiteurs choisissent cette zone (et 11% Monaco), et que 78% des séjours Loisirs Marchand y sont hébergés. Les autres séjours Loisirs Marchand bénéficient à Cannes (9%) et Monaco (8%). Près du quart des séjours Loisirs non Marchand sont hébergés à Cannes. Pour le segment Affaires, Nice en accueille 32% et Cannes 30%.

En 2014 (voir carte), on note une forte progression des séjours hébergements sur Nice, Métropole et Antibes-CASA, une stabilité à Monaco et Menton, mais une baisse sensible à Cannes, Grasse et en Montagne.





La moitié des Asiatiques hors Japon/Chine utilisent l'avion jusqu'à Nice-Côte d'Azur. L'absence de liaison aérienne directe vers l'Extrême-Orient pénalise la destination, éloignée des grands itinéraires européens.

On observe toutefois une nette tendance à la croissance de ce segment aérien, qui approche à présent les 45 000 séjours annuels. Depuis 2000, la croissance annuelle moyenne approche les 8%.

Les séjours par avion durent en moyenne 8 nuits. En Loisirs Marchand le principal segment est le 4-6 nuits (28%), mais en Loisirs non Marchand il s'agit des 31 nuits et + qui regroupent le quart des séjours. Pour l'Affaires il s'agit de loin du 4-6 nuits (37%).

Le taux de satisfaction est très bon avec 89% de "très satisfaits" et 4% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs atteint un record à 61% (marché de longue distance où la fidélisation est plus difficile).

La dépense moyenne s'élève à 89€ par jour/pers. et 705€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne 14% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 24%.

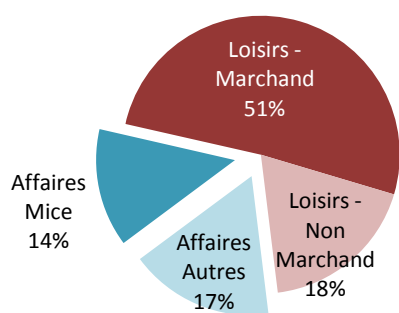
La clientèle est âgée de 38 ans en moyenne, voire 37 ans en Loisirs Marchand, donc très jeune. Le principal segment âge en Loisirs est le 40-49 ans (26%).

2007-14	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	8,0	4,5	18,2	7,7
Age moyen M1	38	37	42	41
Nb Personnes	1,9	2,3	1,5	1,8
Taux 1 ^{ère} visite	61%	84%	18%	52%
Dépense/séjour	705 €	624 €	856 €	721 €
Dépense/jour	89 €	138 €	47 €	117 €
> 200€ / jour	24%	30%	7%	26%
De 30 à 200€ / jour	62%	61%	62%	64%
<30€ / jour	14%	9%	30%	10%
Satisfaction				
Très satisfaits	89%	91%	88%	88%
Satisfaits	7%	8%	9%	4%
Non entièr. Satisf.	4%	1%	3%	8%

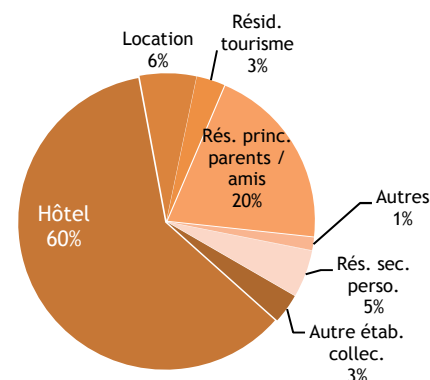
SEGMENTATION CIBLES

Le segment Loisirs Marchand regroupe plus de la moitié des séjours avion. La part du Loisirs Non Marchand est assez réduite, avec 18%. Le segment Affaires regroupe 31% des séjours avion, dont 14% pour le MICE.

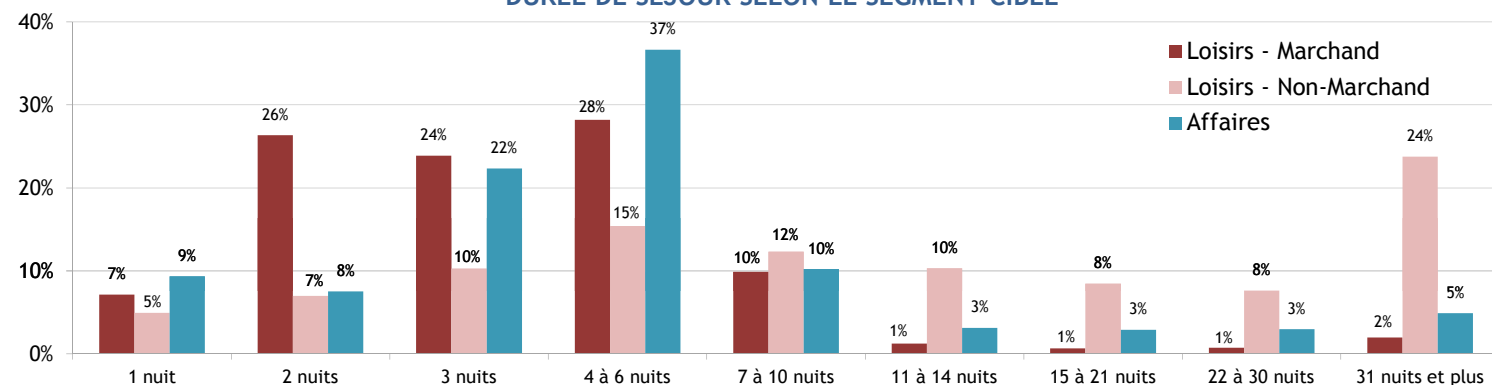
Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin l'hôtel, avec 60%, devant les parents et amis (20%). La location ne concerne que 9% des séjours, et les résidences secondaires 5%.



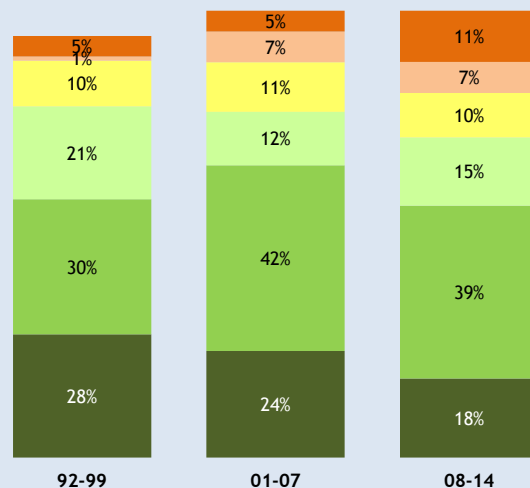
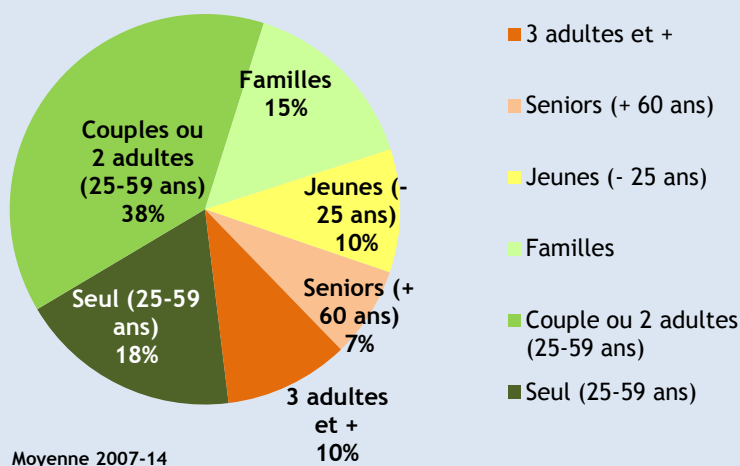
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



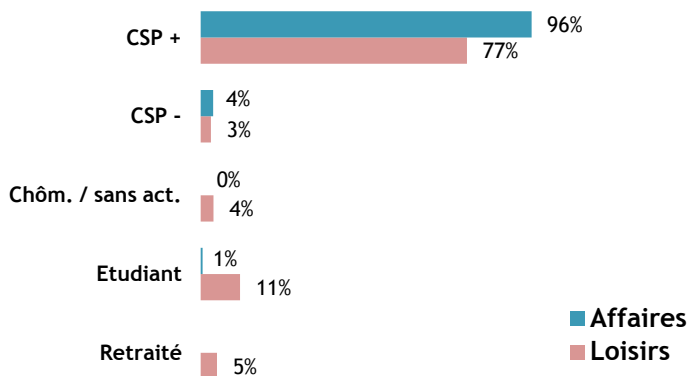
TYOLOGIE LOISIRS AVION



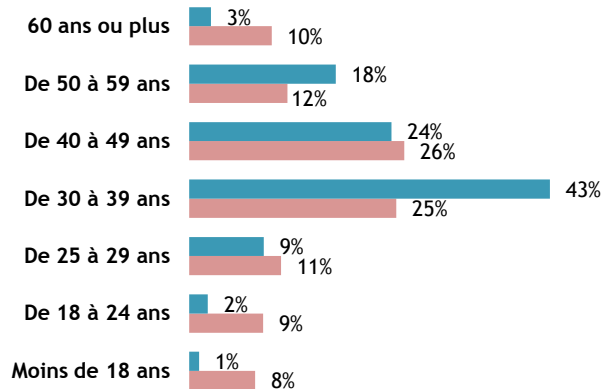
Les Asiatiques hors Japon/Chine à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 38% des cas. Les autres cas se répartissent de façon assez équilibrée. 18% sont des adultes voyageant seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et un sur 10 voyage à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Familles représente 15% (incluant 1,4 enfant en moyenne), devant le segment Jeunes (10%) et le segment Seniors (7% seulement).

Sur deux décennies, l'évolution est favorable au segment "couples-2 pax" ainsi qu'aux Seniors (de moins de 1% à 7% actuellement). La part des Familles a eu tendance à baisser mais celle des Jeunes s'est bien maintenue.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



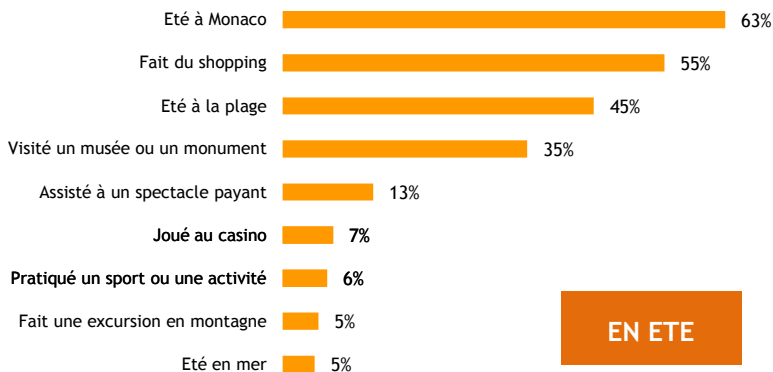
SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



SEGMENT LOISIRS

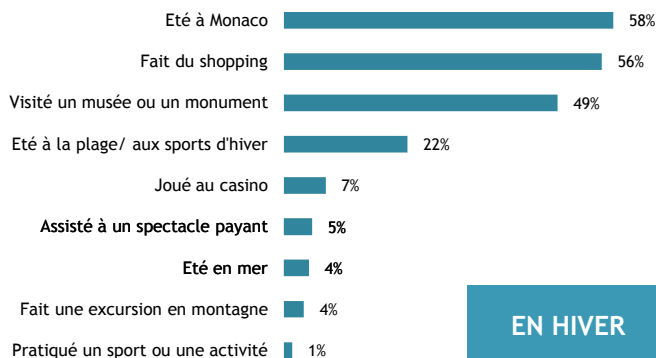
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la visite à Monaco (63%), le shopping (55%) et la plage (45%). En hiver, c'est aussi la visite à Monaco qui vient en tête avec 58%, devant le shopping (56%) et la visite de musée ou monument (49%). Sur l'année entière près d'un sur 10 indiquent avoir assisté à un spectacle payant (1^{er} rang des marchés). Ce marché figure au dernier rang pour le taux d'excursions en mer et pour la plage, mais au second rang pour les excursions en montagne et la visite de Monaco.

ACTIVITES DECLAREES



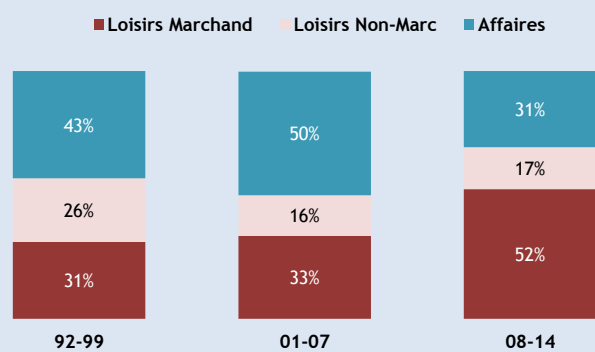
EN ETE

ACTIVITES DECLAREES

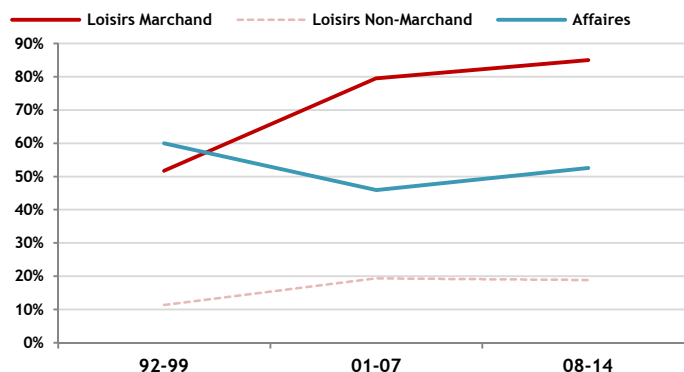


EN HIVER

SEGMENTATION CIBLES

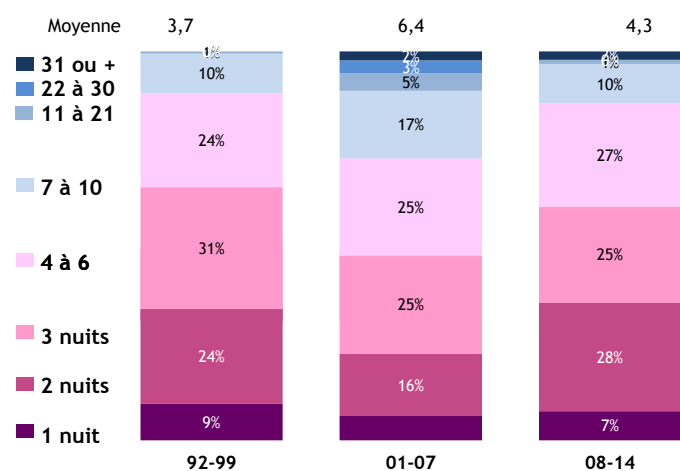


TAUX DE PRIMO-VISITEURS



Tendances Visiteurs avion Loisirs

DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



SEGMENTATION CIBLES

Progression récente de la part du Loisirs Marchand, baisse puis stabilité du Loisirs non Marchand, au détriment du motif Affaires

TAUX DE PRIMO VISITEURS

En progression pour le Loisirs, en baisse puis stabilité pour l'Affaires. Taux de primo très élevé en Loisirs Marchand

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Durée moyenne en hausse puis rechute. La part des courts séjours a tendance à chuter, au profit des 4-6 nuits. Hausse puis rechute des 7 nuits et +

ZONES DE SEJOUR

Nice accroît son avance. Hausse et rechute de la part de Cannes, baisse régulière d'Antibes-CASA

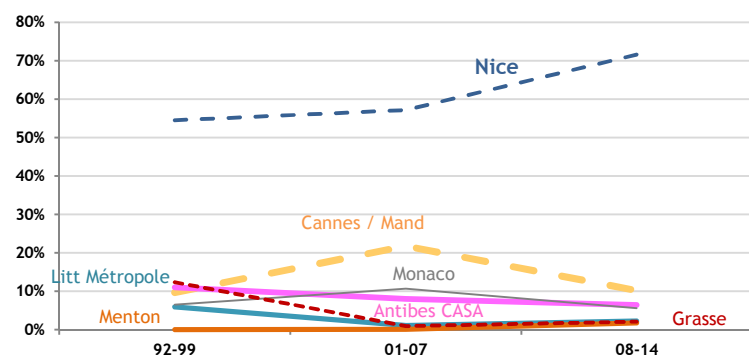
MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel a augmenté et se maintient à +60%. Les séjours chez parents et amis sont en chute régulière. Rebond de la location

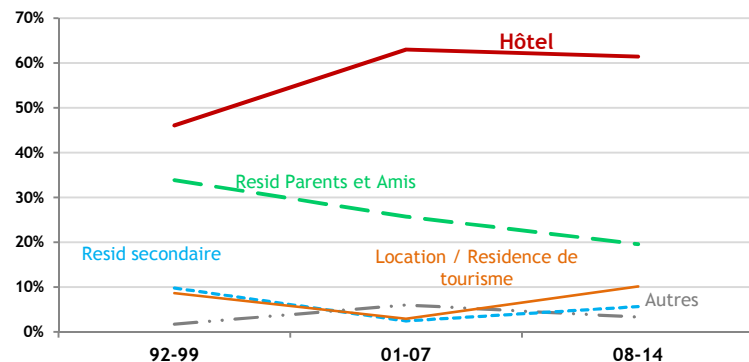
AGE/CSP

Age moyen relativement stable. Hausse et rechute de la part des jeunes de -30 ans, hausse des 30-49 ans. Forte hausse puis rechute de la part des CSP-, hausse des étudiants au détriment des retraités

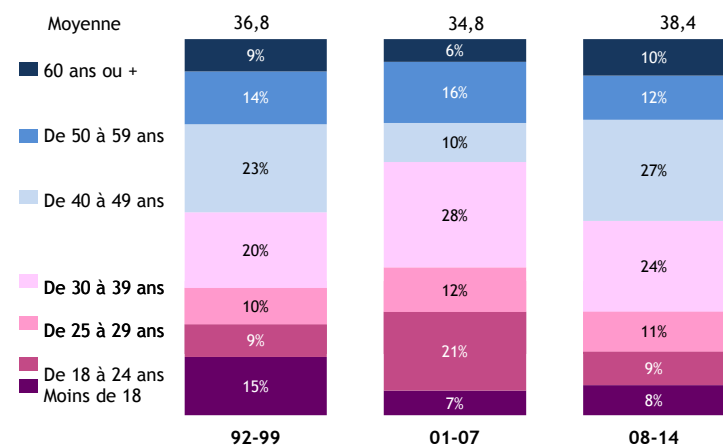
ZONES DE SEJOUR - Loisirs



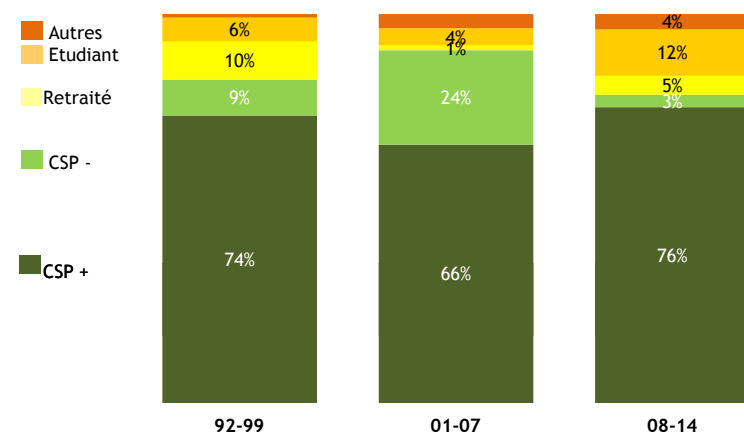
MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



ÂGE DES VISITEURS LOISIRS

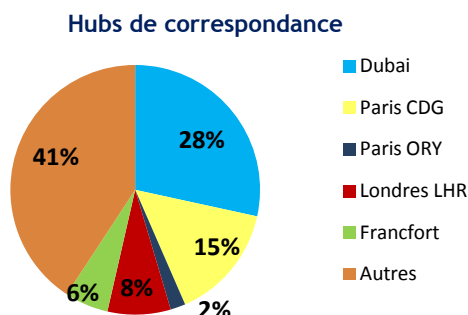
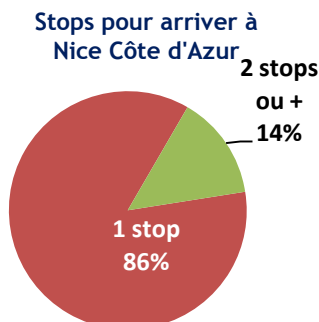


CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)



Les séjours avion réservés via les GDS

La base de données ForwardKeys® agrège les données de réservations aériennes des principaux GDS mondiaux (global distribution systems, tels qu'Amadeus et Sabre, utilisés par les agences de voyages), et extrait le flux en réception à l'aéroport de Nice Côte d'Azur. Une petite partie de ces séjours sont effectués hors du département des Alpes-Maritimes. Seuls les **séjours avec aller et retour réservés simultanément** sont pris en compte, et le séjour est affecté au marché du pays d'embarquement du vol aller, qui peut différer du pays de résidence du passager. La base de données n'inclut pas les réservations effectuées en direct auprès des compagnies aériennes. Il faut aussi souligner que la plus grande partie de l'offre des compagnies low cost n'est pas vendue via les GDS.

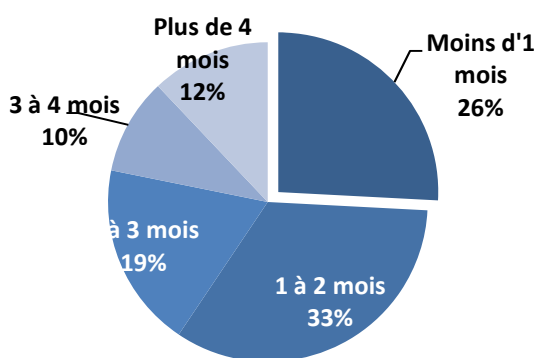


Les séjours **FRANCE** sont à destination de 1/Paris 2/Nice 3/Lyon 4/Marseille

Les voyages à destination de **Nice-Côte d'Azur** sont effectués via un aéroport dans 86% des cas, Dubai en tête (28%), suivi de Paris (17% pour les 2 aéroports), puis de Londres LHR et Francfort.

SEJOURS	2010	2011	2012	2013	% Moy 12-13	Tendance
Nice	14 034	15 964	17 268	19 124		→
France	345 046	366 383	374 108	412 121		→
Part de marché Nice (%)	4,1	4,4	4,6	4,6		
Durée des séjours Nice Côte d'Azur						
courts (1-3 nuits)	2 503	3 018	3 272	3 276	18,0	→
moyens (4-8 nuits)	5 864	6 150	6 938	8 498	42,4	→
longs (9-21 nuits)	3 655	4 513	4 756	5 020	26,9	→
très longs (+22 nuits)	2 012	2 283	2 302	2 330	12,7	→
Part des groupes 6 pax et +	2,3	2,4	3,3	4,9	4,2	

Nombre de jours entre dates de réservation et d'arrivée

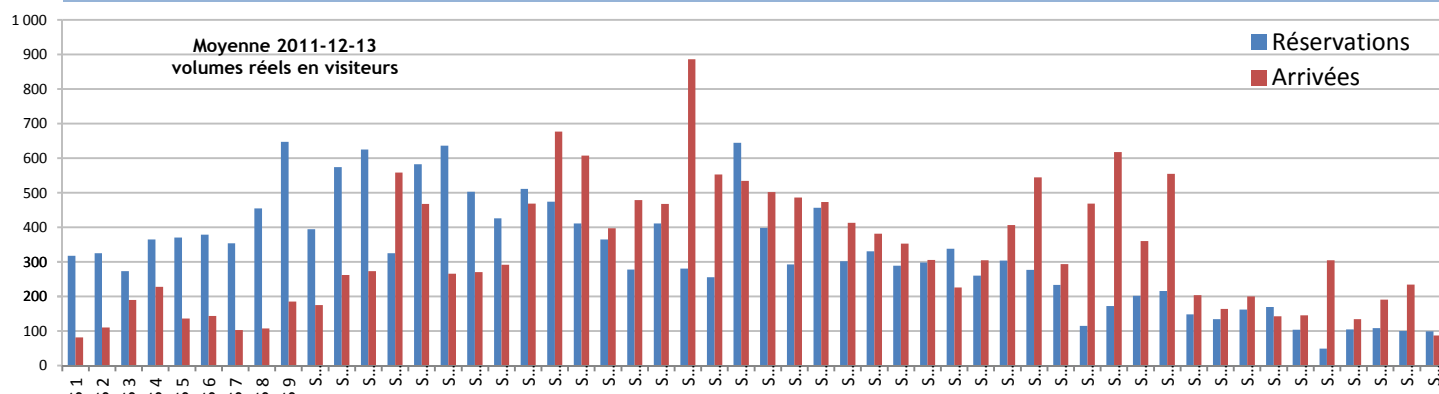


Les séjours Nice-Côte d'Azur sont réservés le plus souvent moins de 2 mois avant la date d'arrivée. Un quart réserve même dans le mois qui précède. 29% sont réservés entre 2 et 4 mois avant. Seuls 12% réservent plus de 4 mois à l'avance.

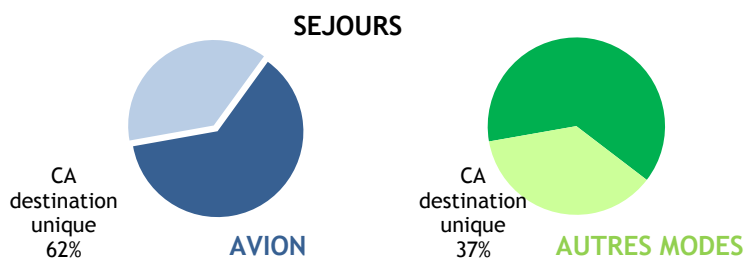
Les pics de réservation sont en semaines 9 à 26, puis en semaine 15 (pointe annuelle).

Les pics d'arrivée sont en semaines 19, 20, 24, 40.

Saisonnalité hebdomadaire des réservations et des arrivées à Nice



OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR



	Avion	Autres modes
Dép. par jour	104 €	80 €
Dép. par séjour	816 €	435 €
Durée de séjour	7,8	5,4
Nb moy de personnes	1,9	1,9
Taux 1ère visite	71%	86%
Age moy. répondant	51	35

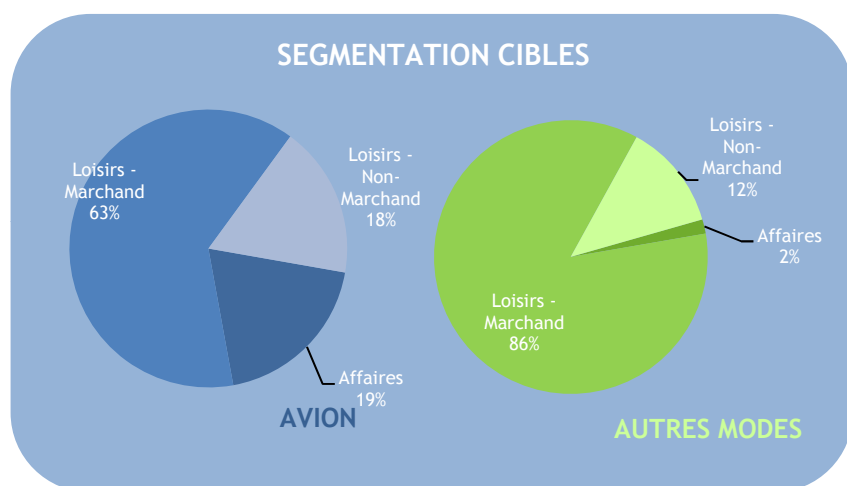
La source d'enquête Visetran permet de comparer les profils des visiteurs selon le mode de transport utilisé, avion ou autres modes (route et train). Les Asiatiques hors Japon/Chine venant par avion séjournent, à plus de 60%, sur la Côte d'Azur exclusivement au cours de ce voyage, tandis qu'ils ne sont plus qu'un sur 4 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 jour est un peu plus élevée pour l'avion, avec un avantage plus marqué encore pour la dépense par séjour du fait d'une durée de séjour nettement plus longue.

L'âge moyen des visiteurs (âge du répondant uniquement) venant par avion est sensiblement plus élevé (51 ans) que celui des usagers des autres modes (35 ans).

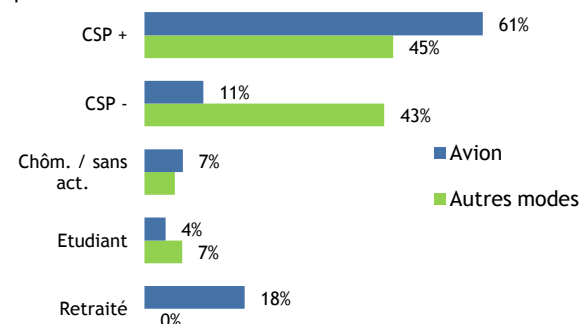
Le segment Loisirs Marchand est largement majoritaire, soit 6 séjours avion sur 10 et plus de 8 séjours autres modes sur 10.

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.

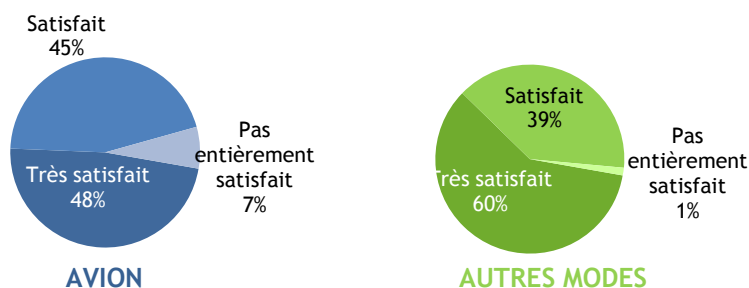


CSP

Les visiteurs appartiennent le plus souvent aux catégories CSP+ (6 visiteurs avion sur 10 et la moitié des visiteurs autres modes). 4 séjours autres modes sur 10 sont des CSP-. Les étudiants représentent entre 4 et 7% des visiteurs et les retraités sont surtout représentés parmi les visiteurs avion.



SATISFACTION



Mots cités spontanément

En positif		En négatif
Primo-visit.	Déjà Venus	
1 beautiful	1 nice	1 niceVille
2 nice	2 weather	2 money
3 people	3 beautiful	3 taxi
4 weather	4 relaxing	4 airport
5 food	5 people	5 counter
6 friendly	6 city	6 beaches
7 beaches	7 shopping	7 rain
8 scenery	8 clean	8 bus
9 niceVille	9 lifestyle	9 traffic
10 city	10 holiday	10 city

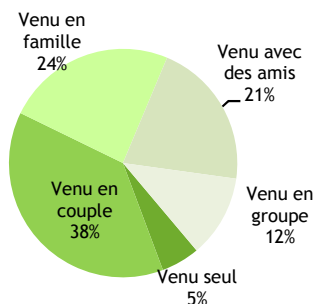
Les Asiatiques hors Japon/Chine sont très satisfaits de leur séjour dans un cas sur 2 pour les séjours avion et 6 sur 10 pour les autres modes. Le taux de satisfaction est par conséquent moyen, avec parmi les visiteurs avion 7% ne se déclarant pas entièrement satisfaits. 84% donnent spontanément un commentaire, positif dans 88% des cas. Parmi ces commentaires positifs, le mot "people", suivi de "weather" et "food" sont les noms communs signifiants qui sont le plus fréquemment formulés par les primo-visiteurs, et les mots "weather", "people" et "city" pour les visiteurs déjà venus. Les mots qualifiants les plus fréquents sont "beautiful", "friendly" et "relaxing". En négatif apparaissent surtout les termes signifiants "Nice (ville)", "money", "taxi" et "airport" (attention, nombre de cas encore limité parmi cet échantillon).

% avec commentaires	Nb. Moyen de com.	Nb. Moyen com. %	Positif	Négatif
84%	2,3	88%	88%	12%

SEJOURS LOISIRS PAR TYPE DE GROUPE

Les visiteurs venus en couple sont les plus nombreux (un sur deux), quel que soit le mode de transport. Les visiteurs arrivant par train ou route viennent moins souvent en famille mais plus souvent en groupe (sous-estimé dans cette enquête) que ceux utilisant l'avion.

Autour de 20% viennent avec des amis, quel que soit le mode.



AVION

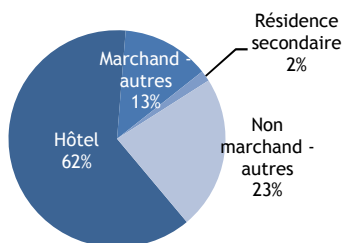
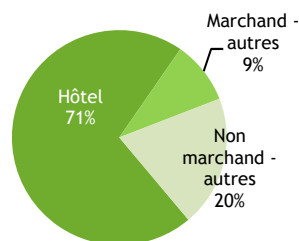
HEBERGEMENT SEJOURS LOISIRS

Les visiteurs par avion séjournent à l'hôtel 6 fois sur 10, contre 71% des séjours autres modes.

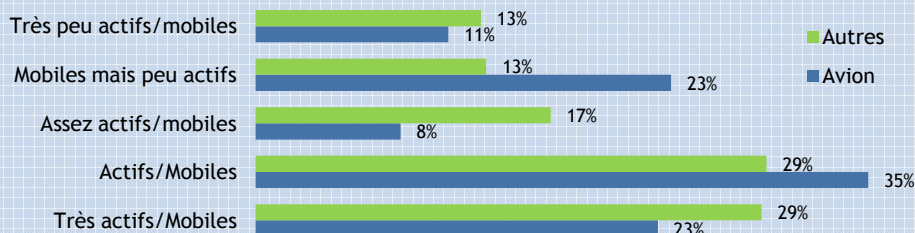
Le secteur marchand non hôtelier (location) pèse pour 10% environ quel que soit le mode.

La structure hébergements apparaît donc assez comparable quel que soit le mode de transport.

AUTRES MODES



TYPOLOGIE LOISIRS MOBILITE / ACTIVITES



Les Asiatiques hors Japon/Chine séjournant sur la Côte d'Azur sont plutôt mobiles/actifs que sédentaires. Seulement 12% des séjours environ sont sédentaires/inactifs. Le principal segment est celui des "actifs/mobiles" (environ un tiers de tous les séjours). Concernant les lieux ou activités les plus souvent cités sur la période été, on note surtout le shopping, Nice et Monaco. Sur la période hiver, il s'agit surtout du shopping, de Monaco puis de Nice, donc peu de différence avec l'été. La montagne est citée par 20% en été et par 23% en hiver. Les casinos sont cités par plus de 40% des visiteurs.

TAUX DE VISITES OU D'ACTIVITES DECLAREES

