

Le Marché Chinois

C'est le marché et la destination phare du XXI^e siècle. Avec une économie florissante et 1,4 milliard d'habitants, dont le revenu progresse rapidement et parmi lesquels 1,3 million de millionnaires, le taux de départ va croître fortement. C'est le marché mondial à la plus forte expansion (dépenses à l'étranger +27% en 2014, soit un surcroît de 36 milliards de dollars en un an !). Initialement focalisée sur le shopping de luxe, la demande évolue vers les visites et divertissements.

On compte plus de 100 millions de voyages à l'étranger depuis 2013. La France est la 1^{ère} destination en Europe, avec 2,2 million de séjours en 2015 (stable après +23% en 2013 et +4% en 2014 (x2 depuis 2010). Leurs séjours durent 6 nuits. 6 Chinois en France sur 10 arrivent par la route ou le train.

La Côte d'Azur

Le marché chinois figure déjà au 13^{ème} rang des marchés (22^{ème} en 2009). Il a décollé à partir de 2001 et sa contribution à la fréquentation étrangère est passée de 0,5% à 3,5%. Il entrera dans le top 10 en 2020. La Côte d'Azur accueille environ 5% des nuitées en France. **La part de marché est faible et stable.** Les séjours ont triplé entre 2007 et 2015 et la barre des 100 000 séjours a été dépassée en 2015. La visite du Président Hu Jintao fin 2010 a donné un coup de projecteur à la destination.

Principales régions d'origine : Avant 2000, la moitié du flux provenait de Hong Kong et le tiers de Chine continentale. Cette dernière représente à présent 67% des visiteurs, Hong Kong 25% et Taiwan 7%. Principales régions d'origine: Shanghai (1/3), provinces limitrophes Shanghai 30%, Sichuan 7%.

Chiffres clés

- 120 000 séjours de 4,5 nuits en moyenne, dont :
- 90 000 séjours en hôtels et résidences
- 25 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 50 résidences secondaires

Dépense : 138€/jour, 791€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : les 2/3 réservent moins de 2 mois avant le séjour (8 sur 10 pour la Chine continentale)

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 58%, Juillet-Août = 35%, hiver = 18%. Pointe en juillet (21%)

Visiteurs avion : 43% repartent sur des vols vers Paris (en baisse), 11% vers Genève/Zurich, 8% vers Londres, 5% vers Barcelone, 4% vers Francfort. Résas via GDS : via Paris, Londres, Francfort ou Amsterdam

Pouvoir d'achat du Yuan en France



😊 Points forts

- forte croissance à venir, notamment au départ des villes secondaires
- facilitation pour l'obtention des visas
- contribution plus forte en Février (3,5% des nuitées étrangères) et potentiel sur Déc-Jan. (présence en France)
- forte dépense par personne notamment en shopping
- plus fort taux de satisfaction maximale (93%)
- plus de la moitié des séjours hôtels en 4-5*

Ce marché inclut les pays : Chine, Hong kong, Taiwan, Macao soit une population totale de 1,38 milliard d'habitants (âge moyen : 33 ans)

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2015 : + 9,3%/an

Dépenses à l'étranger

263 milliards €, au 1^{er} rang mondial depuis 2012 - Tendance ann. moy. 2005-15 : +31%, mais +49% en 2015 !

+ Hong Kong 20,6 milliards € (11^e rang, +6,8%/an) - + Taiwan 14 milliards € (22^e rang - +7,2%/an)

Nombre de jours de congés payés (Chine)

5 + 11 jours fériés = 16

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

Particularités du calendrier : vacances fin janvier-début février (nouvel an chinois), début octobre (fête nationale, "golden week")

C'est un marché...

- neuf et émergent, donc de primo-visiteurs (84% pour le Loisirs Marchand) : 1^{er} rang pour le taux de primo
- majoritairement de loisirs
- de courts séjours en hébergements marchands (principal segment : 2 nuits) ; à l'avant dernier rang pour le taux de visite parents et amis
- haut de gamme (dép moy : 138€/jour), mais tourné aussi vers l'hôtellerie moyenne gamme
- de groupes organisés surtout, et d'individuels, jeunes (moyenne 37 ans, la plus basse parmi les marchés)
- à forte motivation shopping



5 ans	+26,03%
3 ans	+9,96%
1 an	-4,78%
6 mois	-2,36%

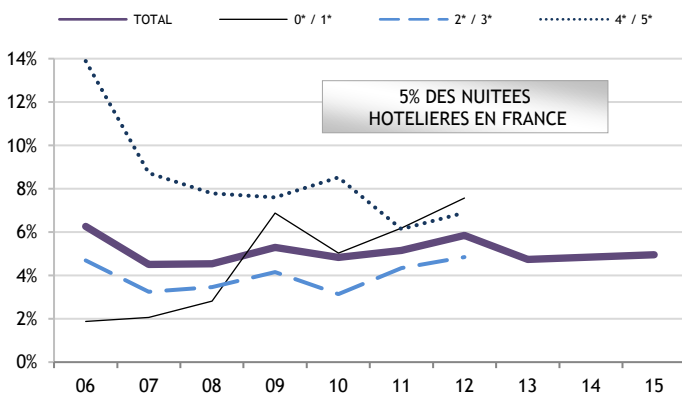
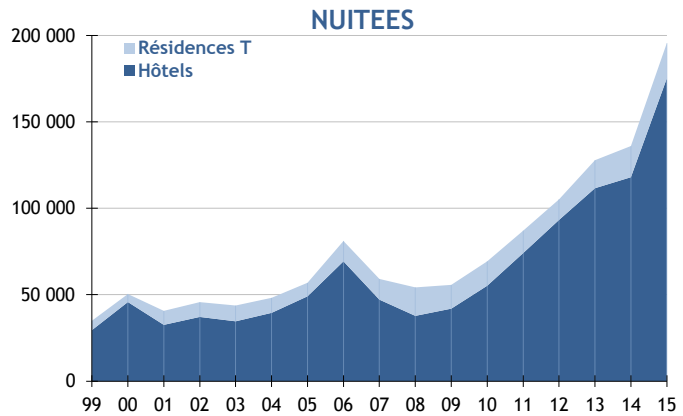
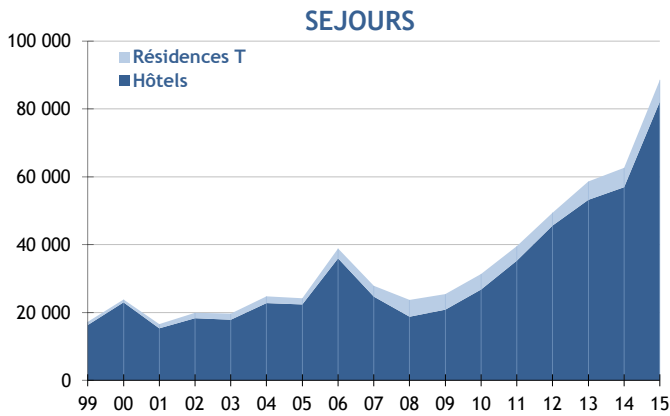
A fin juin 2016, l'évolution du pouvoir d'achat des Chinois en France (€ pour 1 Yuan ou Renminbi) est franchement favorable (+26% en 5 ans), mais en léger retrait sur la dernière année.

☹️ Points faibles

- faible durée des congés et des séjours Côte d'Azur
- multi-destinations et forte focalisation sur Paris
- séjours concentrés sur Nice (1^{er} rang des marchés pour le taux de séjours avion à Nice), Cannes, Monaco
- absence de desserte aérienne directe
- faibles taux de pratique d'activités (parmi les plus faibles pour spectacles payants, sports et activités et excursion montagne)

OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR

La progression des séjours Chinois en hôtels et résidences est très rapide, avec une première accélération en 2006, suivie d'un repli, et d'une seconde en 2015. Le seuil des 50 000 séjours hôtels et résidences a été franchi en 2012 et les 80 000 en 2015. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 8% en séjours et à 12% en nuitées.



PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

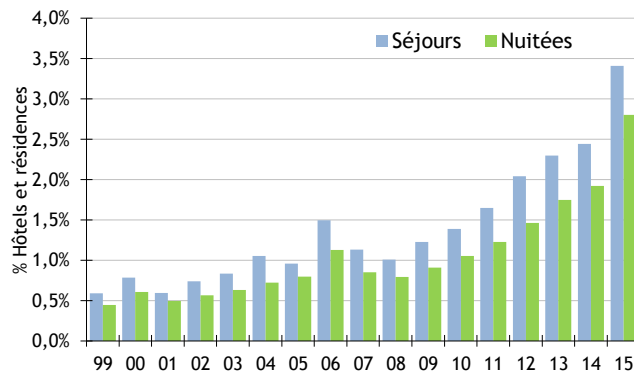
Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Chinois en ont réalisées seulement 5% sur la Côte d'Azur en 2015, ce qui reste une faible part. La plus grande partie du flux reste centrée sur Paris. Cette part avait augmenté à 5,8% en 2012, mais rechuté ensuite. Elle apparaît très stable sur les trois dernières années.

A fin 2012, la part moyenne était en baisse sensible dans les 4-5*, mais en forte hausse dans les 0-1*, et stabilisée dans les 2-3*, mais à un niveau bas. La part de marché devrait pouvoir évoluer à la hausse à l'avenir, un objectif de 7% étant envisageable et réaliste.

La part des Chinois dans la fréquentation hôtels et résidences, longtemps marginale, s'accroît rapidement. La contribution de ce marché a franchi la barre des 2% en 2012, puis celle des 3% en 2015 (3,4% des séjours étrangers). On observe ainsi un renforcement continu du poids de la Chine, appelée à devenir un marché important pour les hébergements.

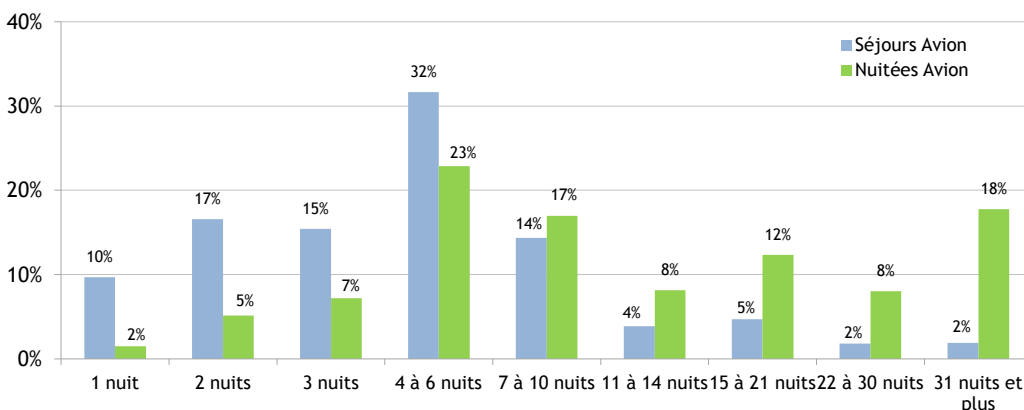
La part des nuitées est bien inférieure à la part en séjours, en raison d'une durée de séjour nettement plus courte que la moyenne, et cet écart s'est accentué.

CONTRIBUTION DES CHINOIS À LA FREQUENTATION ETRANGERE

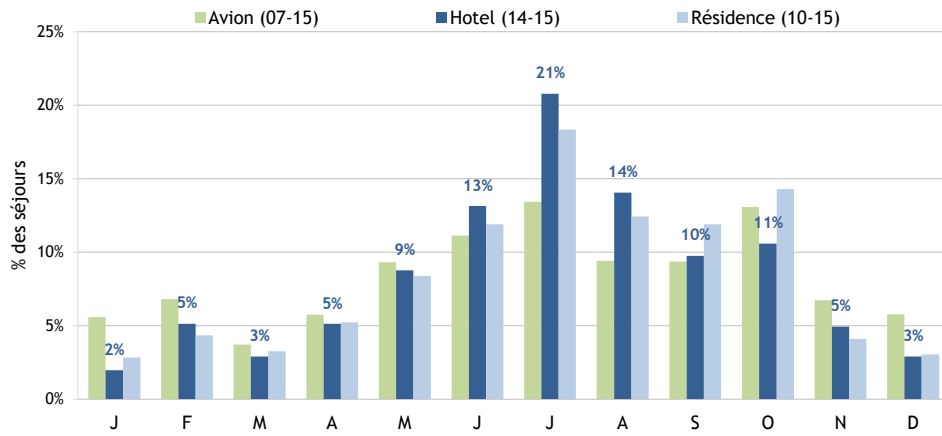


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours chinois est faible sur la Côte d'Azur. Les séjours avion durent 5,7 nuits en moyenne, avec peu de différence entre les Loisirs et l'Affaires. Toutefois les séjours Loisirs non Marchand durent près de 14 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) groupent 42% du total, et le segment des 4-6 nuits un tiers des séjours. Les séjours de plus de 3 semaines sont rares mais pèsent pour plus du quart des nuitées totales. Dans l'hôtellerie, les séjours sont très courts, soit 2,1 nuits seulement, et seulement une nuit de plus pour les résidences de tourisme.



	Durée	Nuits
	Hôtels	2,1
	Résidences	3,1
	Hôtels+Rés.	2,2
Avion 01-14	Moyenne	5,7
	Loisirs	6,7
	Dont Héb marchand	4,7
	Dont Héb non-march	13,9
	Affaires	6,0
	Dont MICE	4,9
	Dont Autres affaires	6,8



Hotels + Résidences		
14-15	SEJOURS	NUITEES
J	2,0%	2,0%
F	5,1%	5,4%
M	2,9%	3,2%
A	5,1%	5,4%
M	8,5%	8,5%
J	12,9%	12,5%
J	20,8%	19,7%
A	14,0%	14,1%
S	10,1%	10,3%
O	10,9%	11,2%
N	4,8%	4,7%
D	3,0%	3,0%

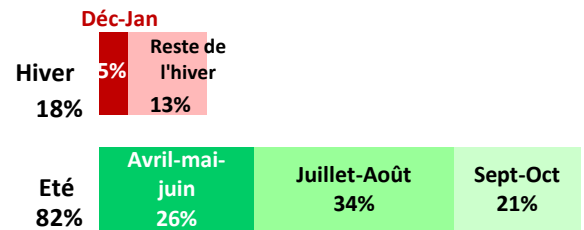
Les séjours chinois sont bien répartis entre Mai et Octobre, et relativement nombreux aussi en Février, mais les mois de Décembre-Janvier et Mars sont faibles (la Chine est au dernier rang des marchés pour le taux de séjour avion en Mars-Avril, mais au 1er rang sur Octobre et au 3ème sur Février). Dans l'hôtellerie, on observe une forte pointe en Juillet qui réalise 21% du total des séjours, et un creux très bas en Janvier. La demande apparaît mieux répartie dans les résidences, avec une vague importante en Octobre. Pour le segment avion on observe une faiblesse en Mars/Avril et une pointe en Octobre.

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.

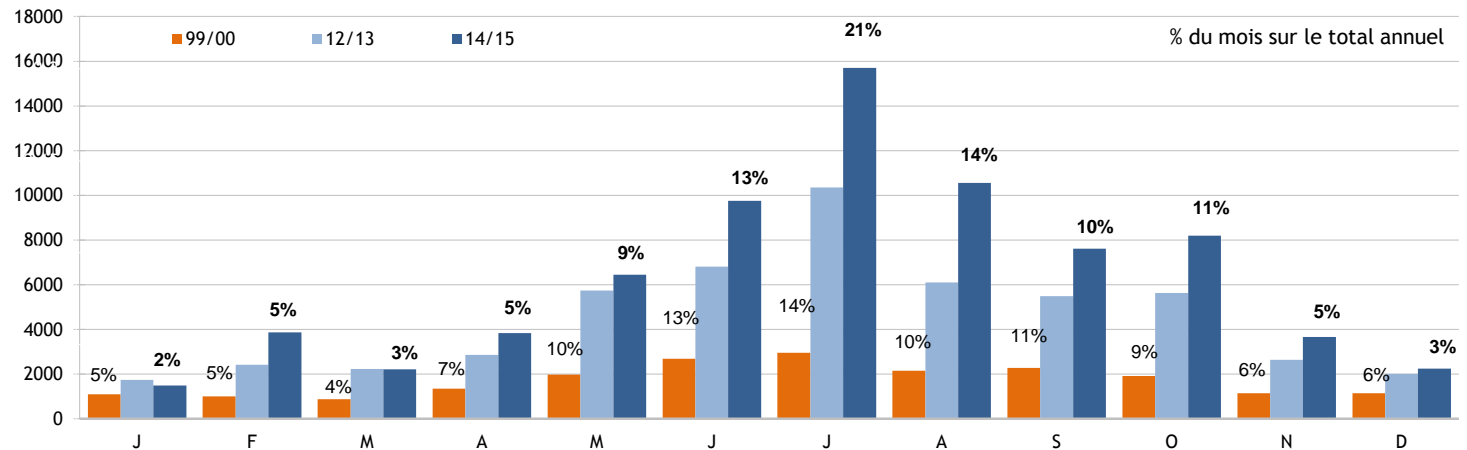
Les nuitées hébergement sont fortement concentrées sur les mois de Mai à Octobre, avec une pointe marquée en Juillet (près de 20% du total annuel). La période de Juin à Septembre représente 57% du total annuel, et l'hiver n'en concentre que 18%.

L'évolution des séjours hôteliers depuis 1999 (en volume) montre une nette évolution positive tous les mois de l'année, mais très faible en janvier et surtout marquée en Février ainsi qu'entre Mai et Novembre. Concernant la part de chaque mois, on note entre 99 et 2015 une forte poussée des mois de Juillet-Août et un gain pour Octobre. Tous les autres mois voient leur part baisser.

NUITEES 2014/15 - HOTELS ET RESIDENCES

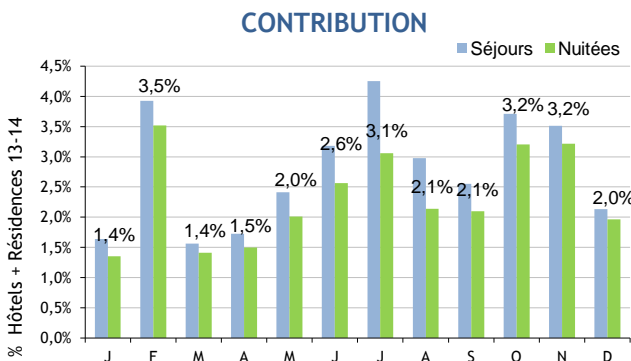


EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



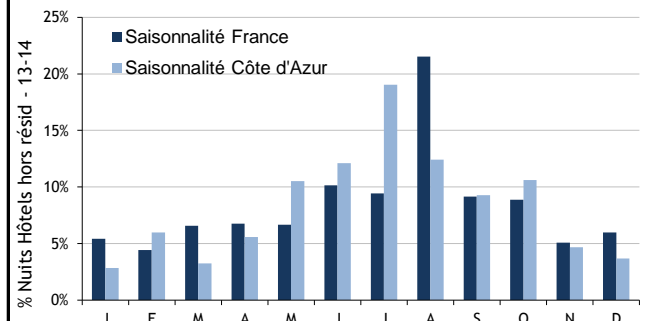
POTENTIEL MENSUEL

La part des Chinois sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 1,4% en Janvier et Mars à 3,5% en Février. Ce marché constitue une cible intéressante pour sa contribution en Février, Octobre et Novembre, et sa contribution est complémentaire les autres mois. La part de marché Côte d'Azur/France est très faible en Janvier et Mars mais élevée en Mai et juillet. Si on compare la distribution mensuelle des nuitées entre la France et la Côte d'Azur, on constate un potentiel intéressant en Décembre-Janvier et en Mars, avec une présence importante en France mais moindre sur la Côte d'Azur.



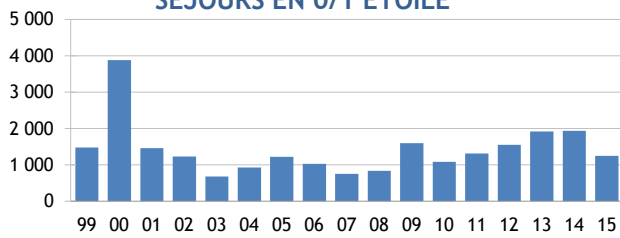
PDM 06/F	
J	2,9%
F	7,4%
M	2,7%
A	4,5%
M	8,6%
J	6,5%
J	11,0%
A	3,1%
S	5,5%
O	6,5%
N	5,0%
D	3,4%

POTENTIEL SUR LA FRANCE

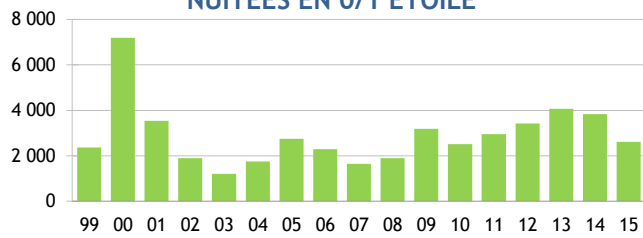


OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR

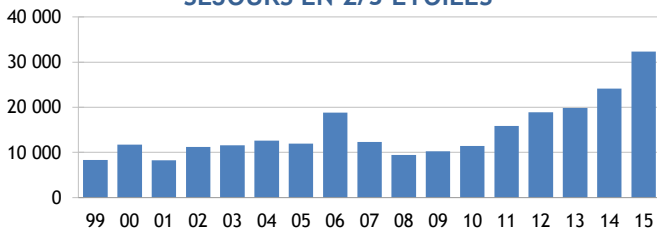
SEJOURS EN 0/1 ETOILE



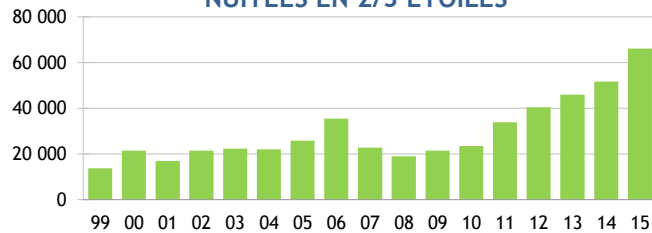
NUITEES EN 0/1 ETOILE



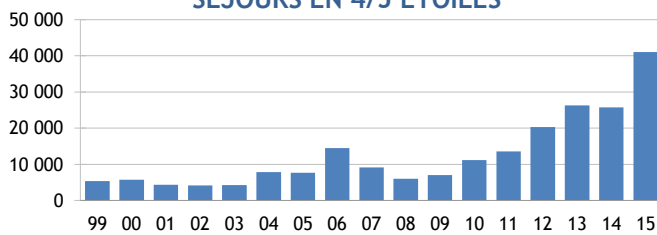
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



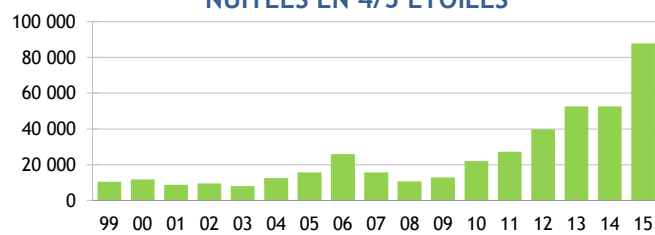
NUITEES EN 2/3 ETOILES



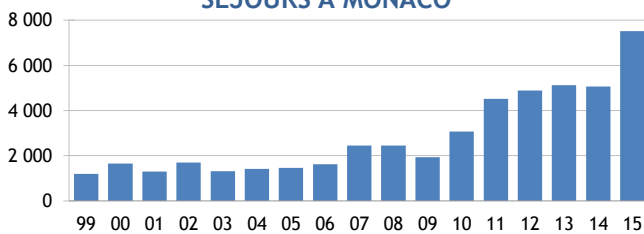
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



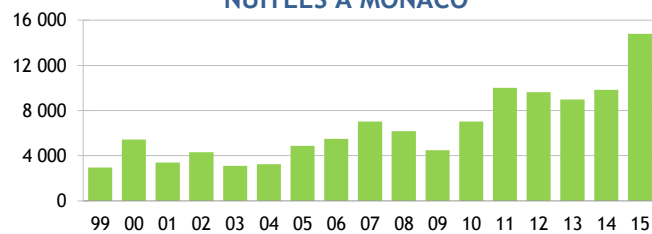
NUITEES EN 4/5 ETOILES



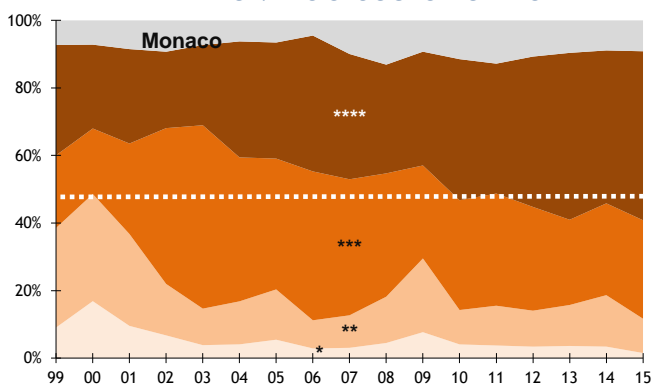
SEJOURS A MONACO



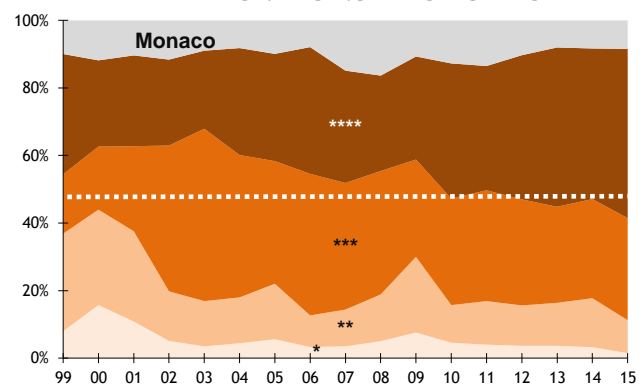
NUITEES A MONACO



REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



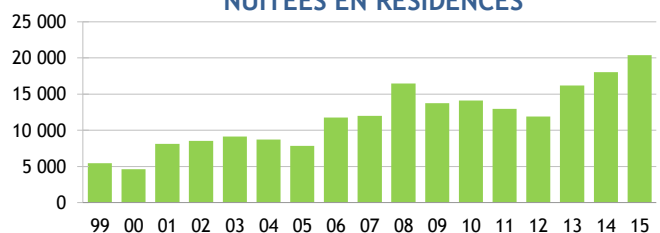
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



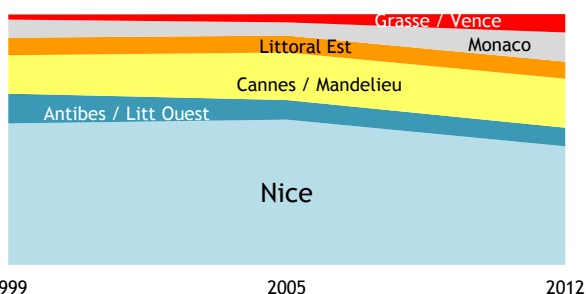
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



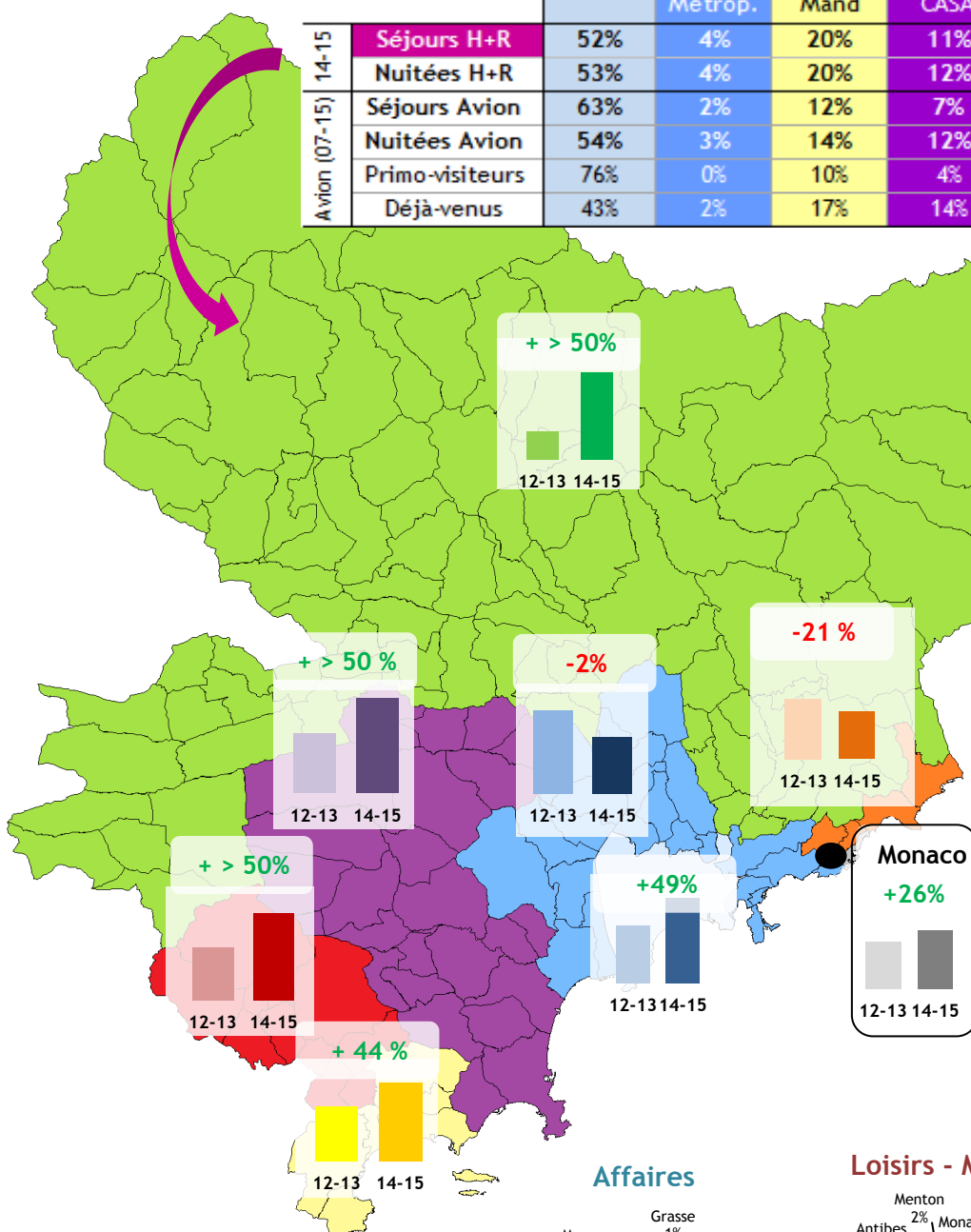
TENDANCES HOTELS 99-2012 - ANCIEN ZONAGE



Historiquement, les Chinois se concentraient sur Nice, pour plus de la moitié de la fréquentation, mais avec une part en baisse depuis 2005, au profit de Cannes-Mandelieu et Monaco, mais aussi du Moyen Pays.

La part d'Antibes-Littoral Ouest a également baissé, tandis que celle du Littoral Est est restée stable.

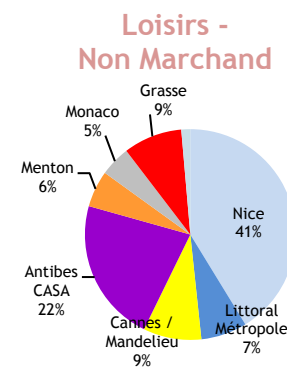
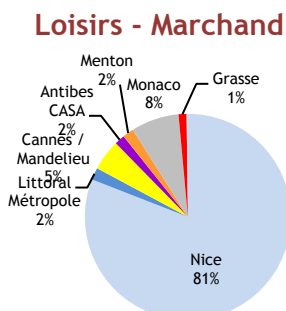
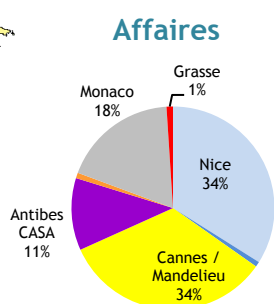
	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
14-15								
Séjours H+R	52%	4%	20%	11%	2%	8%	1%	1%
Nuitées H+R	53%	4%	20%	12%	2%	7%	1%	1%
Avion (07-15)								
Séjours Avion	63%	2%	12%	7%	2%	10%	2%	0%
Nuitées Avion	54%	3%	14%	12%	3%	7%	6%	0%
Primo-visiteurs	76%	0%	10%	4%	3%	7%	0%	0%
Déjà-venus	43%	2%	17%	14%	2%	13%	9%	0%

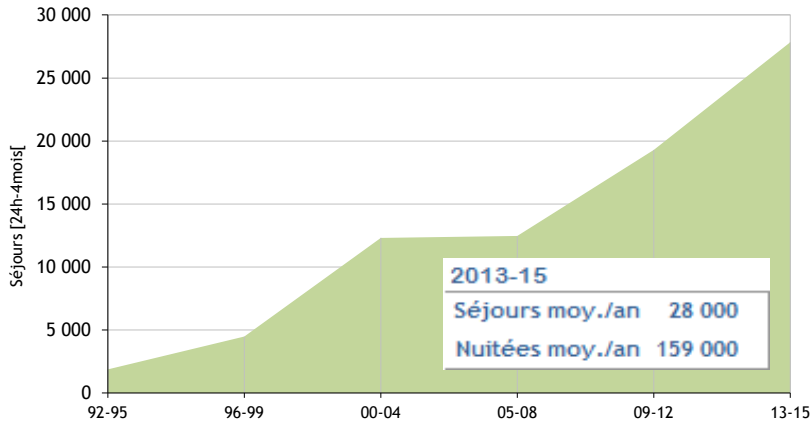


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2014-15 sont : Nice (52% des séjours hébergements et 63% des séjours avion), suivie de Cannes-Mandelieu (20% et 12%) et d'Antibes-CASA (11% et 7%, mais 12% des nuitées Avion). Monaco accueille près d'un séjour sur 10. La présence chinoise est marginale sur les autres zones. Les Chinois sont au dernier rang pour le taux sur Métropole Litt. Est, à l'avant-dernier rang pour Antibes, mais au 1er rang pour Nice (segment avion).

Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 76% des primo-visiteurs choisissent cette zone (et 10% Cannes), et que 81% des séjours Loisirs Marchand y sont hébergés. Les Primo sont très majoritaires à Nice et très minoritaires sur les autres zones. Pour le Loisirs non Marchand, Nice accueille 41% des séjours et Antibes, au second rang, 22%. Pour le segment Affaires, Nice et Cannes en accueillent chacun 34% et Monaco 18%.

En 2014-15 (voir carte), on note une forte progression des séjours hébergements sur toutes les zones, sauf à Menton et en Littoral Métropole. La hausse la plus marquée porte sur le moyen et moyen Pays.





Moins du quart des séjours chinois sont réalisés par avion jusqu'à Nice Côte d'Azur. En 2013-15 une moyenne de 28000 séjours avion annuels ont pu être recensés. La tendance est très positive, malgré un palier en 2005-8, et devrait s'amplifier avec la création de ligne directe à l'étude, au cours des années à venir.

La durée moyenne des séjours est faible, de 5,7 nuits. 57% des séjours Loisirs Marchand durent 1-3 nuits, un quart entre 4 et 6 nuits, mais le principal segment est le 2 nuits. En Loisirs non Marchand, la durée moy. atteint 14 nuits et le principal segment est le 7-10 nuits (3 sur 10). 7 sur 10 durent une semaine nuits ou plus. Pour l'Affaires, la durée est de 6,2 nuits en moyenne et le principal segment est le 4-6 nuits.

Le taux de satisfaction est très bon avec 90% de "très satisfaits" et seulement 2% d'insatisfaits. 67% des visiteurs séjournent pour la 1^{ère} fois sur la Côte d'Azur, voire 84% en Loisirs Marchand, un taux très élevé du fait de la distance et du caractère neuf de ce marché.

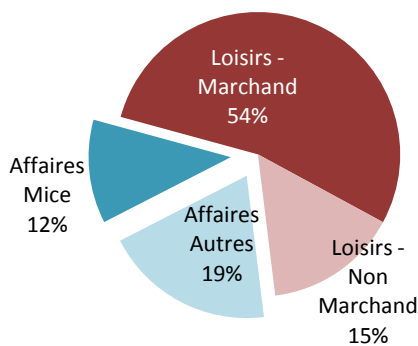
La dépense moy. est de 138€/jour et de 791€ par séjour, un très bon niveau qui place ce marché parmi les plus rémunérateurs par jour de présence. Le segment "basse contribution" ne concerne que 8% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 21% (41% pour l'Affaires). La clientèle est très jeune, âgée de 37 ans en moy. Le principal segment âge pour le Loisirs est le 30-39 ans (24%).

2007-15	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	5,7	4,7	13,9	6,0
Age moyen	37	36	35	37
Nb Personnes	1,9	2,4	1,7	1,7
Taux 1 ^{ère} visite	67%	84%	31%	56%
Dépense/séjour	791 €	698 €	984 €	1 581 €
Dépense/jour	138 €	163 €	71 €	307 €
> 200€ / jour	21%	20%	4%	41%
De 30 à 200€ /jour	71%	77%	74%	50%
<30€ / jour	8%	3%	21%	9%
Satisfaction				
Très satisfaits	90%	92,8%	91,2%	83,7%
Satisfaits	8%	5,6%	7,2%	12,9%
Non entières. satisfaits	2%	1,6%	1,5%	3,5%

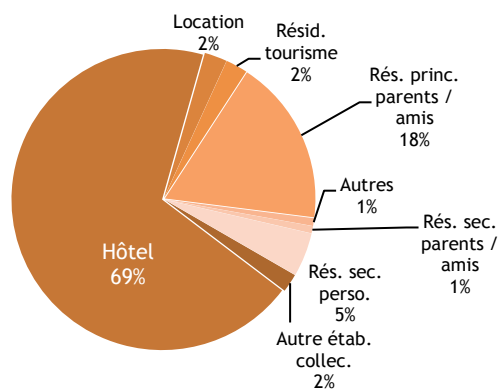
SEGMENTATION CIBLES

Le segment Loisirs Marchand regroupe 53% des séjours chinois. La part du Loisirs Non Marchand est limitée, soit 15% et la Chine est à l'avant-dernier rang des marchés pour la part en Loisirs non Marchand. Le segment Affaires représente près du tiers des séjours avion, dont 12% en MICE.

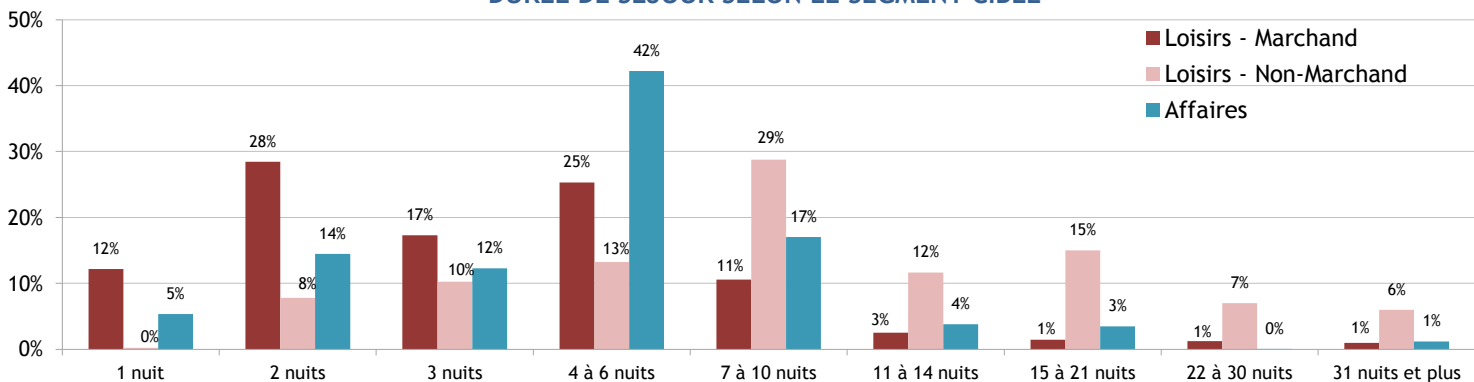
Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est l'hôtel, avec 69% (la Chine est au second rang des marchés), devant les parents et amis (18%). Les résidences secondaires accueillent seulement 6% des séjours Loisirs, et la location 4%.



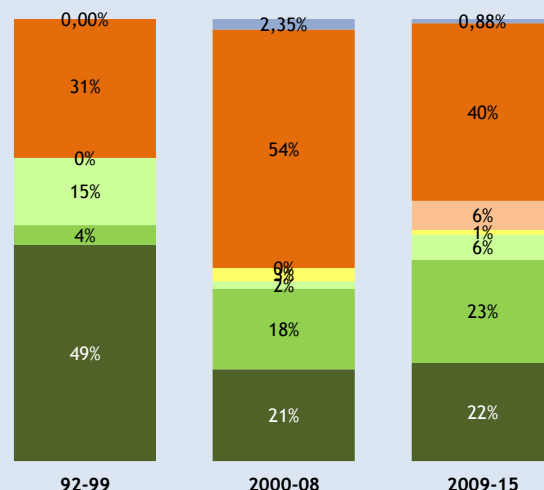
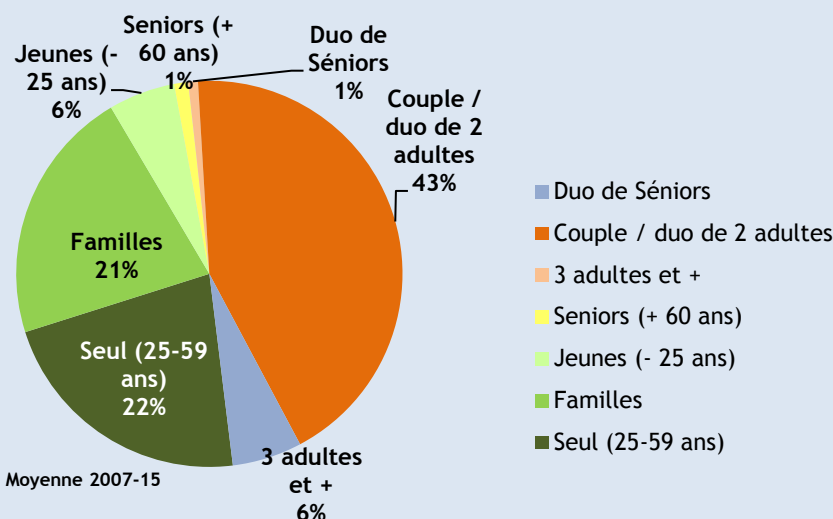
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



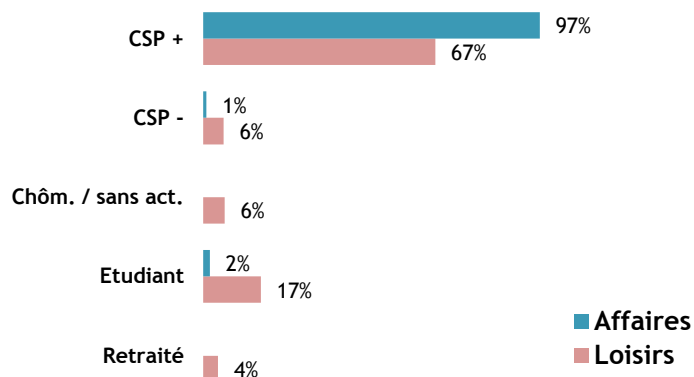
TYPLOGIE LOISIRS AVION



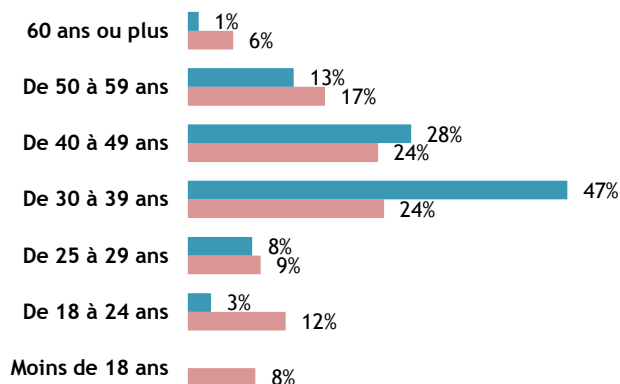
Les Chinois à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 43% des cas, mais souvent aussi en Famille (21%), incluant 1,8 enfant en moyenne. 22% sont des adultes voyageant seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et 6% voyagent à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Jeunes représente 6%, et le segment Senior est nettement sous-représenté (2% seulement).

Sur les dernières décennies, l'évolution est nettement défavorable au segment "Seuls", mais aussi aux Jeunes. Les Couples-duos sont devenus majoritaires et les Seniors restent largement sous-représentés. Les segments Familles et "3 adultes et +" sont en forte croissance. Les profils tendent à se diversifier.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



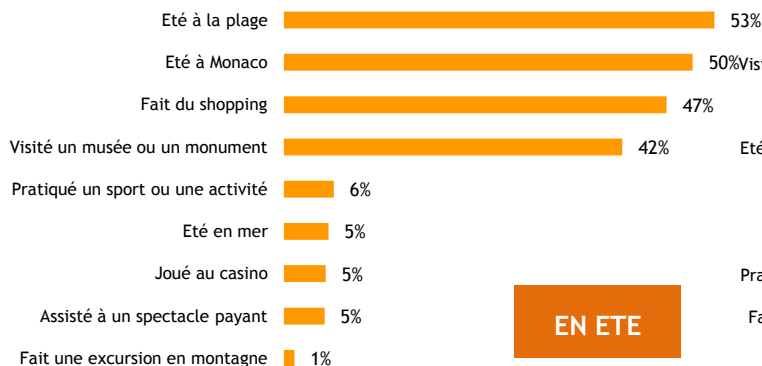
SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



SEGMENT LOISIRS

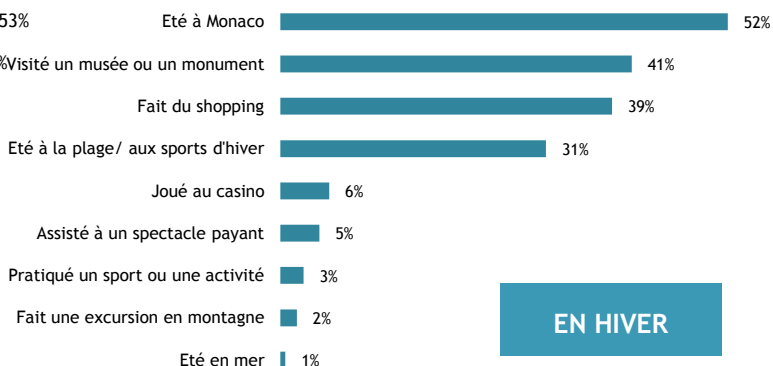
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la plage (promenade surtout) à 53%, devant la visite à Monaco (50%) et le shopping (47%). Ce marché se place à l'avant-dernier rang pour les spectacles payants. En hiver, la visite de Monaco est en tête avec 52%, devant la visite de musée (41%) et le shopping (39%). Sur l'année entière seuls 5% déclarent avoir pratiqué un sport ou une activité durant le séjour.

ACTIVITES DECLAREES

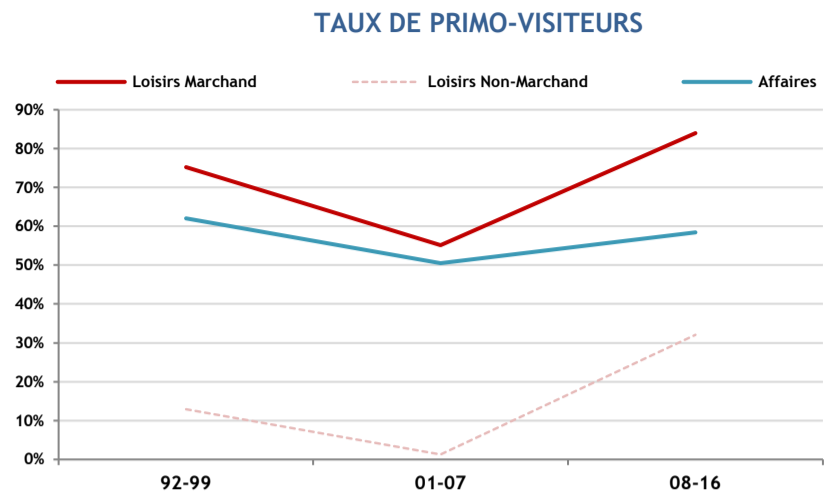
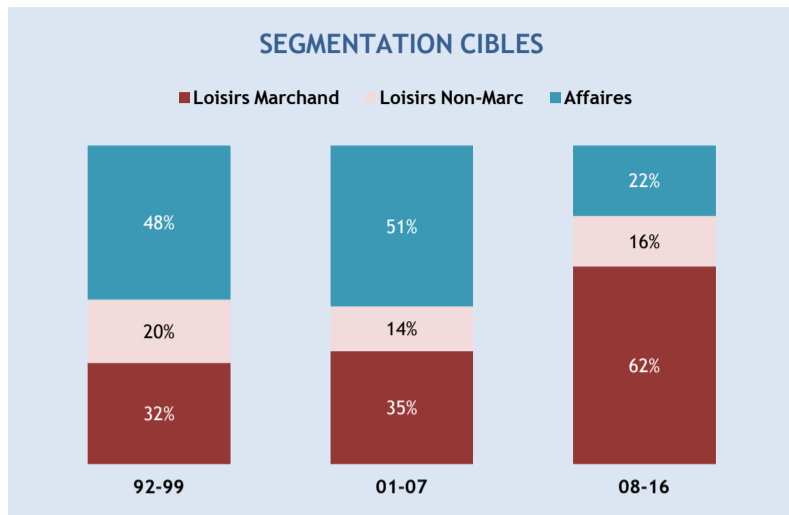


EN ETE

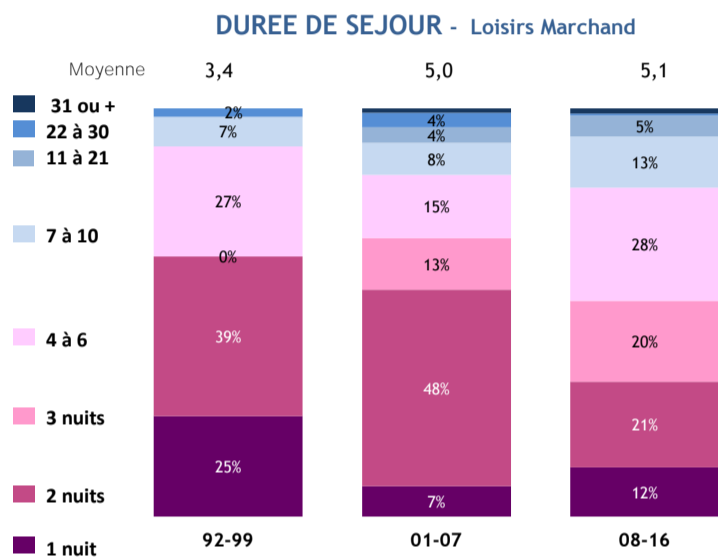
ACTIVITES DECLAREES



EN HIVER



Tendances Visiteurs avion Loisirs



SEGMENTATION CIBLES

Très forte progression du taux de Loisirs Marchand, au détriment de l'Affaires, et stabilité relative du Loisirs non Marchand

TAUX DE PRIMO VISITEURS

De nouveau en progression depuis 2001, pour les trois segments, surtout pour le non Marchand, et à un niveau très élevé en mode Loisirs marchand.

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Evolution positive. La part des courts séjours a perdu 11 pts, mais les 3 nuits progressent. Chute et rebond des 4-6 nuits. Part des longs séjours en hausse

ZONES DE SEJOUR

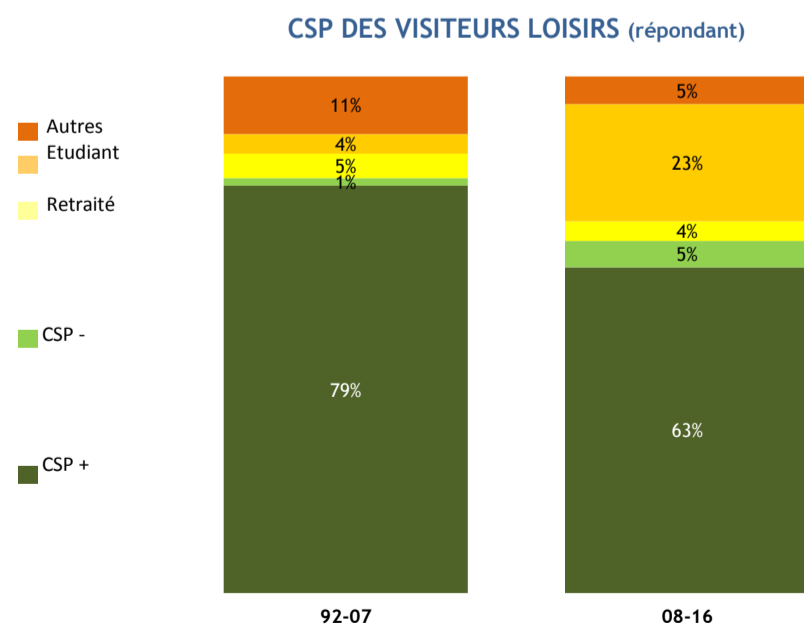
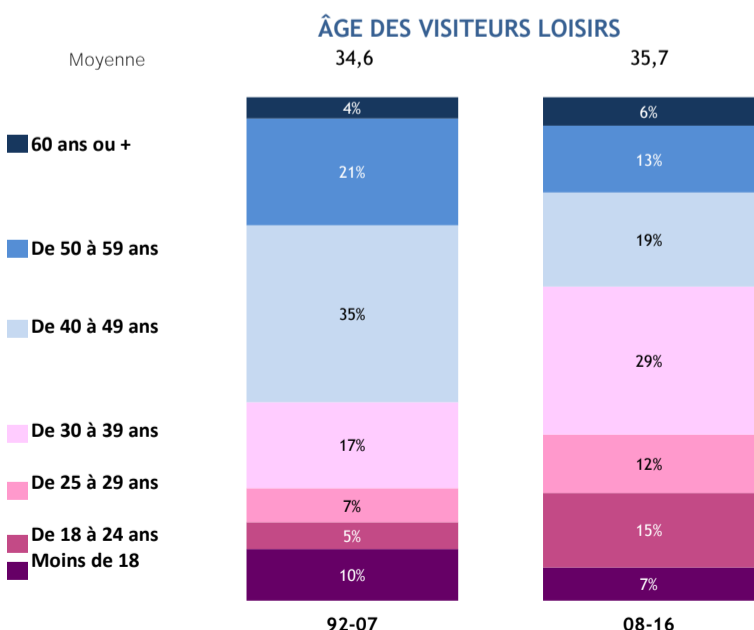
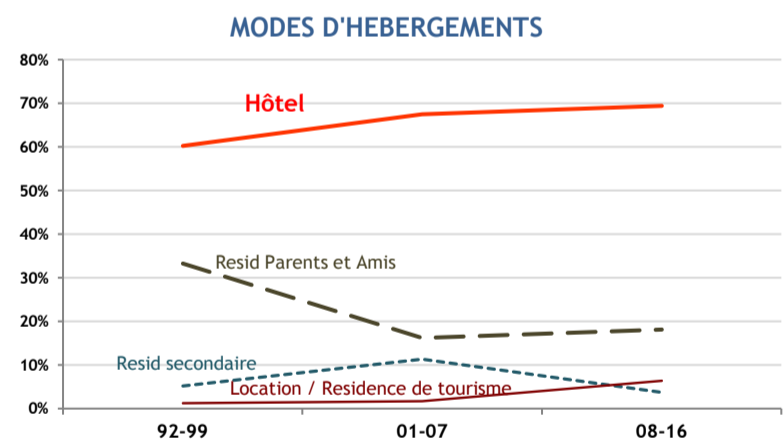
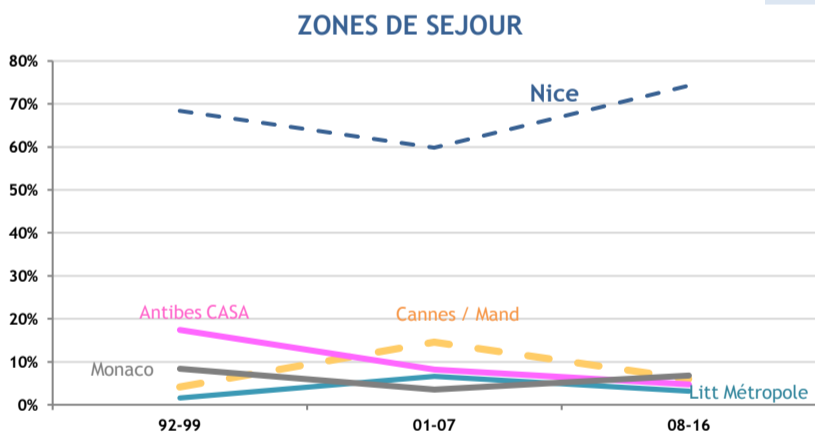
Nice se maintient largement en tête. Antibes recule nettement ainsi que, plus récemment, Cannes. Rebond de Monaco

MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel se renforce. Les séjours chez parents et amis ont sensiblement chuté entre 92 et 2007. Le mode locatif accroît sa part au détriment de la rés. secondaire

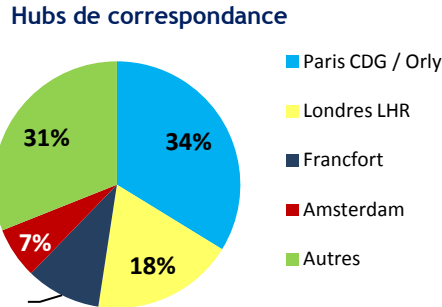
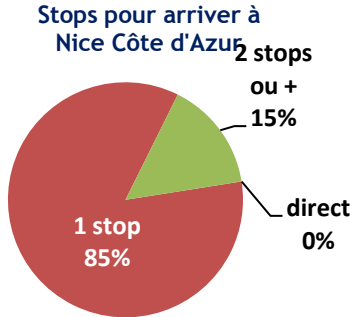
AGE/CSP

Age moyen en légère hausse mais reste très bas. Hausse des -18-29 ans et surtout des 30-39 ans, au détriment des 40-49 ans surtout. La part des CSP+ recule au profit des étudiants et CSP-.



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.

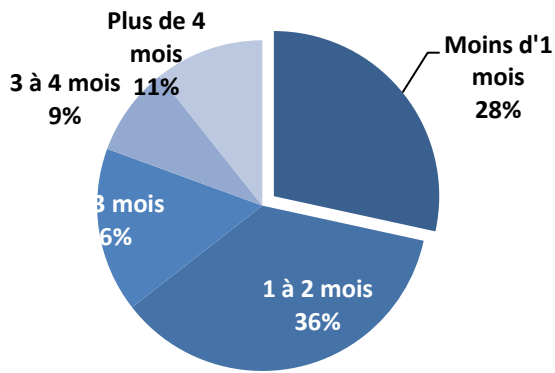


Les séjours FRANCE sont à destination de 1/Paris 2/Nice 3/Lyon 4/Marseille

Les voyages à destination de Nice-Côte d'Azur sont tous effectués via un autre aéroport, Paris en tête (34%), devant Londres LHR ou Francfort et une diversité d'autres hubs

SEJOURS	2010	2011	2012	2013	% Moy 12-13	Tendance
Nice	NC	7 437	9 422	11 147		→
France	NC	230 136	246 040	273 917		→
Part de marché Nice (%)		3,2	3,8	4,1		→
courts (1-3 nuits)		1 729	2 009	1 651	17,8	↔
moyens (4-8 nuits)		3 384	4 201	5 464	47,0	→
longs (9-21 nuits)		1 771	2 559	3 356	28,8	→
très longs (+22 nuits)		553	653	676	6,5	→
Part des groupes 6 pax et +		5,4	5,6	9,9	7,9	→

Nombre de jours entre dates de réservation et d'arrivée

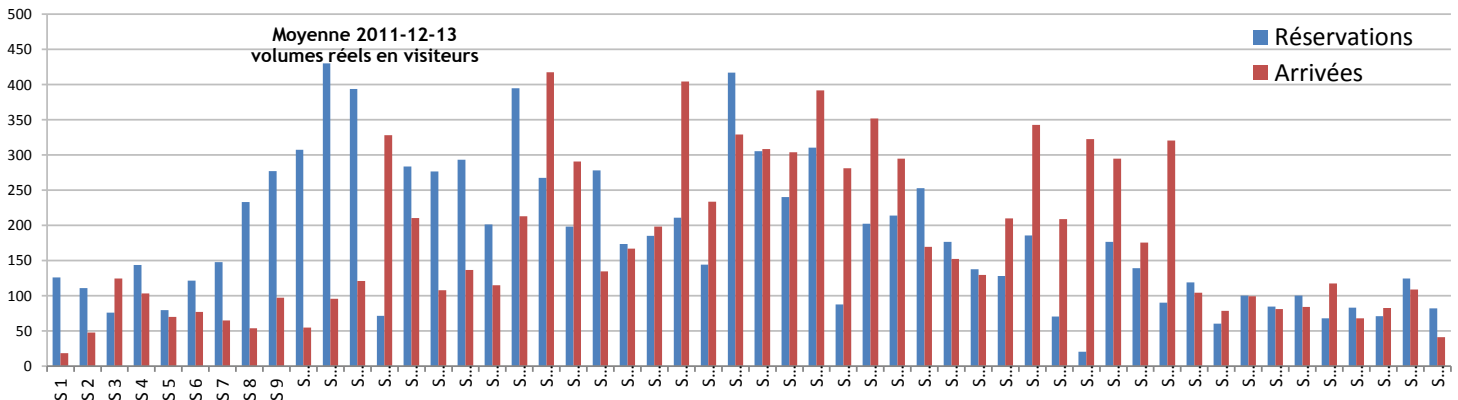


La répartition des réservations des séjours Nice-Côte d'Azur est plutôt équilibrée. En effet, 36% des séjours sont réservés plus de deux mois avant le départ, autant sont réservés entre 1 à 2 mois avant leur séjour et les 28% restant réservent dans le mois qui précède le voyage.

Les pics de réservation sont en semaines 11 (pointe annuelle), 12, 18 et 26.

Les pics d'arrivée sont en semaines 13, 19, 24, 29 et 31.

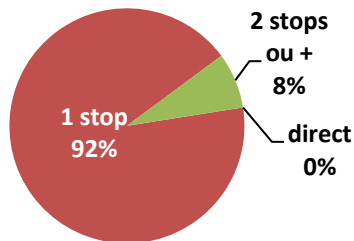
Saisonnalité hebdomadaire des réservations et des arrivées à Nice



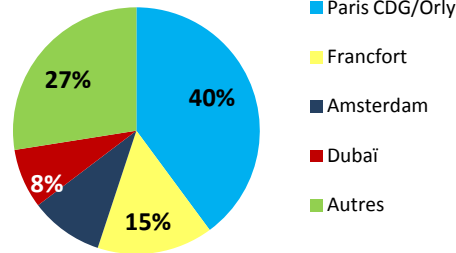
Les séjours avion réservés via les GDS

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

Stops pour arriver à Nice Côte d'Azur



Hubs de correspondance

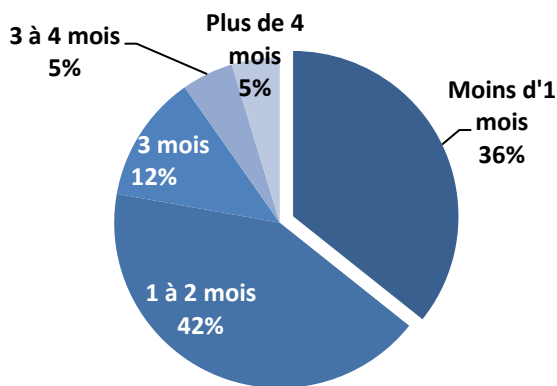


Les séjours FRANCE sont à destination de 1/Paris 2/Nice 3/Lyon 4/Marseille

Les voyages à destination de Nice-Côte d'Azur sont tous effectués via un autre aéroport, Paris en tête (40%), devant Francfort (15%), Amsterdam (10%) et Dubaï (8%).

SEJOURS	2010	2011	2012	2013	% Moy 12-13	Tendance
Nice NC		3 625	4 842	5 450		→
France NC		136 607	150 120	168 847		→
Part de marché Nice (%)		2,7	3,2	3,2		→
courts (1-3 nuits)		936	958	762	16,7	→
moyens (4-8 nuits)		1 787	2 402	2 703	49,6	→
longs (9-21 nuits)		689	1 184	1 700	28,0	→
très longs (+22 nuits)		213	298	285	5,7	→
Part des groupes 6 pax et +		9,1	7,7	16,5	12,3	→

Nombre de jours entre dates de réservation et d'arrivée

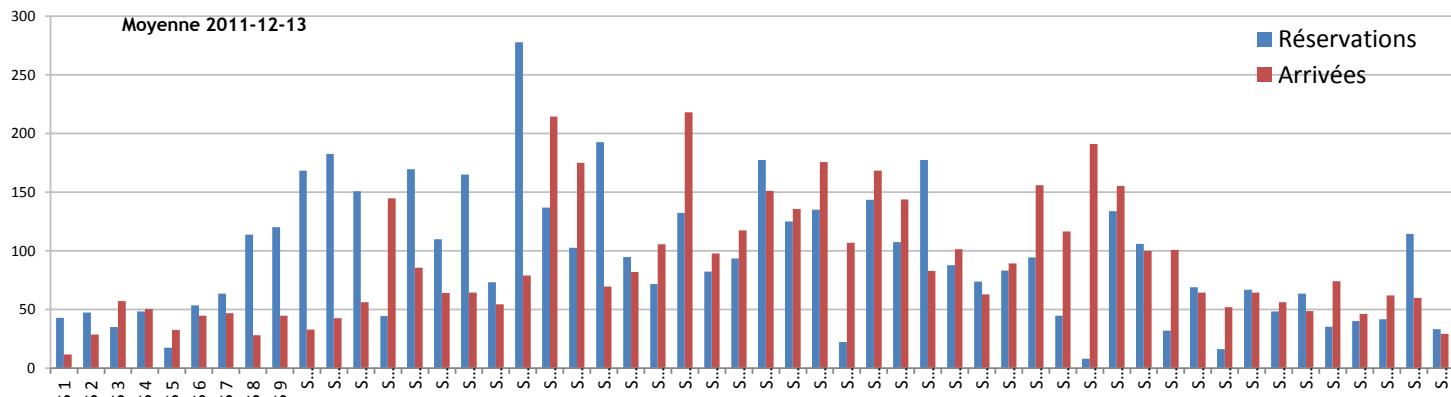


Les séjours Nice-Côte d'Azur sont réservés assez tard. Près de 4 sur 10 réservent dans le mois qui précède le séjour, et 4 autres entre 1 et 2 mois avant. La part des visiteurs qui réservent plus de 4 mois avant est très faible, soit 5% seulement.

Les pics de réservation sont en semaines 10 à 13, 18 (forte pointe annuelle), et 51.

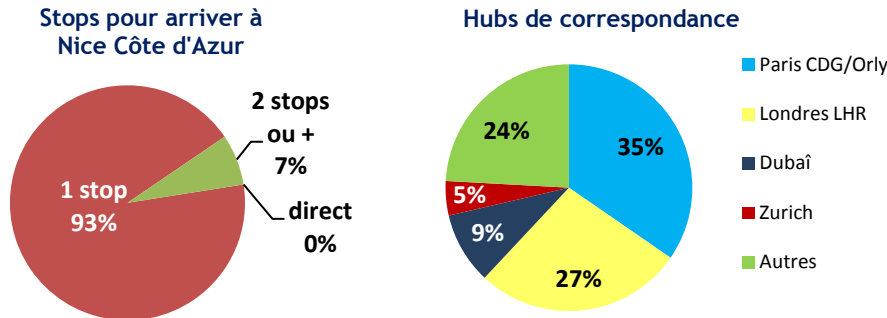
Les pics d'arrivée sont en semaines 13, 19, 24, 29, 31, 37 et 39.

Saisonnalité hebdomadaire des réservations et des arrivées à Nice



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.

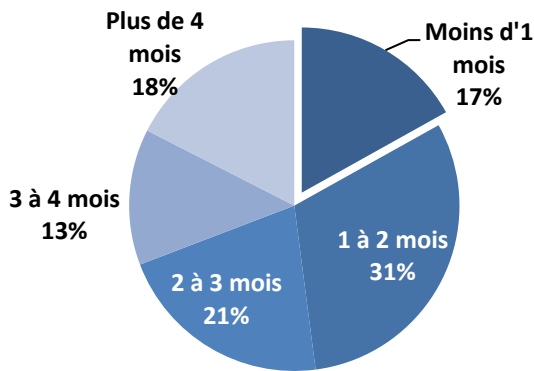


Les séjours FRANCE sont à destination de 1/Paris 2/Nice 3/Lyon 4/Marseille

Les voyages à destination de Nice-Côte d'Azur sont tous effectués via un autre aéroport, Paris en tête (35%), devant Londres LHR (27%), Dubaï ou Zurich.

SEJOURS	2010	2011	2012	2013	% Moy 12-13	Tendance
Nice	NC	2 955	3 327	3 536		→
France	NC	67 129	65 771	68 179		→
Part de marché Nice (%)		4,4	5,1	5,2		→
courts (1-3 nuits)		661	764	723	21,7	→
moyens (4-8 nuits)		1 250	1 296	1545	41,4	→
longs (9-21 nuits)		782	996	995	29,0	→
très longs (+22 nuits)		262	271	273	7,9	→
Part des groupes 6 pax et +		2,0	4,1	3,4	3,8	→

Nombre de jours entre dates de réservation et d'arrivée

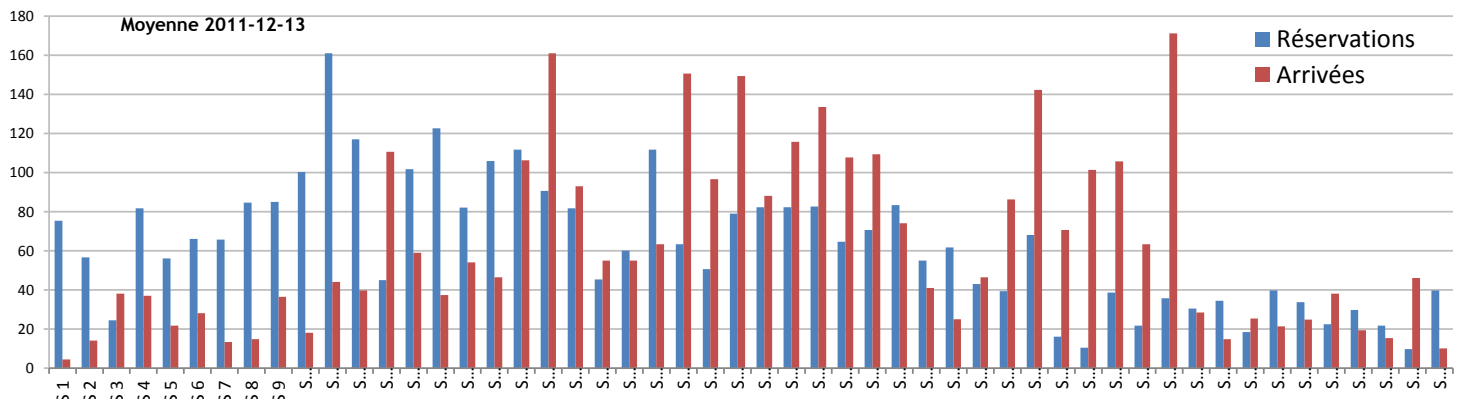


La répartition des réservations des séjours Nice-Côte d'Azur est bien équilibrée. 3 sur 10 réservent entre 1 et 2 mois avant le séjour et un tiers entre 2 et 4 mois avant. Seuls 17% réservent dans le mois qui précède, et autant le font plus de 4 mois avant.

Les pics de réservation sont en semaines 10 à 18 (forte pointe annuelle en semaine 11) et 23.

Les pics d'arrivée sont en semaines 13, 19, 24-25, 29, 37 et 42.

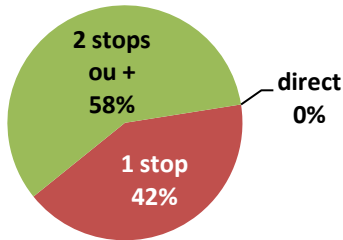
Saisonnalité hebdomadaire des réservations et des arrivées à Nice



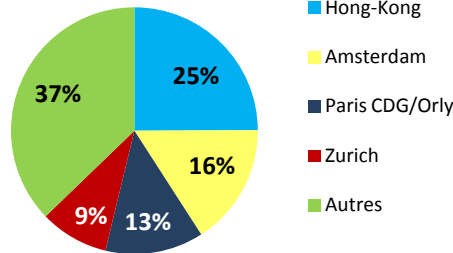
Les séjours avion réservés via les GDS

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

Stops pour arriver à Nice Côte d'Azur



Hubs de correspondance

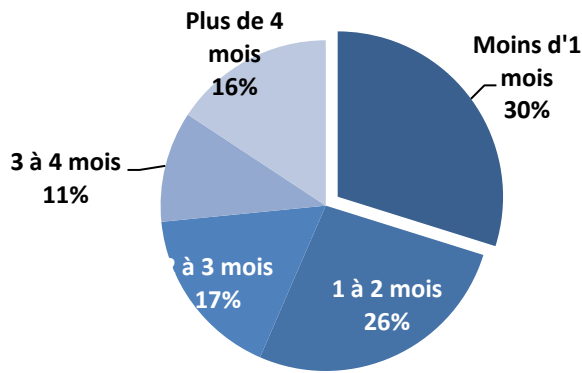


Les séjours FRANCE sont à destination de 1/Paris 2/Nice 3/Lyon 4/Marseille

Les voyages à destination de Nice-Côte d'Azur sont tous effectués via un autre aéroport, Hong Kong en tête (1/4), devant Amsterdam, Paris, Zurich, et une diversité d'autres hubs.

SEJOURS	2010	2011	2012	2013	% Moy 12-13	Tendance
Nice NC		857	1 253	2 161		→
France NC		26 400	30 149	36 891		→
Part de marché Nice (%)		3,2	4,2	5,9		→
courts (1-3 nuits)		132	287	166	13,3	→
moyens (4-8 nuits)		347	503	1 216	50,4	→
longs (9-21 nuits)		300	379	661	30,5	→
très longs (+22 nuits)		78	84	118	5,9	→
Part des groupes 6 pax et +		1,5	1,0	4,1	3,0	→

Nombre de jours entre dates de réservation et d'arrivée



Les séjours Nice-Côte d'Azur est réservés assez tardivement. 3 sur 10 le sont dans le mois qui précède le séjour et un bon quart entre 1 et 2 mois avant. Les 3/4 réservent donc dans les 3 mois qui précèdent. 16% réservent leur séjour plus de 4 mois avant.

Les pics de réservation sont en semaines 11-12, 26 (très forte pointe annuelle), et 29.

Les pics d'arrivée (peu marqués) sont en semaines 13-14, 26-32 et 42.

Saisonnalité hebdomadaire des réservations et des arrivées à Nice

