

## Le Marché Canadien

C'est le plus "proche" des marchés de longue distance et, pour le Québec, l'un des plus faciles à travailler (langue, proximité avec la France). L'économie se porte bien, avec une richesse record pour la province de l'Alberta, 4 millions d'habitants (pétrole et gaz). La population est de plus en plus multi-ethnique.

La demande apparaît plus stable que celle provenant des USA, et la Côte d'Azur capte une part élevée de la fréquentation France (1 million de séjours 2014, stable, avec des séjours longs, de 11 nuits). Le climat rigoureux de l'hiver pousse les Canadiens à rechercher des destinations soleil.

## La Côte d'Azur

Le marché canadien ne figure qu'au 18<sup>ème</sup> rang des marchés étrangers, mais il était au 10<sup>ème</sup> rang en 1991. Sa contribution à la fréquentation étrangère a donc chuté et se limite à moins de 2% depuis 2008. La Côte d'Azur accueille près de 9% des nuitées hôtels en France. La part de marché est élevée mais en baisse.

**Principales régions d'origine :** 62% des visiteurs avion proviennent du Québec (en hausse), 24% d'Ontario, 12% de Colombie britannique. La part Ontario est en chute régulière et celle des autres provinces reste basse.

### Chiffres clés

- 80 000 séjours de 7,2 nuits en moyenne, dont :
- 45 000 séjours en hôtels et résidences
- 57 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 250 résidences secondaires

Dépense : 84€/jour, 832€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : 38% réservent leur vol entre un et trois mois avant le séjour, 24% moins d'un mois avant

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 56%, juillet-août = 26%, hiver = 12%. Pointe en sept (17%)

Visiteurs avion : 15% arrivent via le vol Montréal, correspondance à Paris 34%, Londres 14%, Francfort 10%. Résas via GDS : 4% sur vol direct, les autres via Paris CDG 19%, Francfort 17%, Londres LHR 17%

## Pouvoir d'achat du Dollar Canadien en France



Période	Variation
5 ans	-9,77%
3 ans	-14,32%
1 an	-4,38%
6 mois	-9,19%

À fin août 2015, l'évolution du pouvoir d'achat des Canadiens en France (€ pour 1 Dollar canadien) est nettement défavorable, avec une perte de 14% sur 3 ans et de 4% sur la dernière année.

### 😊 Points forts

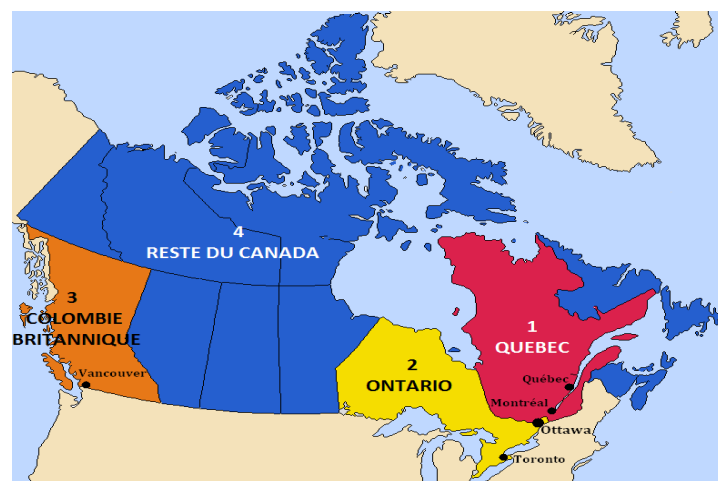
- desserte en direct par deux compagnies
- communauté de langue et de culture (Québec)
- longue durée des séjours
- contribution à la fréquentation plus forte en dehors de Juillet-Août, et potentiel sur l'hiver
- forte dépense par séjour (du fait de la durée) et fort taux de shopping (3<sup>ème</sup> rang des marchés)
- plus de la moitié des séjours hôtels en 4-5\*
- 90% de touristes très satisfaits

### ☹️ Points faibles

- durée réduite des congés payés
- dégradation du pouvoir d'achat du dollar
- une forte demande hivernale de longs séjours qui profite de moins en moins à la Côte d'Azur
- forte concentration du Loisirs Marchand sur Nice et de l'Affaires sur Cannes
- L'insatisfaction exprimée porte surtout sur la qualité de l'hébergement, le rapport qualité-prix et la propreté

## C'est un marché...

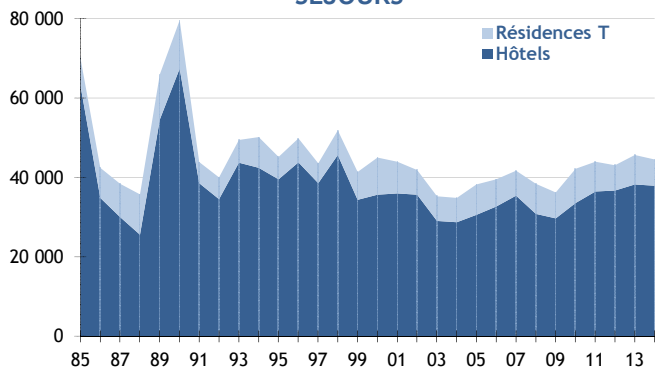
- de longue distance, mais avec plus de 50% de "déjà venus"
- majoritairement de loisirs
- de moyen et longs voire très longs séjours
- surtout pour les modes d'hébergements locatifs (2<sup>ème</sup> rang parmi les marchés) et les hôtels 3-4-5\*
- d'individuels en couples (40%) et de seniors (23%), au 2<sup>ème</sup> rang pour l'âge moyen le plus élevé (45 ans)
- au 2<sup>ème</sup> rang pour le taux de visite de musées, au 3<sup>ème</sup> rang pour la visite des offices de tourisme et la pratique de sport ou d'activités



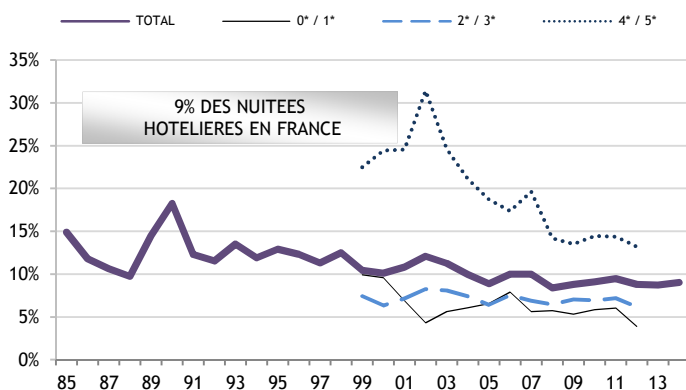
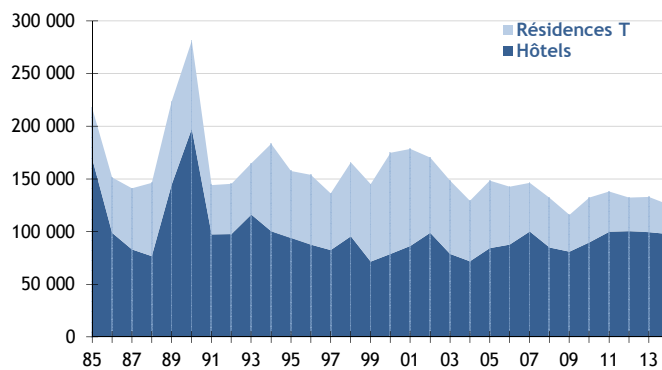
## OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR

Les séjours canadiens en hôtels et résidences fluctuent depuis des années autour de 40 000, avec deux pics exceptionnels en 85 (cours du dollar) et 90 (ouverture de ligne directe). La tendance en séjours apparaît cependant négative jusqu'en 2003, puis en évolution positive ensuite. Depuis 2010 le seuil des 40 000 séjours est de nouveau franchi. En nuitées la tendance est plutôt négative depuis 2001, du fait de la baisse de la durée de séjour en résidences. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 16% des séjours et 24% des nuitées, une part très élevée.

### SEJOURS



### NUITEES



### PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

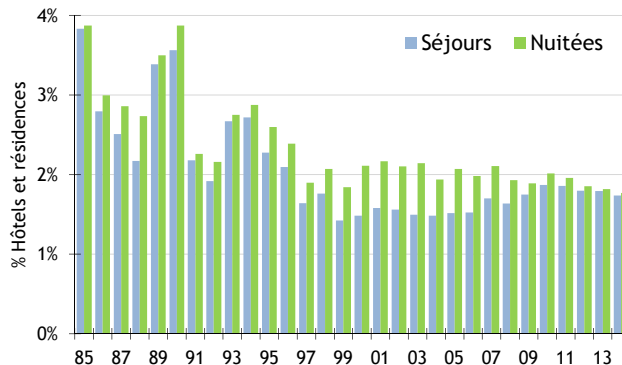
Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Canadiens en réalisent 9% sur la Côte d'Azur, une part assez élevée. Le record a été atteint en 90 avec 18%, la chute s'expliquant en partie par un transfert vers les résidences de tourisme. Néanmoins, la tendance générale est à la baisse entre 85 et 2005, mais à la stabilité depuis.

C'est en catégories 4-5\* que la baisse est surtout sensible, mais la part reste élevée à plus de 13%, tandis qu'elle se maintient dans les autres catégories.

La part des Canadiens dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences a subi d'assez fortes variations dans le passé. De près de 4% des séjours étrangers en 90, elle est passée à moins de 2% dès 97. Le marché a chuté tandis que les autres clientèles se renforçaient. En 2005, la tendance s'est inversée, redevenant positive jusqu'en 2011 à plus de 2% des nuitées. Sur les dernières années la contribution de ce marché s'est de nouveau tassée.

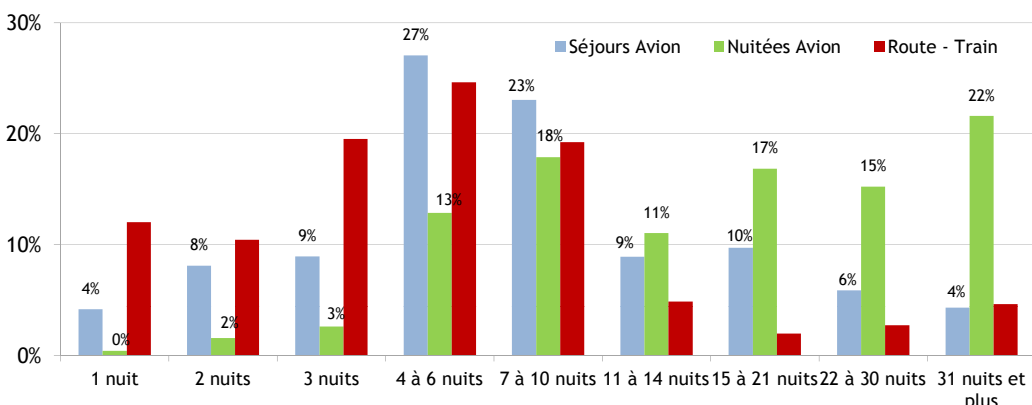
La part des nuitées a longtemps été plus faible que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour plus longue, surtout entre 2000 et 2007.

### CONTRIBUTION DES CANADIENS A LA FREQUENTATION ETRANGERE

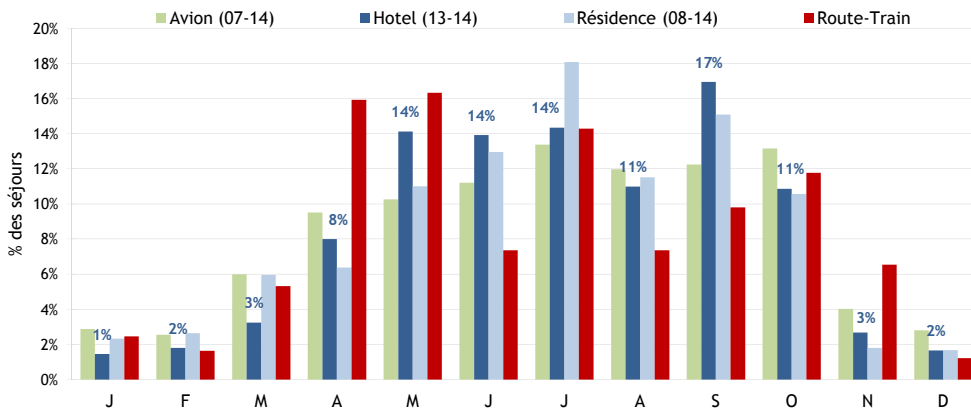


### DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Canadiens est atypique et élevée, ce qui les différencie, entre autres, des Américains. Les séjours par avion durent plus de 10 nuits en moyenne (8,4 pour la route-train), soit (10,7 pour le Loisirs et 8 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchand durent même plus de 14 nuits. Dans les hôtels, la durée moyenne est de 2,6 nuits, contre 4,6 nuits dans les résidences, une durée qui a fortement baissé car le marché du long séjour se tourne davantage vers la location meublée traditionnelle. Les courts séjours (1 à 3 nuits) groupent plus de 40% des séjours route-train. Le principal segment est de loin le 4-6 nuits, soit un quart des séjours, suivi de près par le 7-10 nuits (près d'un quart des séjours avion). Les séjours avion de plus de 3 semaines ne sont pas rares (10%) et génèrent près de 4 nuitées sur 10.



	Durée	Nuits
	Hôtels	2,6
	Résidences	4,6
	Hôtels+Rés.	2,9
Avion 07-14	Moyenne	10,3
	Loisirs	10,7
	Dont Hébergement marchand	9,2
	Dont Hébergement non-marchand	14,2
	Affaires	7,9
	Dont MICE	5,5
	Dont Autres affaires	10,3
	Route - Train	8,4



Hotels + Résidences		
13-14	SEJOURS	NUITEES
J	1,4%	1,4%
F	1,8%	2,5%
M	4,2%	4,7%
A	7,5%	8,2%
M	13,5%	12,3%
J	13,9%	13,1%
J	14,8%	15,2%
A	11,0%	11,6%
S	16,6%	16,0%
O	11,2%	11,0%
N	2,5%	2,3%
D	1,7%	1,6%

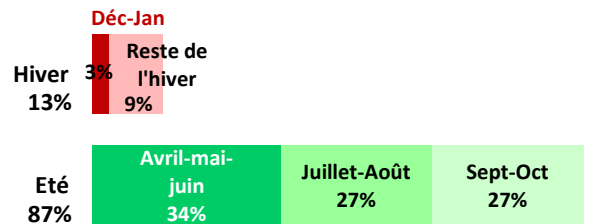
Les séjours canadiens se concentrent fortement sur les mois de Mars à Octobre, mais avec un excellent équilibre entre ces mois, et un creux en Août. La pointe annuelle a lieu en Septembre (hôtels) ou bien en Juillet (résidences et avion). Les séjours route-train sont rares entre Décembre et Mars, mais bien étalés entre Avril et Octobre avec un creux en Juin et une pointe en Octobre. Le Canada est à l'avant-dernier rang pour le taux de séjours avion en Janvier et Février.

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

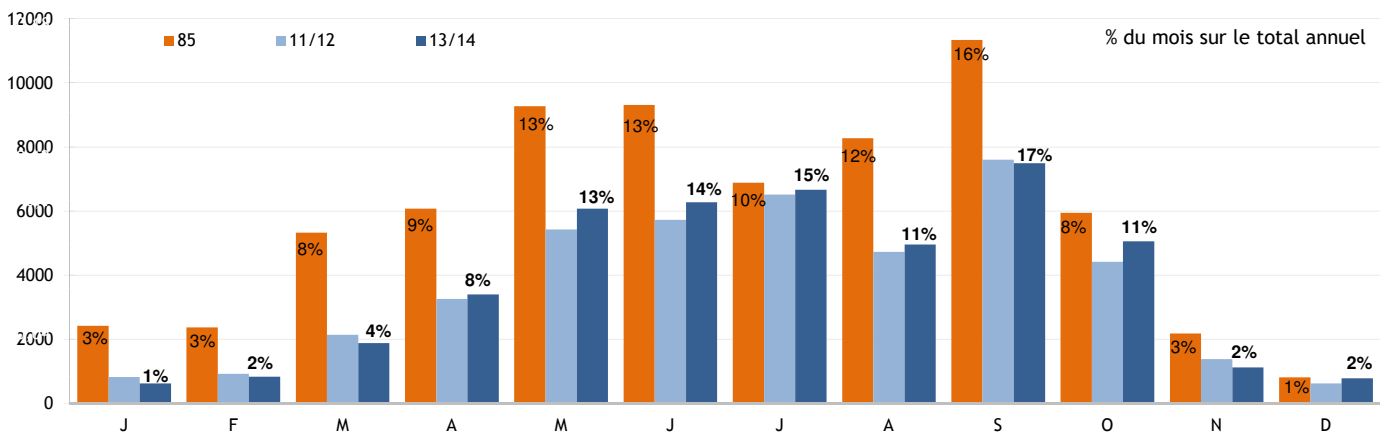
Les nuitées hébergements sont bien réparties entre Mars et Octobre, et la progression du flux est régulière jusqu'en Septembre, malgré un repli en Août. La période d'Avril à Juin concentre le tiers de la demande, et Septembre-Octobre 27%. Cependant, l'hiver reste sous-fréquenté, soit 13% seulement (et seulement 3% en Déc.-Janv.). La période de Juin à Septembre représente seulement 56% du total annuel.

L'évolution des séjours hébergements depuis 1985 (en volume) montre une forte chute de la demande toute l'année (mais il s'agit d'une année exceptionnelle), sauf en Juillet et Décembre (stabilité), et moins marquée en Octobre. La chute est très forte sur le 1er trim. (-70%) et la demande hivernale semble se détourner vers d'autres destinations plus chaudes. Concernant la part de chaque mois, on note entre 85 et 2013/14 une croissance de la part des séjours réalisés en Juin, Juillet (passé de 10 à 15% du total annuel), Septembre et Octobre (de 8 à 11%).

## NUITEES 2013/14 - HOTELS ET RESIDENCES

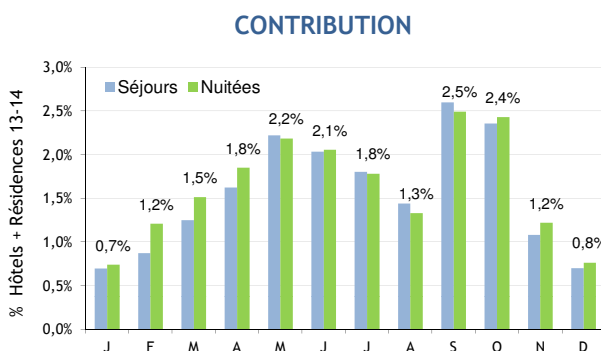


## EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



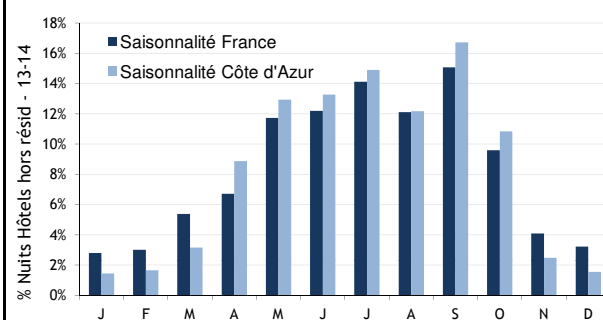
## POTENTIEL MENSUEL

La part des Canadiens sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 0,7% en Janvier à 2,5% en Septembre. Le marché canadien représente une cible intéressante et à développer pour les mois d'Avril-Mai et d'ores et déjà de Septembre-Octobre. La part de marché Côte d'Azur/France reste assez soutenue tous les mois, sauf en Déc.-Janv. (4% environ). 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 assez importante en France mais moindre sur la Côte d'Azur.

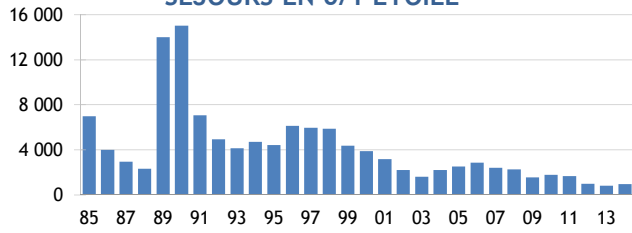


PDM 06/F	
J	4,6%
F	4,9%
M	5,2%
A	11,7%
M	9,8%
J	9,7%
J	9,4%
A	8,9%
S	9,8%
O	10,0%
N	5,4%
D	4,2%

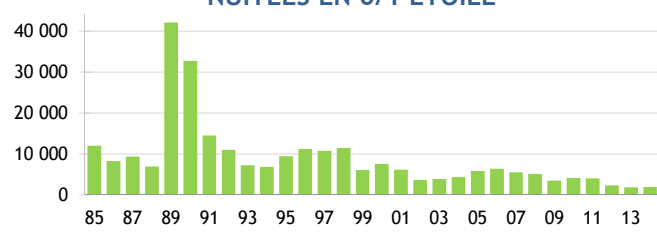
## POTENTIEL SUR LA FRANCE



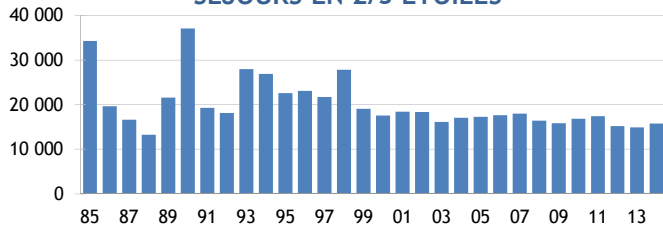
SEJOURS EN 0/1 ETOILE



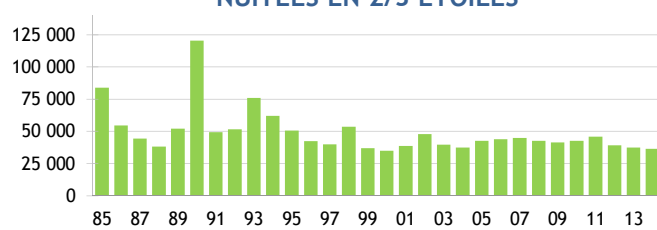
NUITEES EN 0/1 ETOILE



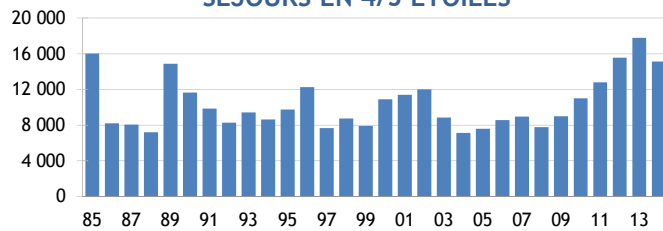
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



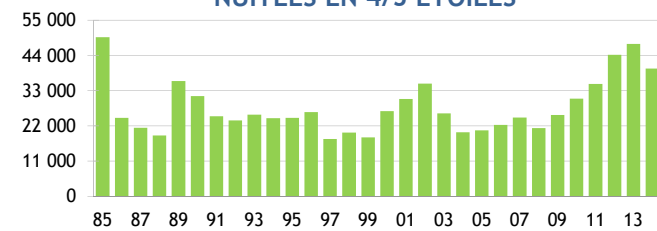
NUITEES EN 2/3 ETOILES



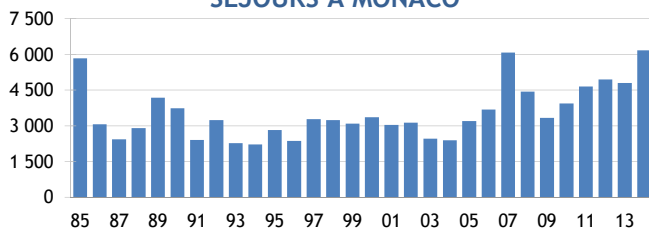
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



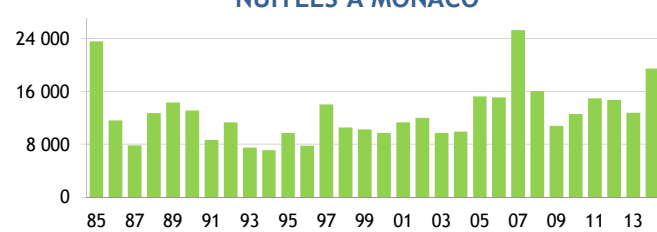
NUITEES EN 4/5 ETOILES



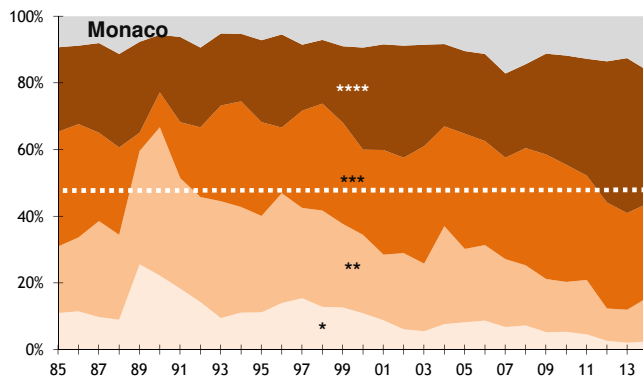
SEJOURS A MONACO



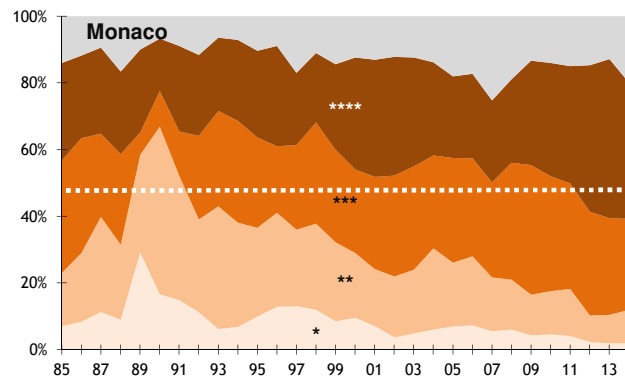
NUITEES A MONACO



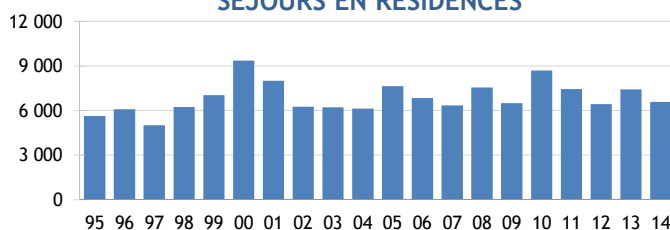
REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



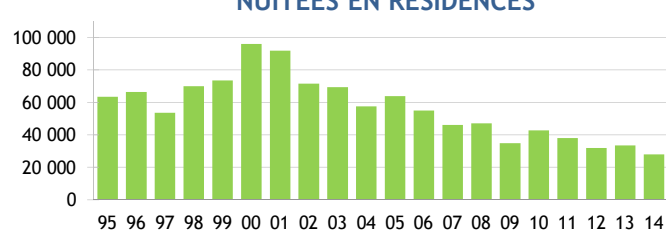
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



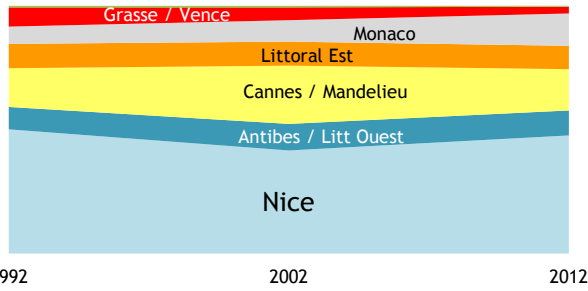
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



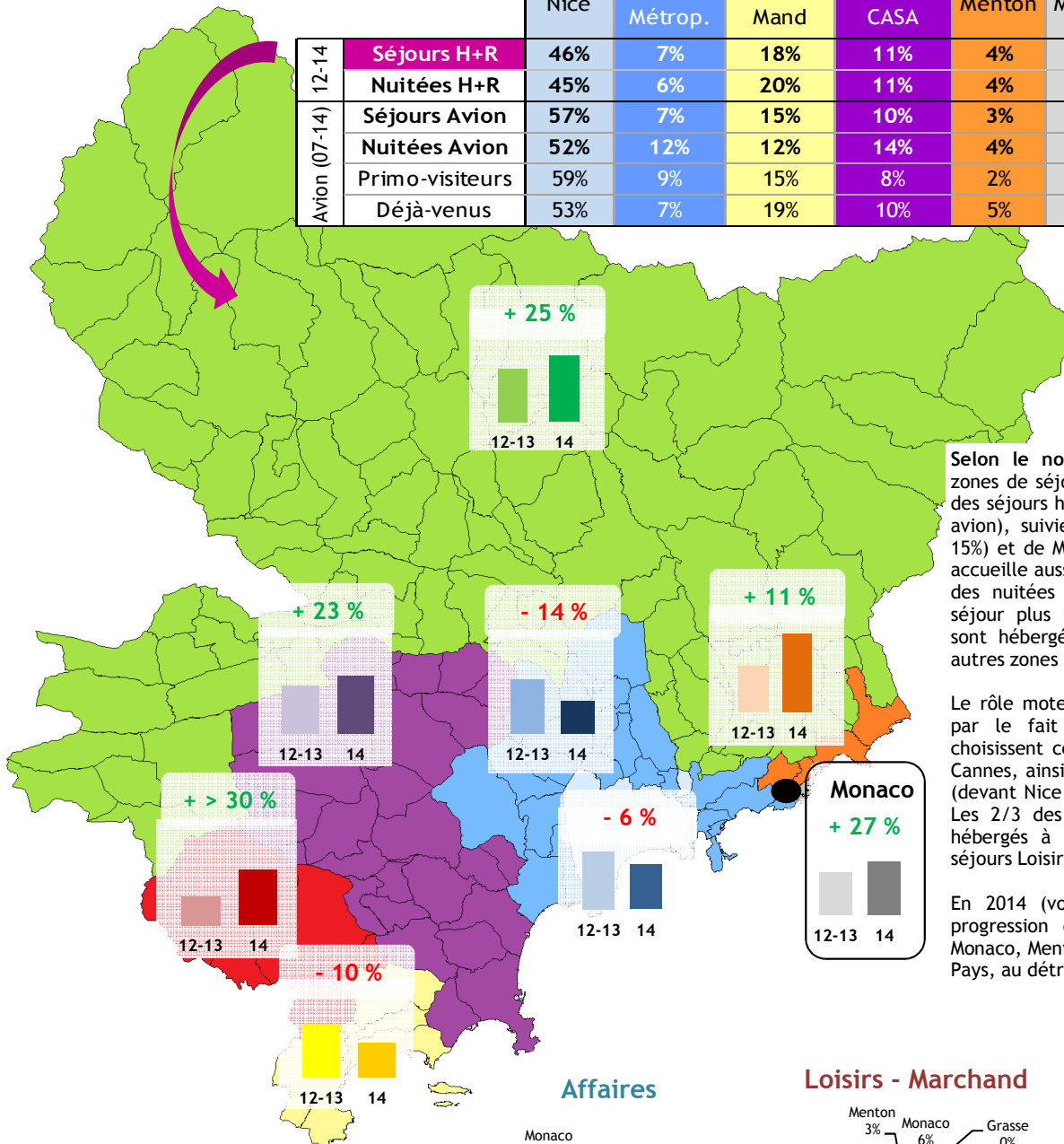
## TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



Historiquement, les séjours de Canadiens se concentraient sur Nice, pour près de la moitié de la fréquentation hôtelière. Cannes-Mandelieu regroupait 17% des séjours, tandis que la part de Monaco avait doublé entre 92 et 2012, à 13% du total.

La part des zones Antibes et Littoral Est étaient relativement stables, tandis que celle du Moyen et Haut Pays était très faible et en baisse régulière.

	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
12-14	<b>Séjours H+R</b>	46%	7%	18%	11%	4%	12%	1%
	<b>Nuitées H+R</b>	45%	6%	20%	11%	4%	12%	1%
Avion (07-14)	<b>Séjours Avion</b>	57%	7%	15%	10%	3%	7%	0%
	<b>Nuitées Avion</b>	52%	12%	12%	14%	4%	4%	1%
	<b>Primo-visiteurs</b>	59%	9%	15%	8%	2%	5%	0%
	<b>Déjà-venus</b>	53%	7%	19%	10%	5%	6%	0%

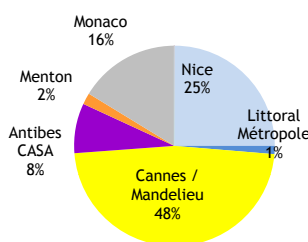


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2012-14 sont : Nice (46% des séjours hébergements et 57% des séjours avion), suivie de Cannes-Mandelieu (18% et 15%) et de Monaco (12 et 7%). Antibes-CASA accueille aussi plus d'un séjour sur 10, et 14% des nuitées avion du fait d'une durée de séjour plus longue. 12% des nuitées avion sont hébergées sur Littoral Métropole. Les autres zones n'ont qu'une part très limitée.

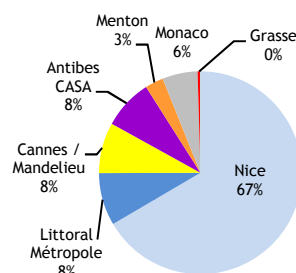
Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 59% des primo-visiteurs choisissent cette zone, mais 15% choisissent Cannes, ainsi qu'un visiteur Affaires sur deux (devant Nice qui n'en accueille qu'un quart). Les 2/3 des séjours Loisirs Marchand sont hébergés à Nice, ainsi que la moitié des séjours Loisirs non Marchand.

En 2014 (voir carte), on note une forte progression des séjours hébergements sur Monaco, Menton, Antibes et le Moyen et Haut Pays, au détriment de Nice et Cannes.

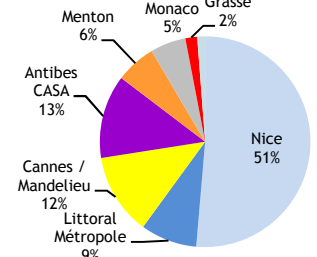
### Affaires

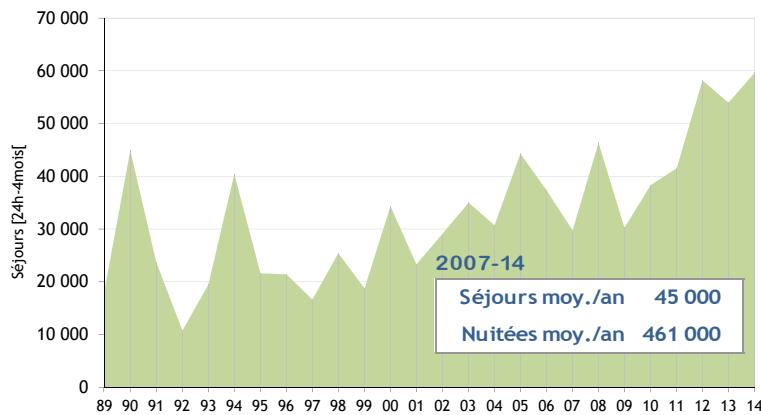


### Loisirs - Marchand



### Loisirs - Non Marchand





Si la quasi-totalité des Canadiens arrivent en Europe par avion, ils sont environ 7 sur 10 à utiliser ce mode de transport jusqu'à Nice-Côte d'Azur.

Depuis 92, ce flux de séjours avion est en augmentation assez régulière, malgré une légère baisse entre 2007 et 2009 du fait de la crise. La reprise a été forte depuis et actuellement le volume des séjours réalisés par avion jusqu'à Nice approche les 60 000 sur l'année.

Les séjours par avion sont longs et durent en moyenne 10,3 nuits, du fait des longs séjours Loisirs non Marchand (14,2 nuits). 46% des séjours Loisirs Marchand durent entre 4 et 10 nuits. Pour les séjours Loisirs Non Marchand, 38% durent plus de 14 nuits. Le segment 4-6 nuits groupe 56% des séjours Affaires.

Le taux de satisfaction est très bon avec plus de 90% de "très satisfaits", mais on compte aussi 5% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs est de 45%, mais de 56% pour le Loisirs Marchand.

La dépense moyenne s'élève à 84€ par jour/pers., et à 870€ par séjour, du fait de la durée élevée. Le segment "basse contribution" concerne 19% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 15%.

La clientèle est âgée de 45 ans en moyenne, une moyenne élevée du fait que le principal segment âges en Loisirs est celui de 60 ans et + (26%).

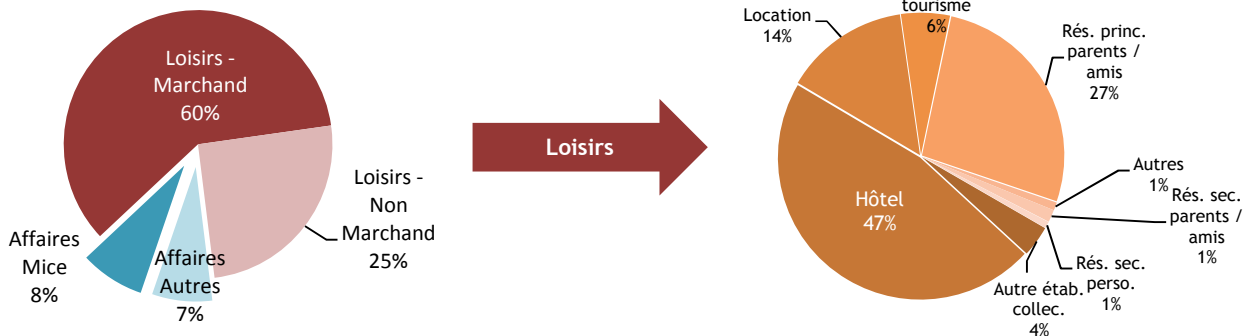
2007-14	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	10,3	9,2	14,2	7,9
Age moyen	45	46	42	41
Nb Personnes	1,8	2,0	1,5	1,4
Taux 1 <sup>ère</sup> visite	40%	54%	22%	38%
Dépense/séjour	827 €	805 €	643 €	1 183 €
Dépense/jour	84 €	92 €	47 €	153 €
> 200€ / jour	15%	16%	1%	33%
De 30 à 200€ / jour	67%	74%	56%	62%
<30€ / jour	18%	10%	43%	6%
<b>Satisfaction</b>				
Très satisfaits	91%	91%	91%	92%
Satisfaits	4%	4%	2%	6%
Non entier. satisfaits	5%	5%	6%	2%

## SEGMENTATION CIBLES

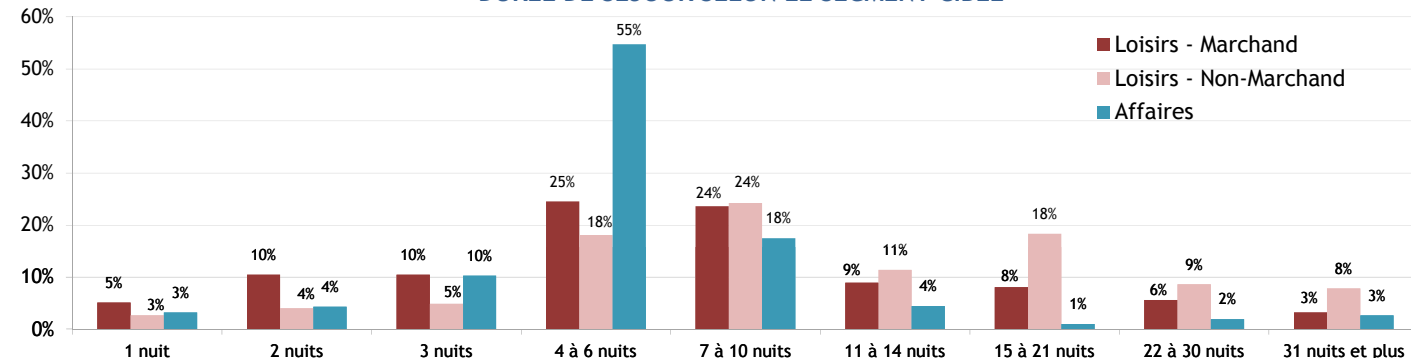
Le segment Loisirs Marchand regroupe 6 séjours sur 10. La part du Loisirs Non Marchand est assez élevée, soit 25%. Le segment Affaires regroupe 15% des séjours avion, dont la moitié pour le MICE.

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est, près d'une fois sur deux, l'hôtel, devant les parents et amis (27%) et la location (20%). Le Canada est au 1<sup>er</sup> rang des marchés pour le taux de séjours en location.

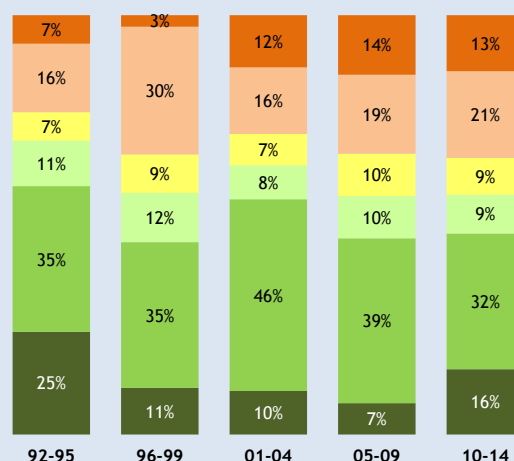
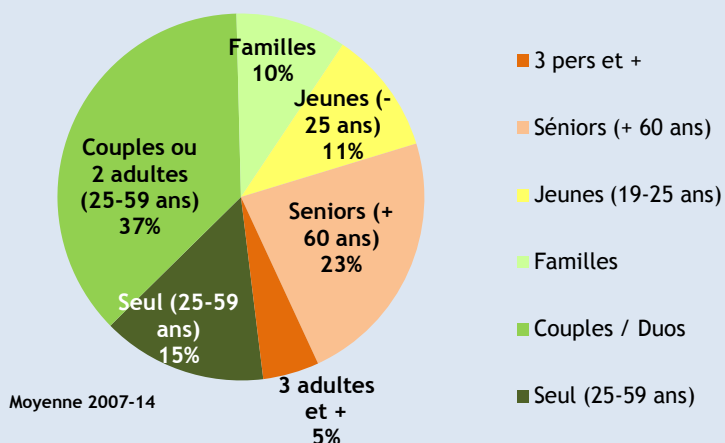
## SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



## DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



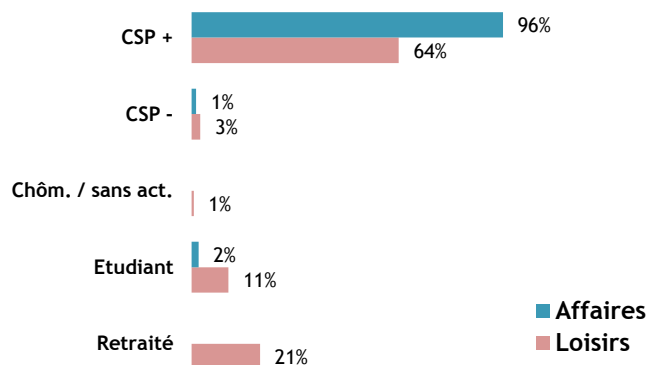
## TYPLOGIE LOISIRS AVION



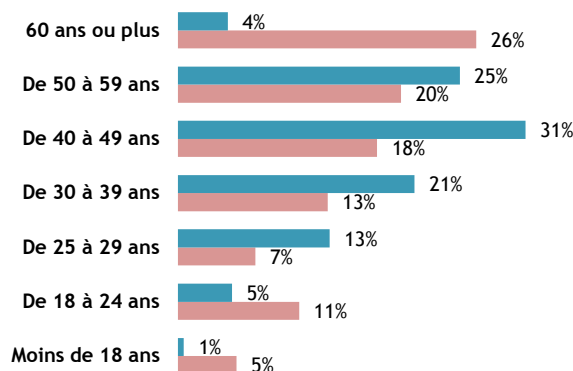
Les Canadiens à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 37% des cas. Les Seniors représente 23% du total et constitue le second segment. 15% voyagent seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place). 11% sont des Jeunes et 10% des Familles (incluant 1,5 enfant en moyenne). Seuls 5% voyagent à 3 ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés).

Sur deux décennies, l'évolution a été un temps favorable au segment "couples-2 pax", mais ce segment recule sur la dernière période. Le segment Jeunes progresse un peu mais les Familles perdent de leur importance. On note une assez bonne tenue des Seniors et une augmentation de la part des groupes de 3 adultes et +.

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



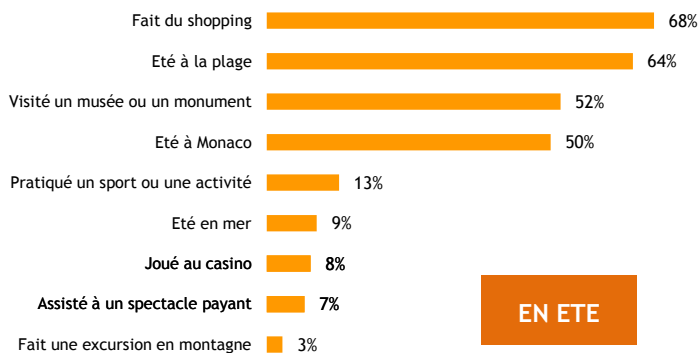
### SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



## SEGMENT LOISIRS

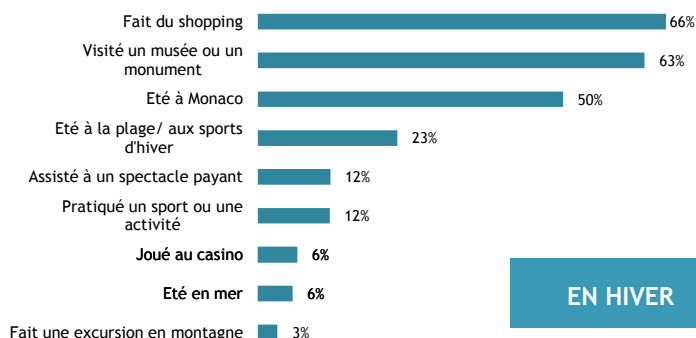
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout le shopping (68%), la plage (64%), la visite de musée-monument (52%) et la visite de Monaco (50%). Très peu font une excursion en montagne. En hiver, le shopping reste en tête avec 66%, et c'est la visite de musée-monument qui vient ensuite avec 63%, devant la visite à Monaco (50%). Si le taux de visite de musée-monument augmente, le taux de shopping tend cependant à baisser.

### ACTIVITES DECLAREES



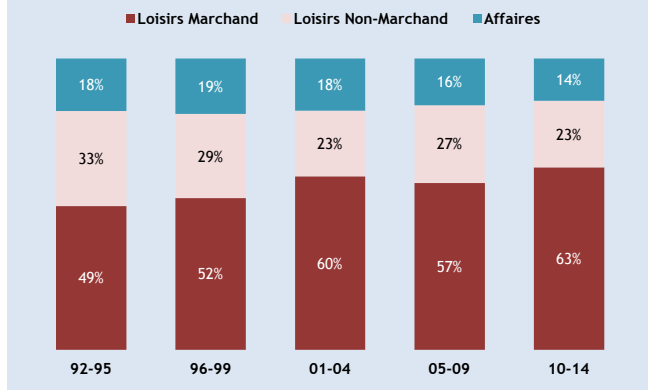
EN ETE

### ACTIVITES DECLAREES

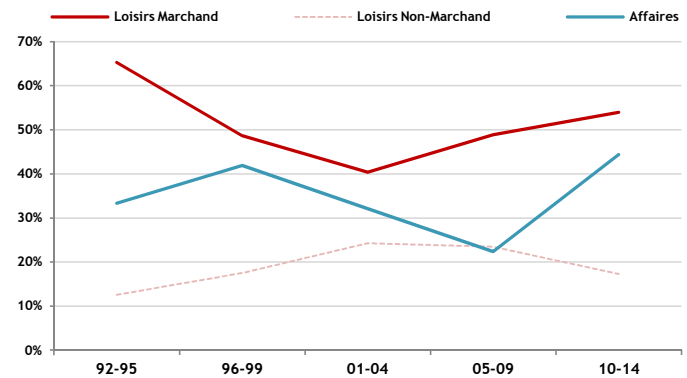


EN HIVER

## SEGMENTATION CIBLES

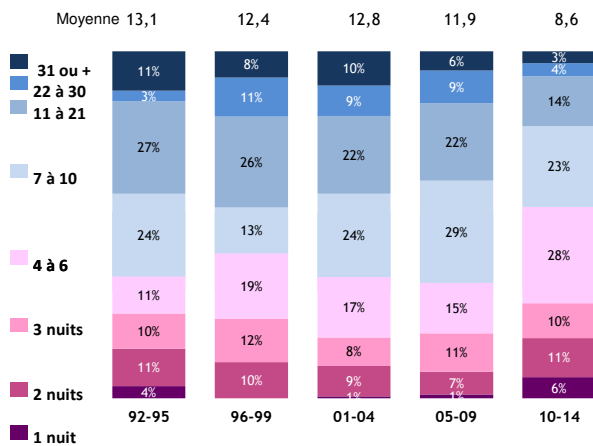


## TAUX DE PRIMO-VISITEURS



## Tendances Visiteurs avion Loisirs

### DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



### SEGMENTATION CIBLES

Progression de la part du Loisirs Marchand, et baisse récente de la part de l'Affaires. Chute du Loisirs non Marchand

### TAUX DE PRIMO VISITEURS

En progression depuis 2001, pour le Loisirs Marchand. Augmentation et rechute pour le non Marchand, évolution inverse pour l'Affaires

### DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Baisse de la durée moyenne. La part des courts séjours reste relativement stable. Forte croissance récente des 4-6 nuits. Baisse des 11 nuits et +

### ZONES DE SEJOUR

Nice a accru sa part à plus de 60%. La part de Cannes baisse depuis 2001, celle d'Antibes fluctue fortement, et Monaco progresse

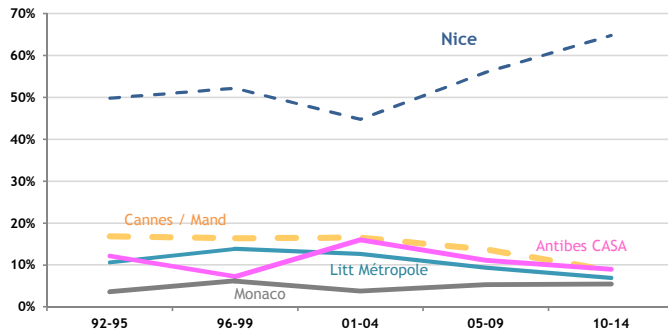
### MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel s'est renforcée à près de 50%. Les séjours chez parents-amis ont rebondi puis chuté à nouveau. Evolution positive pour la location. Chute régulière pour la rés. sec.

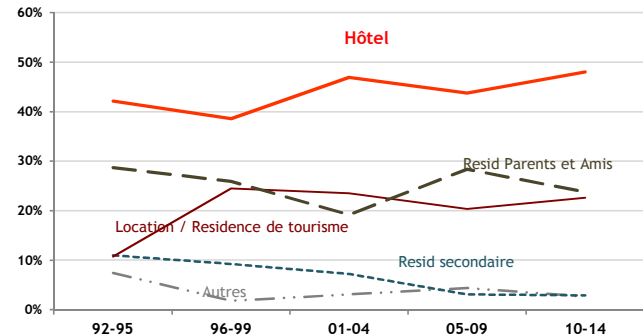
### AGE/CSP

Age moyen assez stable. Hausse de la part des -30 ans et relative stabilité des autres segments âges. Chute et rebond des CSP+ et des étudiants, relative stabilité des retraités.

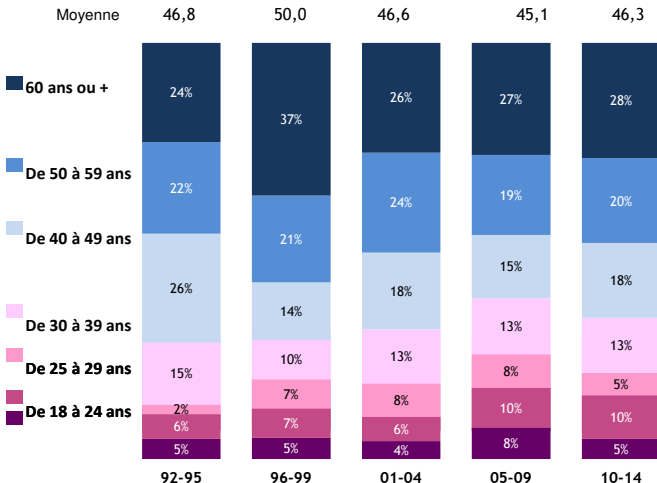
### ZONES DE SEJOUR - Loisirs



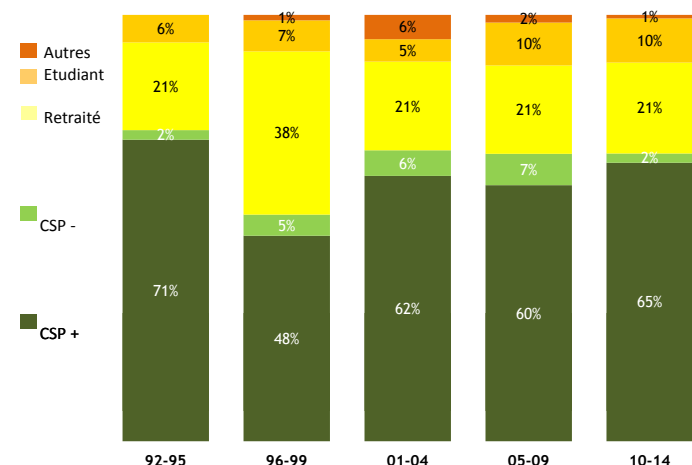
### MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



### ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



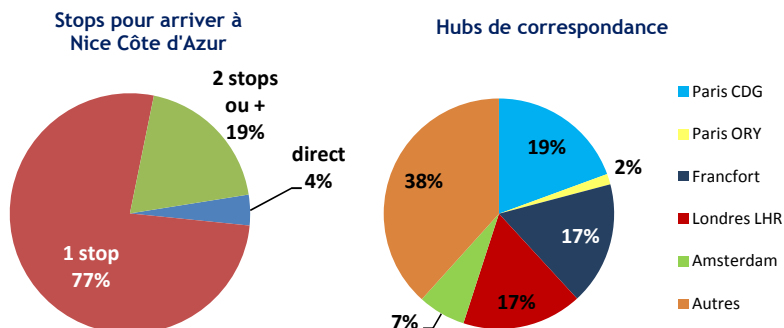
### CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)





## 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.

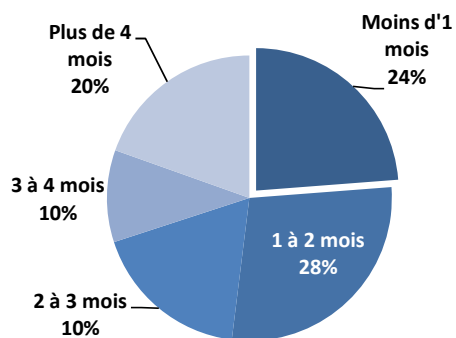


Les séjours FRANCE sont à destination de 1/Paris 2/Nice 3/Lyon 4/Marseille

Les voyages à destination de Nice-Côte d'Azur sont effectués sur vols directs près de 8 fois sur 10, ou bien via un ou plusieurs autres aéroports, Paris en tête (21% pour les 2 aéroports), suivi de Francfort (17%)

SEJOURS	2010	2011	2012	2013	% Moy 12-13	Tendance
Nice	11 320	11 044	12 046	12 673		→
France	170 687	170 409	174 821	192 294		→
<b>Part de marché Nice (%)</b>	<b>6,6</b>	<b>6,5</b>	<b>6,9</b>	<b>6,6</b>		→
<b>Durée des séjours Nice Côte d'Azur</b>						
courts (1-3 nuits)	803	980	836	889	7,0	→
moyens (4-8 nuits)	3 565	3 604	4 223	4 196	34,1	→
longs (9-21 nuits)	5 117	4 635	5 165	5 651	43,8	→
très longs (+22 nuits)	1 835	1 825	1 822	1 937	15,2	→
<b>Part des groupes 6 pax et +</b>	<b>5,2</b>	<b>4,1</b>	<b>2,7</b>	<b>3,6</b>	<b>3,2</b>	→

## Nombre de jours entre dates de réservation et d'arrivée

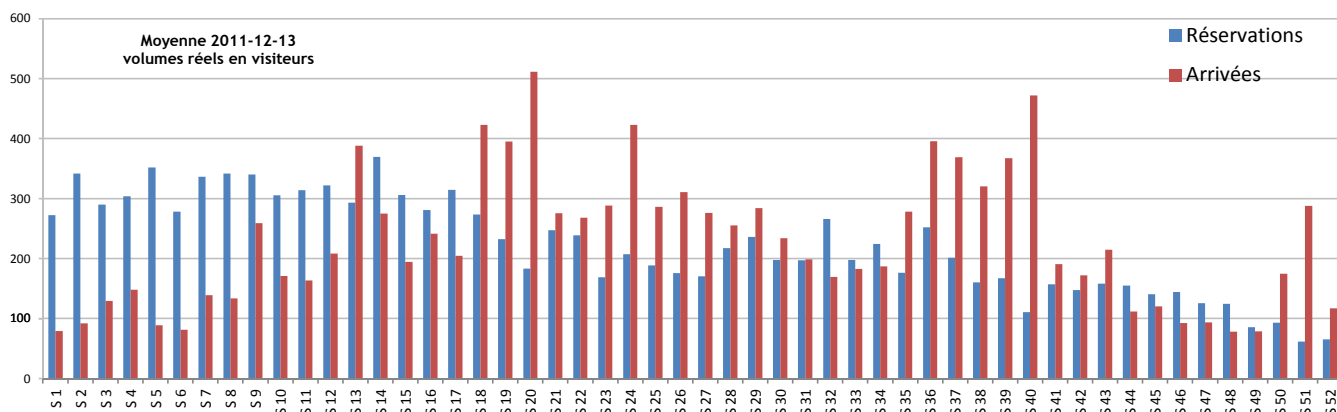


Les séjours Nice-Côte d'Azur sont réservés une fois sur deux plus de 2 mois avant la date d'arrivée. Près de 4 sur 10 sont réservés un à trois mois avant. 20% réservent plus de 4 mois à l'avance, et 24% réservent dans le mois qui précède.

Les pics de réservation sont en semaines 2, 5, 7, 8, 9 et 14.

Les pics d'arrivée sont en semaines 18, 20 (pointe annuelle), 24 et 40.

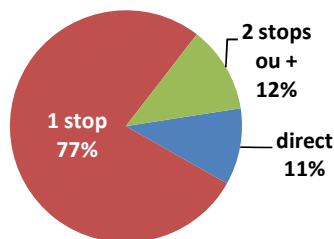
## Saisonnalité hebdomadaire des réservations et des arrivées à Nice



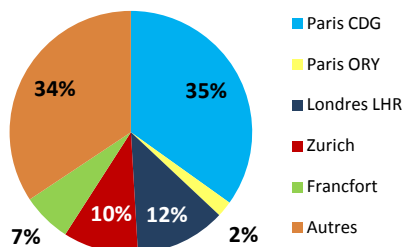
## Les séjours avion réservés via les GDS

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**

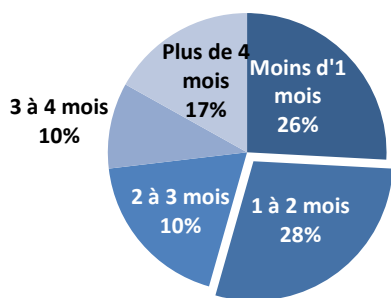


Les séjours FRANCE sont à destination de 1/Paris 2/Nice 3/Lyon 4/Marseille

Les voyages à destination de Nice-Côte d'Azur sont tous effectués via un ou plusieurs autres aéroports, Paris en tête (37% pour les 2 aéroports)

SEJOURS	2010	2011	2012	2013	% Moy 12-13	Tendance
Nice	4 653	4 180	4 356	5 137		→
France	89 014	83 167	82 536	96 575		→
<b>Part de marché Nice (%)</b>	<b>5,2</b>	<b>5,0</b>	<b>5,3</b>	<b>5,3</b>		→
<b>Durée des séjours Nice Côte d'Azur</b>						
courts (1-3 nuits)	322	384	293	348	6,8	→
moyens (4-8 nuits)	1 372	1 296	1 481	1 528	31,7	→
longs (9-21 nuits)	2 080	1 724	1 841	2 396	44,6	→
très longs (+22 nuits)	879	776	741	865	16,9	→
<b>Part des groupes 6 pax et +</b>	<b>6,4</b>	<b>4,3</b>	<b>3,0</b>	<b>4,9</b>	<b>4,0</b>	→

## Nombre de jours entre dates de réservation et d'arrivée

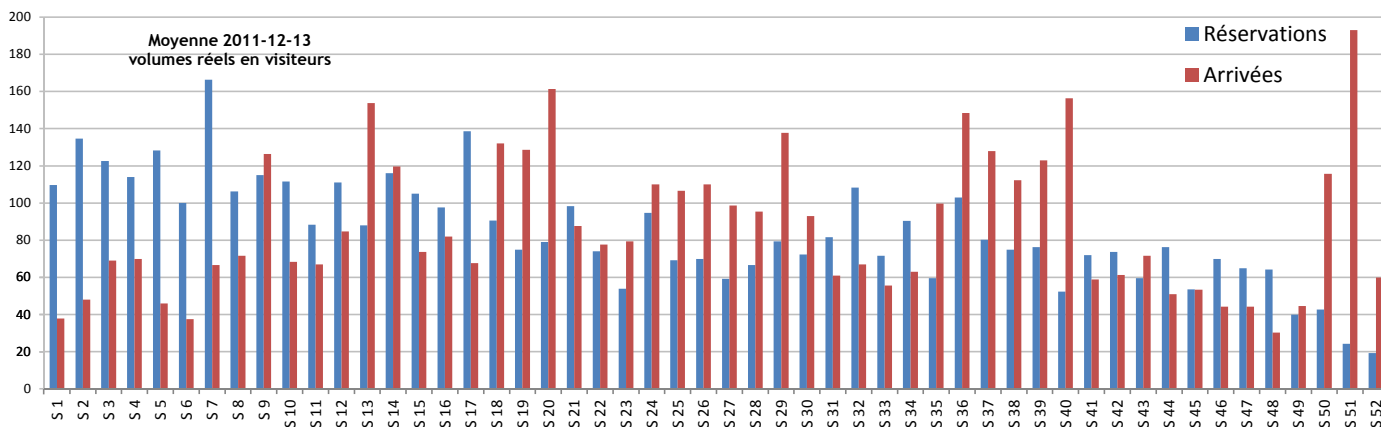


Les séjours Nice-Côte d'Azur sont réservés le plus souvent moins de 2 mois avant la date d'arrivée, soit 54%. Plus d'un quart sont même réservés dans le mois qui précède. 17% réservent plus de 4 mois à l'avance.

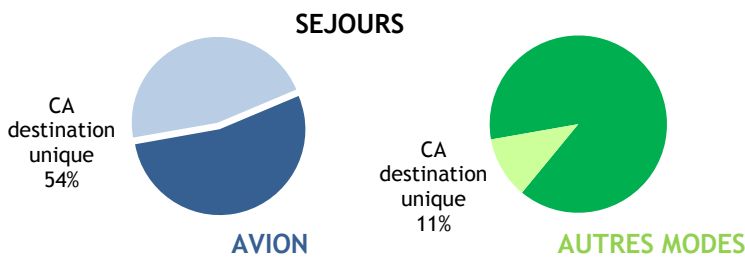
Les pics de réservation sont en semaines 2, 3, 5, 7 et 17.

Les pics d'arrivée sont en semaines 13, 20, 40 et 51 (pointe annuelle).

## Saisonnalité hebdomadaire des réservations et des arrivées à Nice



## OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR



	Avion	Autres modes
Dép. par jour	55 €	62 €
Dép. par séjour	1 367 €	637 €
Durée de séjour	24,8	10,3
Nb moy de personnes	1,8	1,9
Taux 1ère visite	54%	74%
Age moy. répondant	56	48

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).

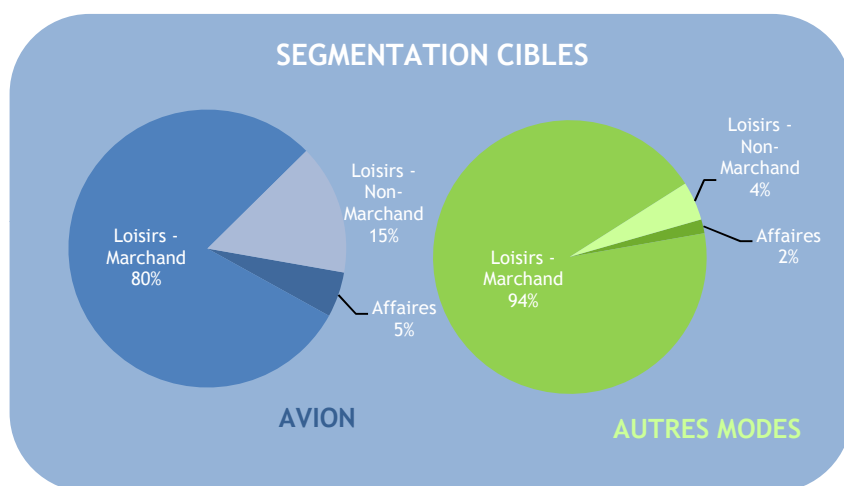
Les Canadiens venant par avion séjournent, pour moitié, sur la Côte d'Azur exclusivement au cours de ce voyage, tandis qu'ils ne sont plus qu'un sur dix environ lorsqu'ils viennent par la route ou le train. Le taux de primo-visiteurs est sensiblement plus élevé parmi les visiteurs route-train.

La dépense par jour est comparable pour les deux segments transports, mais la dépense par séjour s'avère beaucoup plus élevée pour l'avion car les séjours sont nettement plus longs.

L'âge moyen des Canadiens (âge du répondant uniquement) venant par avion est plus élevé (56 ans) que celui des usagers des autres modes (48 ans).

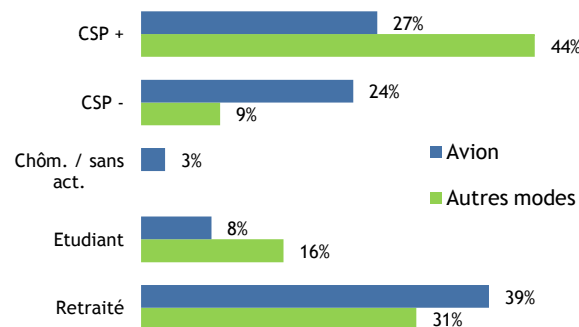
Le segment Loisirs Marchand est largement majoritaire, soit 8 séjours avion sur 10 et plus de 9 séjours autres modes sur 10. Le Loisirs non Marchand concerne quasi-exclusivement le mode avion (15% des séjours avion).

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

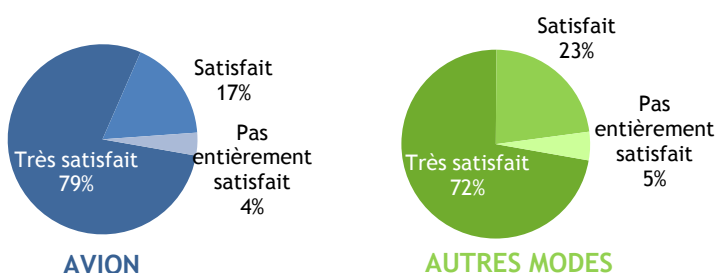


### CSP

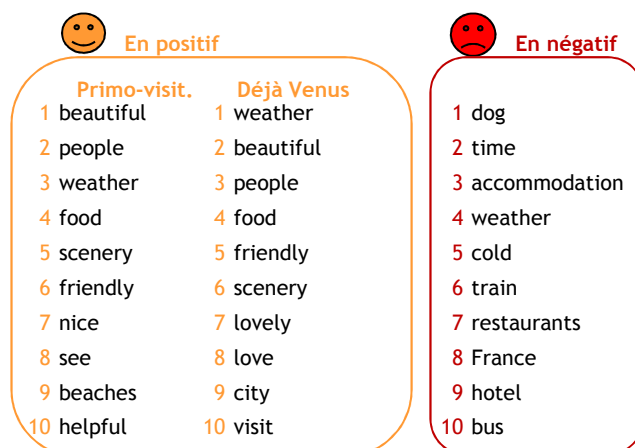
Les visiteurs canadiens appartiennent le plus souvent aux catégories CSP+ ou retraités (plus d'un tiers des visiteurs). Un séjour avion sur 4 est effectué par les CSP+. Les étudiants représentent 16% des visiteurs route-train.



### SATISFACTION



### Mots cités spontanément



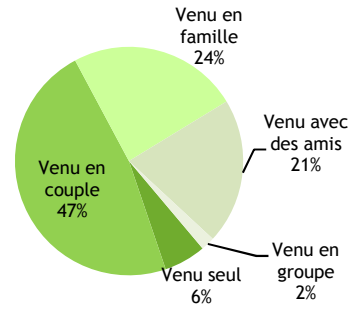
Les Canadiens sont très satisfaits de leur séjour dans 79% des cas pour les séjours avion et 72% pour les autres modes. Le taux de satisfaction est par conséquent bon, mais à l'opposé on trouve 5% de Canadiens ne se déclarant pas entièrement satisfaits. 80% donnent spontanément un commentaire, positif 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 "food" pour les visiteurs déjà venus. Les mots qualifiants les plus fréquents sont "beautiful", "friendly" et "lovely". En négatif apparaissent surtout les termes signifiants "dog" (déjections), "time" (temps de séjour trop court), "accommodation" et "weather" (souvent jugé "cold").

% avec commentaires	80%	Nb. Moyen de com.	2,4	Nb. Moyen com. %	Positif 88%	Négatif 12%
---------------------	-----	-------------------	-----	------------------	-------------	-------------

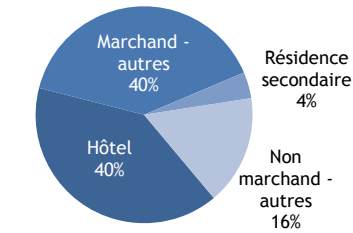
## SEJOURS LOISIRS PAR TYPE DE GROUPE

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 plus souvent en famille que ceux utilisant l'avion : 24% contre 18%. Autour de 20% viennent avec des amis.

Seuls 2% des Canadiens voyageant par la route ou le train séjournent en groupe selon cette enquête (mais probablement sous-évalué). 10% des séjours avion sont effectués seuls, pour seulement 6% des séjours route ou train. Globalement, la structure reste proche quel que soit le mode de transport.



## AVION



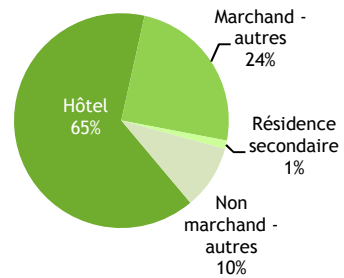
## HEBERGEMENT SEJOURS LOISIRS

Les visiteurs par avion séjournent à l'hôtel 4 fois sur 10, contre 65% des séjours autres modes.

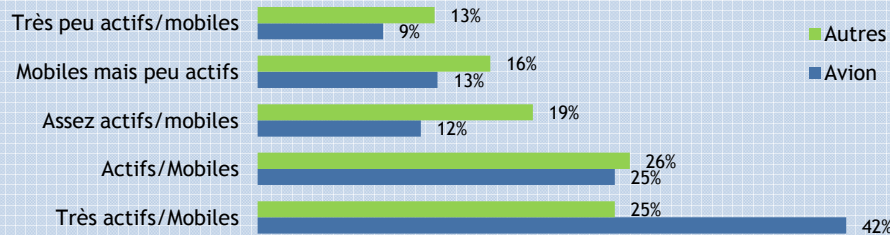
Le secteur marchand non hôtelier (location) pèse pour 40% parmi les séjours avion et pour un quart des séjours autres modes.

Les modes non marchand (surtout parents et amis) regroupent 16% des séjours avion et 10% des séjours autres modes. Les séjours en résidences secondaires sont peu fréquents.

## AUTRES MODES



## TYPOLOGIE LOISIRS MOBILITE / ACTIVITES



Les Canadiens séjournant sur la Côte d'Azur sont plutôt mobiles/actifs que sédentaires. Seulement 11% des séjours environ sont sédentaires/inactifs. Le principal segment est celui des "très actifs/mobiles" (un tiers de tous les séjours). Concernant les lieux ou activités les plus souvent cités sur la période été, on note surtout Nice, de la plage (promenade) et du shopping. Sur la période hiver, il s'agit surtout de Nice, du shopping et de Monaco. La montagne est citée par 26% en été et par 34% en hiver. Les casinos sont cités par près d'un tiers des Canadiens, été comme hiver, et les festivals/spectacles sont fréquemment cités aussi, soit plus d'un quart en été et un tiers en hiver.

## TAUX DE VISITES OU D'ACTIVITES DECLAREES

