



## Le Marché Maghrébin

Les trois pays du Maghreb sont historiquement proches de la France et représentent une zone de croissance démographique et économique, malgré l'inexistence d'un réel marché commun à cette zone. Seul le Maroc a adopté à ce jour une réelle politique de "ciel ouvert" favorisant l'accessibilité. Selon Oxford Economics, Tunis, Alger et Casablanca font partie des 15 villes au plus fort PIB en 2030. La France a accueilli 1,7 million de séjours du Maghreb en 2014 (stable), durant 13,8 nuits.

## La Côte d'Azur

Le marché Maghrébin figure au 14<sup>ème</sup> rang des marchés étrangers. Sa contribution à la fréquentation étrangère se limite à un peu moins de 1%, mais a doublé depuis 2010. La Côte d'Azur accueille 6% des nuitées hôtels en France. La part de marché est faible mais en hausse.

**Principales régions d'origine :** plus de 40% proviennent de Tunisie, plus de 30% d'Algérie et 26% du Maroc. Pour les séjours hôteliers à Monaco, 41% proviennent du Maroc, 34% de Tunisie et 25% d'Algérie (moyenne 11-14).

## Chiffres clés

90 000 séjours de 14,5 nuits en moyenne, dont :  
- 16 000 séjours en hôtels et résidences  
- 35 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur  
- plus de 200 résidences secondaires

Dépense : 66€/jour, 855€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : 77% réservent moins d'un mois avant le séjour, 16% entre 1 et 2 mois.

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 41%, juillet-août = 23%, hiver = 43%. Pointe en août (14%)

Visiteurs avion : 34% repartent via le vol direct de Tunis, 24% vers Casablanca, 18% vers Alger, 7% vers Monastir, 3% vers Constantine, 2% vers Marrakech, correspondance via paris pour 7%, via Barcelone 1%.

Visiteurs avion : 1/3 repartent sur des vols direct vers Tunis, 24% vers Casablanca, 18% vers Alger, 7% vers Monastir, 7% vers Paris

Ce marché inclut l'Algérie, La Tunisie et le Maroc, soit une population de 82 millions d'habitants (âge moyen : 25 ans).

### PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2014 : +3,9%/an

### Dépenses à l'étranger

NC

Nombre de jours de congés payés : voir les fiches pays

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

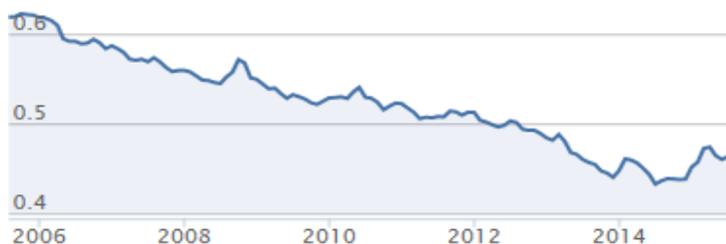
Particularités du calendrier : ramadan en juillet 2015

## C'est un marché...

- essentiellement affinitaire (2/3 des séjours en non marchand)
- majoritairement de loisirs
- partiellement francophone
- de longs et très longs séjours
- pour compléter le remplissage des mois d'hiver



## Pouvoir d'achat du Dinar tunisien en France



Période	Variation
5 ans	-11,67%
3 ans	-7,79%
1 an	+7,40%
6 mois	+1,32%

L'évolution du pouvoir d'achat des Tunisiens en France (€ pour 1 Dinar) est en forte chute depuis 2006, soit un recul de 12% en 5 ans, mais en légère hausse sur la dernière année



## Points forts

- bon potentiel de croissance pour l'Algérie et le Maroc
- des séjours très longs de plus de 14 nuits en moyenne
- très bon étalement des séjours sur l'année avec 43% des arrivées sur la saison hiver, et cible très intéressante pour les mois de novembre à janvier
- taux de shopping élevé (près de 50%)

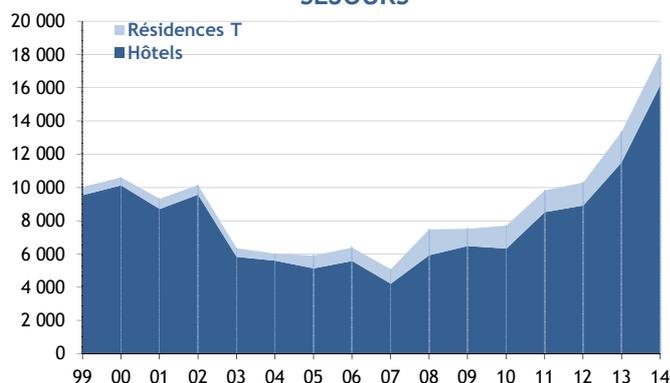


## Points faibles

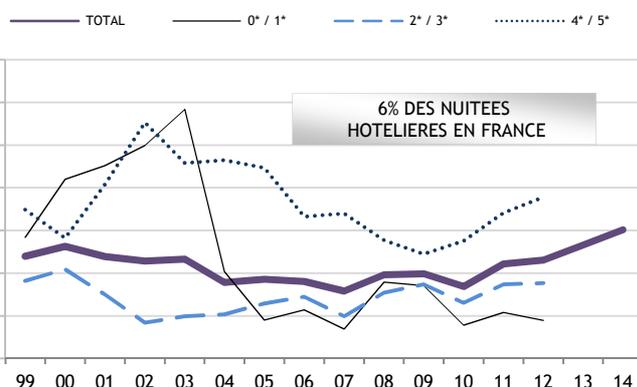
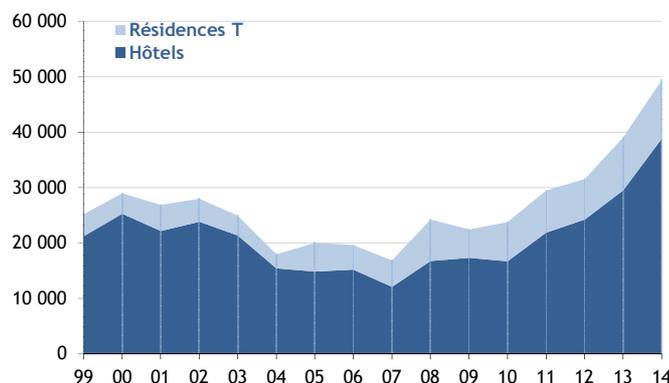
- faiblesse du segment Marchand (hôtel : 13% des séjours Loisirs)
- obligation et coût du visa
- forte concentration sur Nice-Cannes-Antibes
- taux de primo-visiteurs faible (moins de 20%)

Les séjours nord-africains avaient fortement chuté entre 2002 et 2007, mais sont en très forte progression depuis. Le record antérieur a été dépassé en 2013 et 2014 enregistre une forte croissance. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 12% des séjours et 23% des nuitées.

## SEJOURS



## NUITEES



## PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

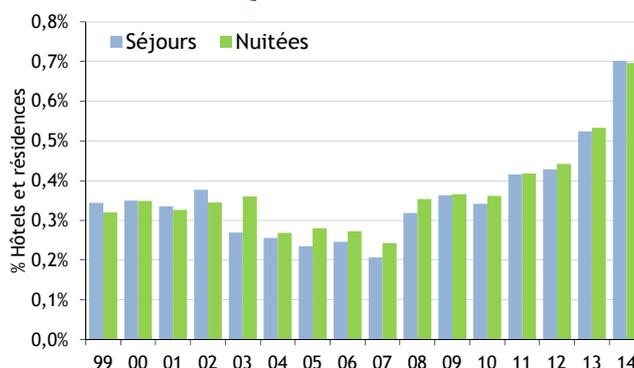
Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Maghrébins en réalisent 6% sur la Côte d'Azur. Cette part est plutôt faible et en baisse jusqu'en 2010, mais en forte croissance depuis.

Si la part est un peu plus élevée en catégories 4-5\* (7,6% en 2012), c'est surtout avant 2004 et pour les catégories inférieures 0-1\* que la part était élevée, autour de 10%. Elle a fortement chuté depuis, à seulement 2%. En 2-3\* la part se maintient mieux, avec une chute de 2 points puis une lente remontée.

La part des Maghrébins dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences était de l'ordre de 0,3% au début des années 2000, elle a régressé jusqu'en 2007 puis recommencé à croître rapidement. En 2014 la contribution de ce marché complémentaire atteint les 0,7%. Le seuil des 1% devrait être atteint prochainement.

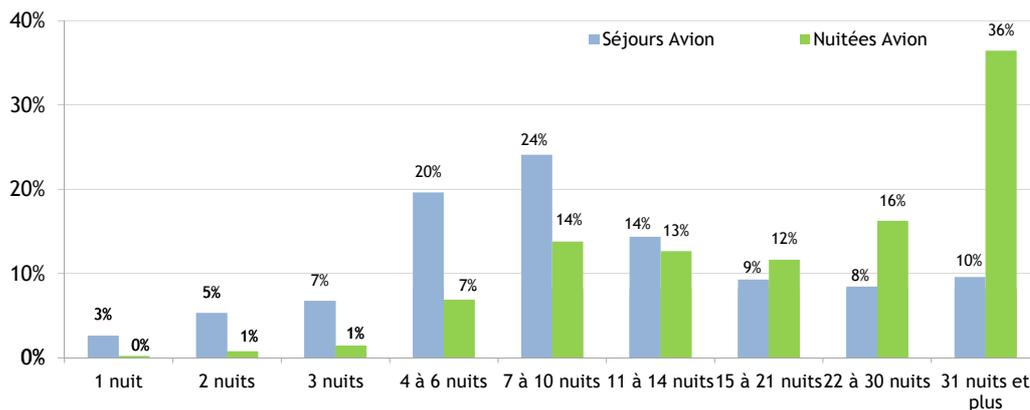
La part des nuitées diffère peu, le plus souvent, de la part en séjours, du fait d'une durée de séjour comparable à celle des autres marchés étrangers.

## CONTRIBUTION DES MAGHREBINS A LA FREQUENTATION ETRANGERE

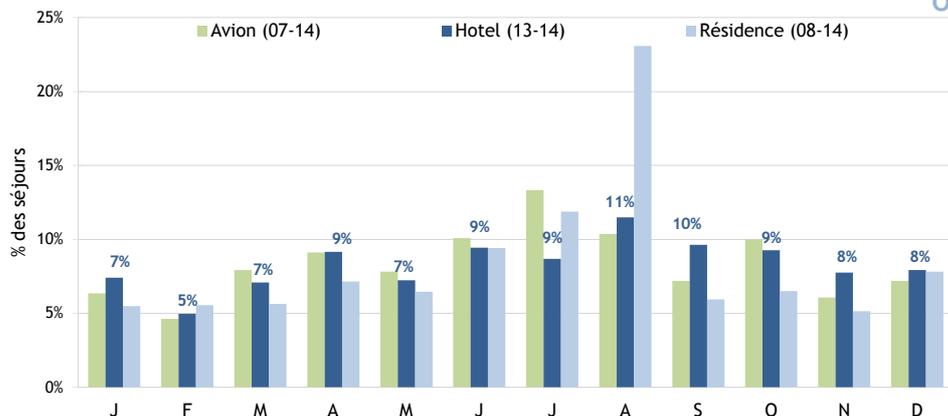


## DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Maghrébins est longue sur la Côte d'Azur. Les séjours par avion durent 14 nuits en moyenne (15 pour le Loisirs et près de 9 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchand durent près de 16 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) ne représentent que 15% du total. Dans l'hôtellerie, les séjours durent 2,6 nuits en moyenne, pour 5,4 nuits en résidences. Pour les séjours avion, le principal segment est celui des 7-10 nuits, soit un quart des séjours. Les séjours de plus de 3 semaines sont rares mais génèrent plus de la moitié des nuitées totales.



	Durée	Nuits
Hôtellerie	Hôtels	2,6
	Résidences	5,4
	Hôtels+Rés.	2,9
Moyenne	Moyenne	14,1
	Loisirs	15,1
	Dont Hébergement marchand	12,1
Affaires	Affaires	8,9
	Dont MICE	5,3
	Dont Autres affaires	10,5



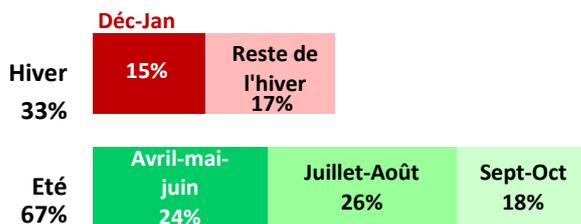
Hotels + Résidences			
	13-14	SEJOURS	NUITEES
J		7,2%	7,6%
F		5,1%	4,9%
M		6,9%	6,3%
A		9,0%	9,2%
M		7,0%	6,3%
J		9,2%	8,1%
J		8,3%	7,6%
A		14,3%	18,0%
S		9,2%	9,2%
O		8,9%	8,8%
N		7,2%	6,3%
D		7,7%	7,7%

Les séjours maghrébins sont bien répartis sur l'année, avec cependant une très forte pointe dans les résidences en Août. Dans l'hôtellerie la pointe est moins sensible ce mois là. Les séjours avion sont en pointe en Juillet, mais soutenus tous les mois de l'année. Février est le mois le moins fréquenté.

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.

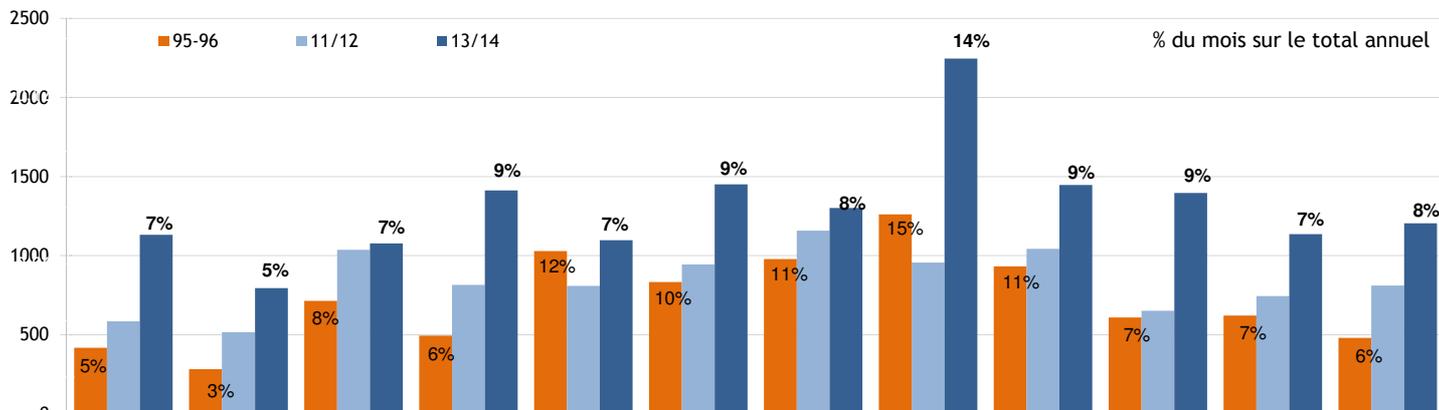
Les nuitées hébergements sont bien réparties sur tous les mois de l'année sauf en Février, faible, et avec une forte pointe en Août (18%). La période de Juin à Septembre représente 43% du total annuel, une faible part.

## NUITEES 2013/14 - HOTELS ET RESIDENCES



L'évolution des séjours hébergements depuis 1995 (en volume) montre une forte croissance de la demande toute l'année, mais plus limitée sur Mars et quasiment nulle en Mai. Elle est surtout marquée en Février et Avril (+180%), en Janvier (+171%), en Décembre (+151%) et en Octobre (+129%). Concernant la part de chaque mois, on note entre 95 et 2013/14 une croissance de la part des séjours réalisés en Janvier, Février, Avril, Octobre et Décembre.

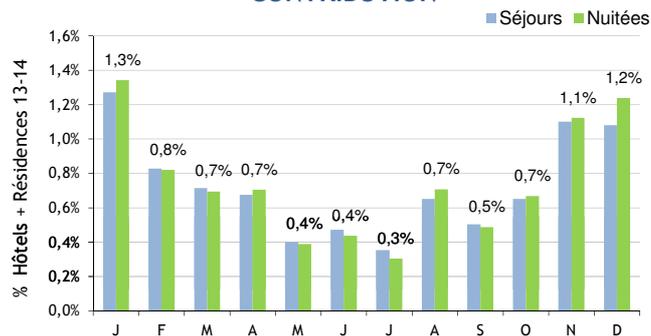
## EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



## POTENTIEL MENSUEL

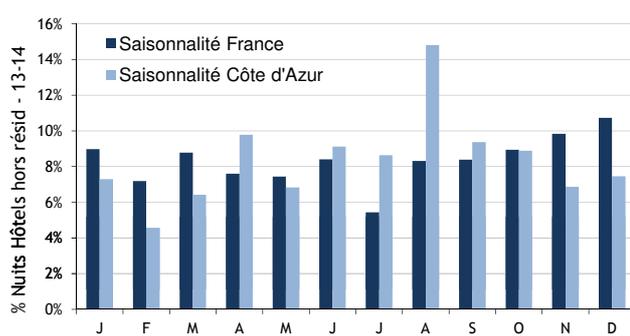
La part des Maghrébins sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 0,3% en Juillet à 1,3% en Janvier. Ce marché représente une cible très intéressante pour les mois de Novembre à Janvier, peu fréquentés par les étrangers. La part de marché Côte d'Azur/France est faible en Février (3,6%) mais élevée en Août (10%). Si on compare la distribution mensuelle des nuitées entre la France et la Côte d'Azur, on constate un potentiel élevé sur tous les mois d'hiver, avec une présence importante en France mais moindre sur la Côte d'Azur.

### CONTRIBUTION

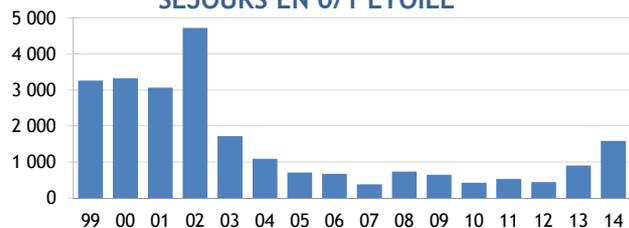


PDM O6/F	
J	4,6%
F	3,6%
M	4,2%
A	7,3%
M	5,2%
J	6,2%
J	9,1%
A	10,2%
S	6,4%
O	5,7%
N	4,0%
D	4,0%

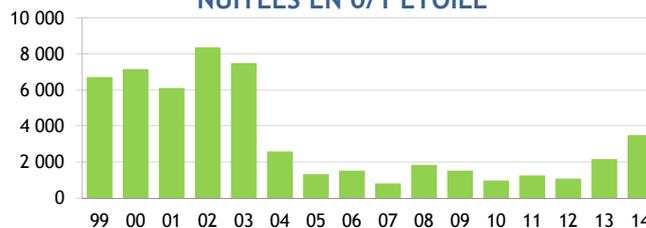
### POTENTIEL SUR LA FRANCE



### SEJOURS EN 0/1 ETOILE



### NUITEES EN 0/1 ETOILE



### SEJOURS EN 2/3 ETOILE



### NUITEES EN 2/3 ETOILE



### SEJOURS EN 4/5 ETOILE



### NUITEES EN 4/5 ETOILE



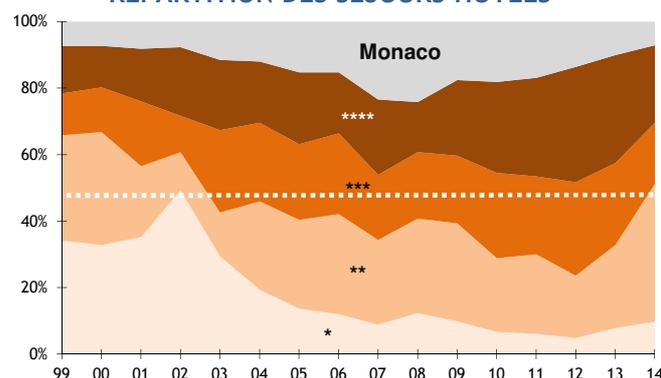
### SEJOURS A MONACO



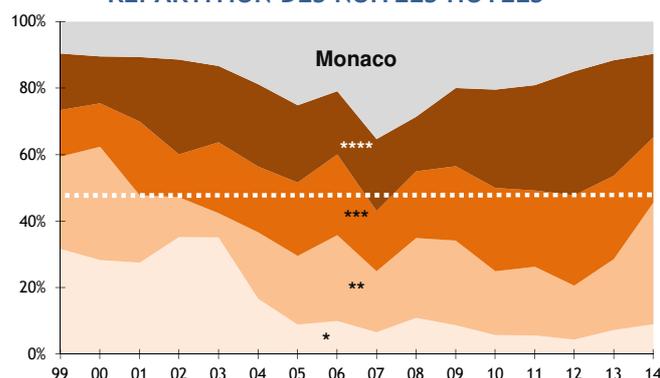
### NUITEES A MONACO



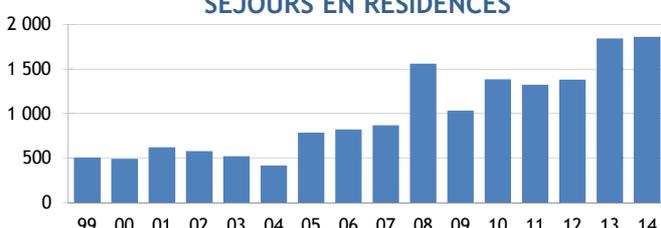
### REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



### REPARTITION DES NUITEES HOTELS



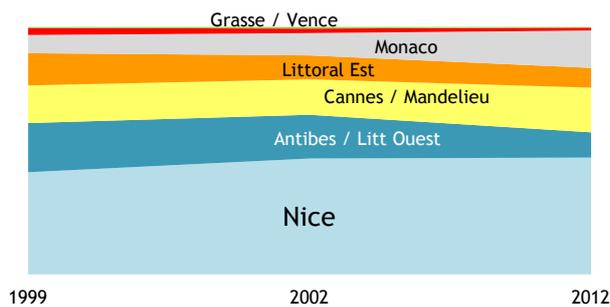
### SEJOURS EN RESIDENCES



### NUITEES EN RESIDENCES

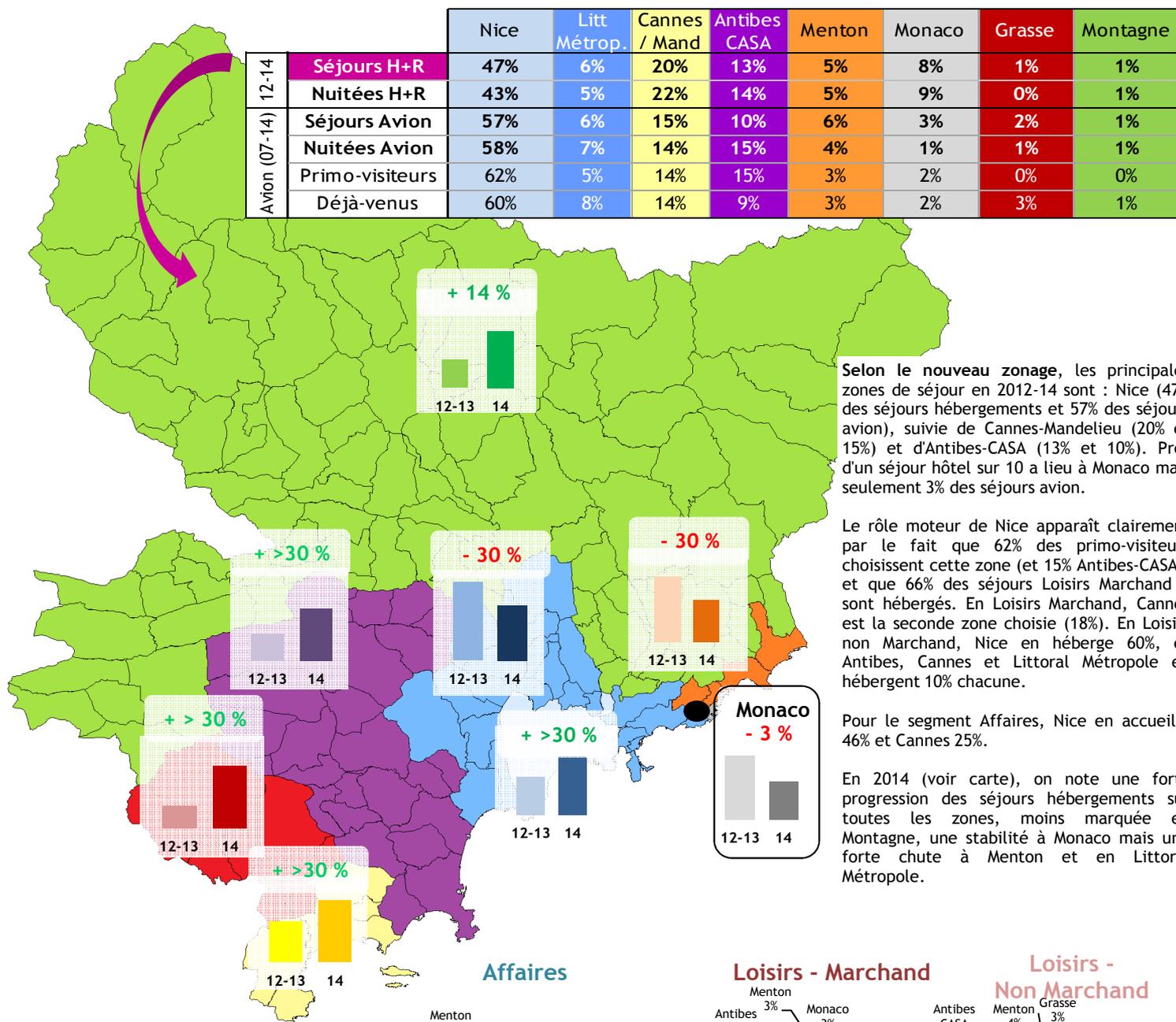


## TENDANCES HOTELS 99-2012 - ANCIEN ZONAGE



Historiquement, les Maghrébins étaient surtout hébergés à Nice, pour 47% des séjours hôtels, avec une part en progression (41% en 1999). Cannes était la seconde zone fréquemment choisie, avec 18%, suivie de Monaco, dont la part s'était fortement élargie de 7% à 15%.

C'est la part d'Antibes-Littoral Ouest qui avait chuté de moitié, passant de 20% à 10%.

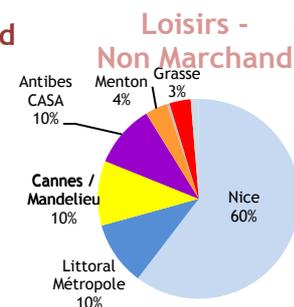
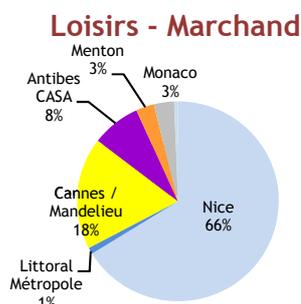
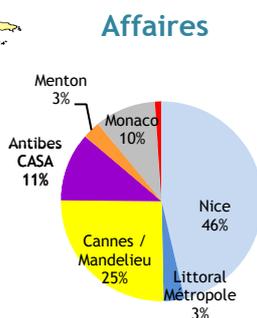


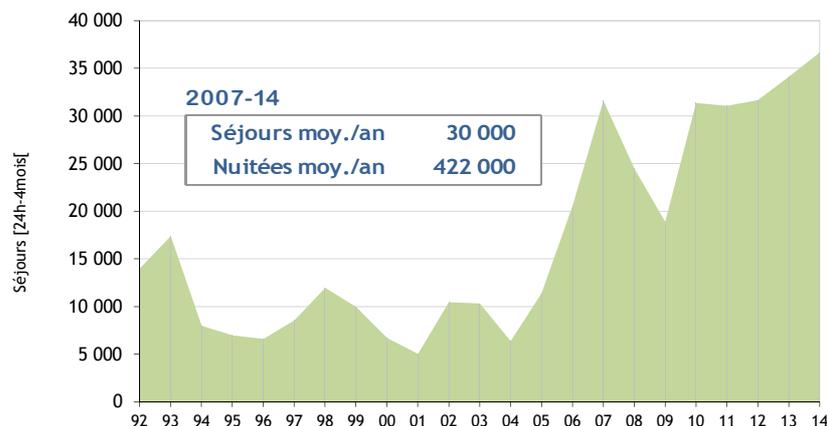
Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2012-14 sont : Nice (47% des séjours hébergements et 57% des séjours avion), suivie de Cannes-Mandelieu (20% et 15%) et d'Antibes-CASA (13% et 10%). Près d'un séjour hôtel sur 10 a lieu à Monaco mais seulement 3% des séjours avion.

Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 62% des primo-visiteurs choisissent cette zone (et 15% Antibes-CASA), et que 66% des séjours Loisirs Marchand y sont hébergés. En Loisirs Marchand, Cannes est la seconde zone choisie (18%). En Loisirs non Marchand, Nice en héberge 60%, et Antibes, Cannes et Littoral Métropole en hébergent 10% chacune.

Pour le segment Affaires, Nice en accueille 46% et Cannes 25%.

En 2014 (voir carte), on note une forte progression des séjours hébergements sur toutes les zones, moins marquée en Montagne, une stabilité à Monaco mais une forte chute à Menton et en Littoral Métropole.





Près de 4 séjours maghrébins sur 10 sont réalisés par avion jusqu'à Nice Côte d'Azur. Depuis 2004, ce flux est en progression sensible, et 2014 marque un nouveau record avec plus de 35 000 séjours avion.

Les séjours par avion ont une durée longue, soit plus de 14 nuits en moyenne, et même 16 nuits en Loisirs non Marchand. Les séjours Loisirs Marchand sont longs aussi avec plus de 12 nuits, une durée inhabituelle. Les séjours Affaires durent 9 nuits (moyenne tirée vers le haut par une partie de "semi-résidents" actifs). Le segment des 7-10 nuits domine pour les segments Loisirs (plus du quart), et le segment majeur en motif Affaires est le 4-6 nuits (31%).

Le taux de satisfaction est bon avec 85% de "très satisfaits" et 5% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs se limite à 19%, un faible niveau, même en Loisirs Marchand (28%).

La dépense moyenne s'élève à 66€ par jour/pers. et 855€ par séjour, un montant élevé du fait de la longue durée de séjour. Le segment "basse contribution" concerne 30% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 18%.

La clientèle est âgée de 44 ans en moyenne. Le principal segment âge en Loisirs est de loin le 60 ans et + (28%).

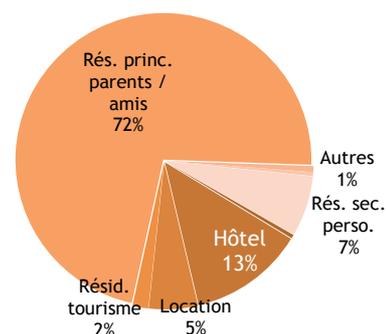
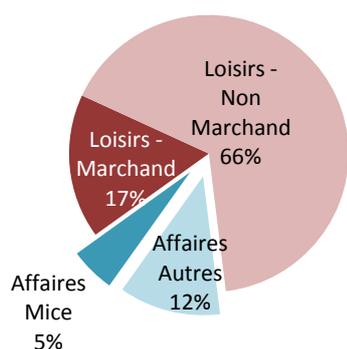
2007-14	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	14,1	12,1	15,9	8,9
Age moyen	44	42	47	41
Nb Personnes	1,5	1,8	1,5	1,3
Taux 1 <sup>ère</sup> visite	19%	28%	14%	26%
Dépense/séjour	855 €	1 222 €	700 €	1 045 €
Dépense/jour	66 €	112 €	47 €	114 €
> 200€ / jour	18%	35%	9%	35%
De 30 à 200€ /jour	51%	54%	50%	55%
<30€ / jour	30%	11%	42%	9%
Satisfaction				
Très satisfaits	85%	80%	90%	72%
Satisfaits	10%	11%	8%	16%
Non entier. Satisf.	5%	9%	2%	12%

## SEGMENTATION CIBLES

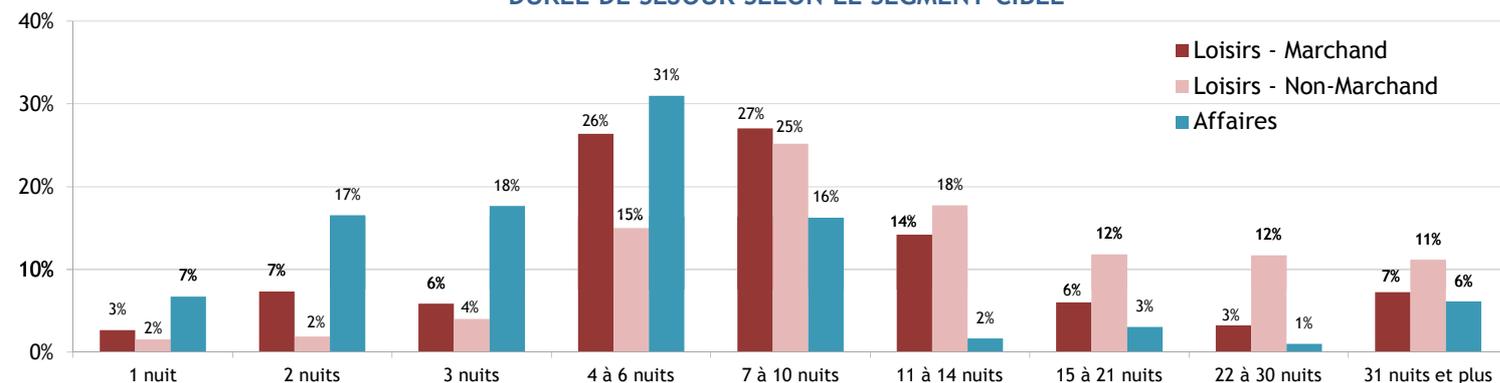
Le segment Loisirs Marchand regroupe seulement 17% des séjours avion, dominés par le segment Loisirs non Marchand (2 séjours avion sur 3). Le segment Affaires représente 17%, dont seulement 5% en MICE.

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin la résidence de parents et amis, soit plus de 7 séjours Loisirs sur 10, devant l'hôtel (13%). Les résidences secondaires hébergent 7% des séjours Loisirs, et la location 7% également.

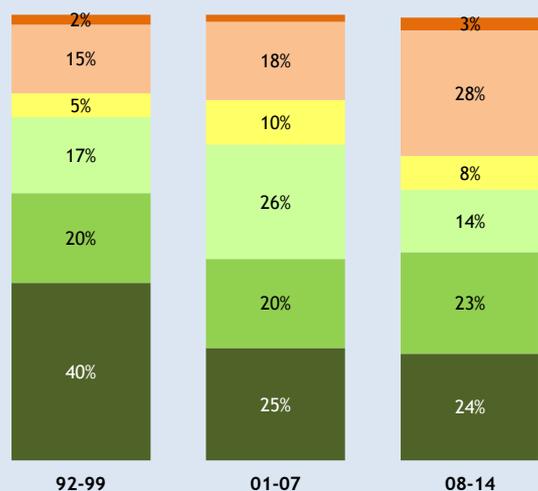
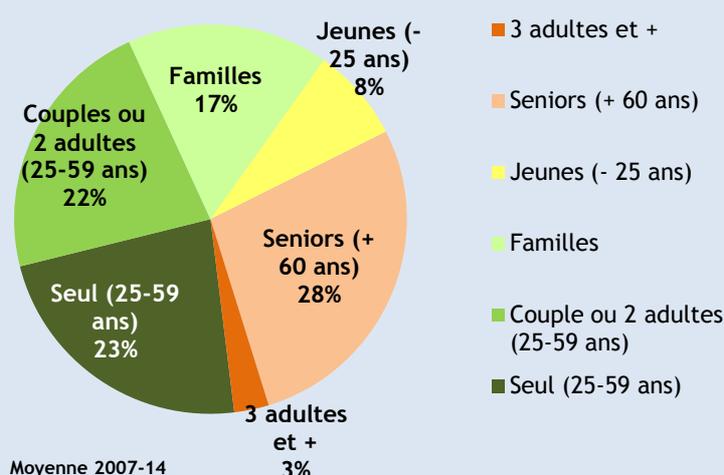
## SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



## DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



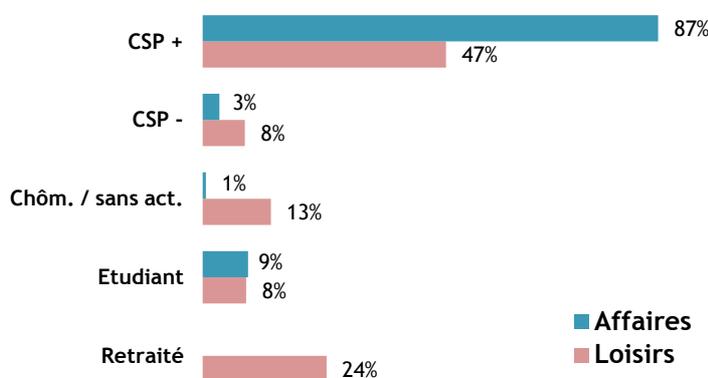
## TYOLOGIE LOISIRS AVION



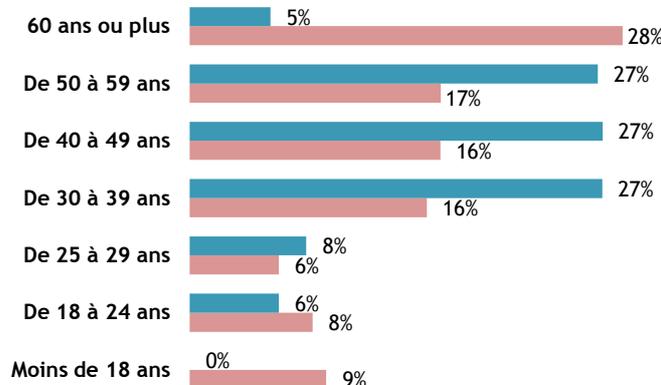
Les Maghrébins à motif Loisirs sont le plus souvent des Seniors (28%), ou bien des adultes voyageant seuls (23%, mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place), ou des couples -2 adultes (22%). 3% voyagent à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Familles représente 17% (incluant 1,6 enfant en moyenne), devant le segment Jeunes (8%).

Sur les 15 dernières années, l'évolution est légèrement favorable au segment "couples-2 pax", mais surtout au segment Seniors, qui a presque doublé sa part. On note en revanche une baisse de la part des voyageurs seuls, de plus récemment de la part des Familles. La part des Jeunes montre une tendance positive.

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



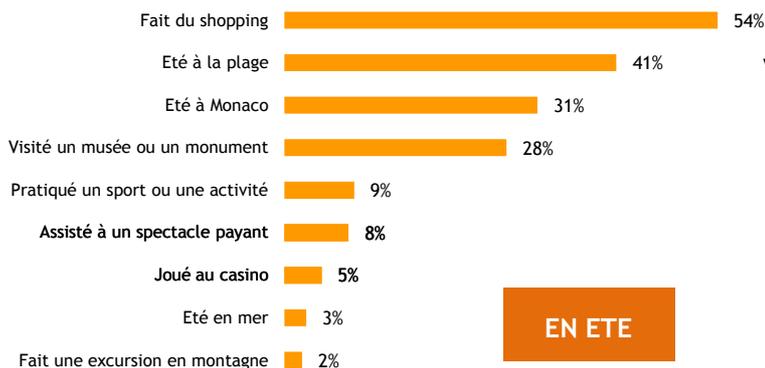
### SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



## SEGMENT LOISIRS

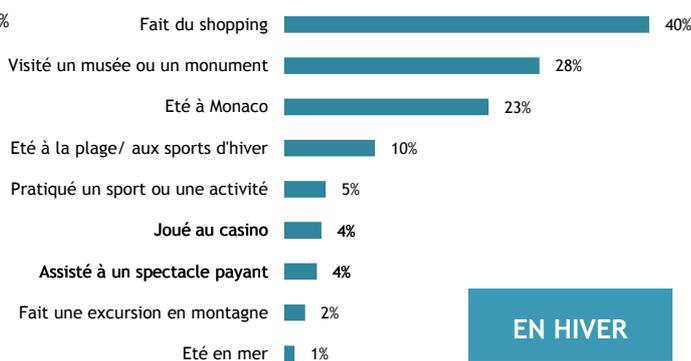
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout le shopping (54%), la plage (41%) et la visite de Monaco (31%). En hiver, c'est aussi le shopping qui vient en tête (40%), devant la visite de musée-monument (28%) et la visite à Monaco (23%). En été près d'un sur 10 pratique un sport ou une activité. Sur l'année entière 7% déclarent assister à un spectacle payant durant leur séjour.

### ACTIVITES DECLAREES



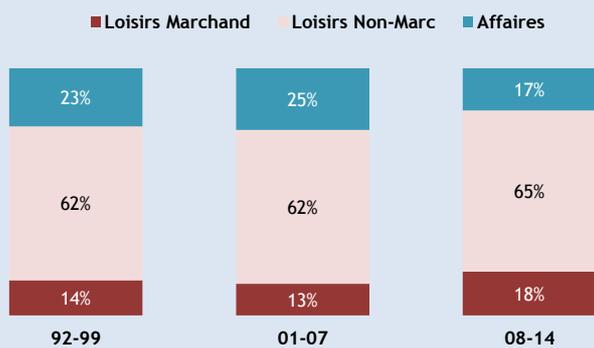
EN ETE

### ACTIVITES DECLAREES

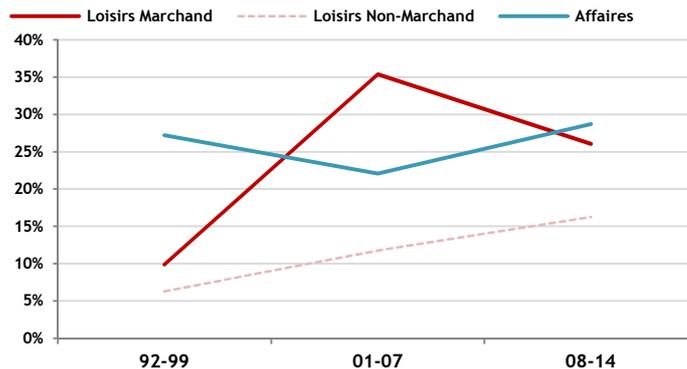


EN HIVER

## SEGMENTATION CIBLES

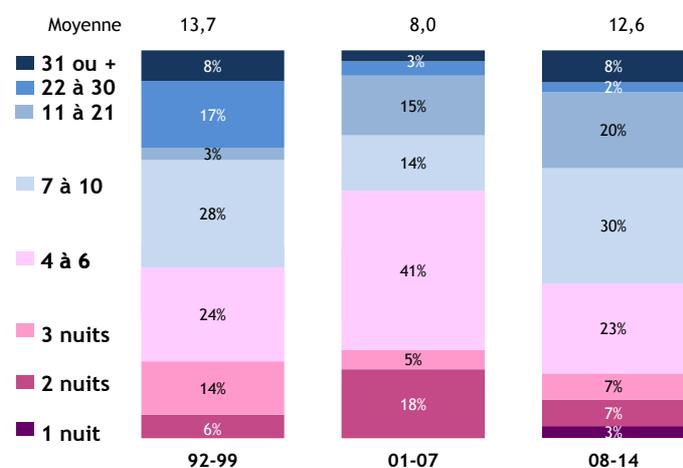


## TAUX DE PRIMO-VISITEURS



## Tendances Visiteurs avion Loisirs

### DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



### SEGMENTATION CIBLES

Progression légère de la part du Loisirs Marchand comme du Loisirs non Marchand, au détriment du motif Affaires

### TAUX DE PRIMO VISITEURS

En très forte progression pour le Loisirs, relativement stable pour l'Affaires

### DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Chute et rebond de la durée moyenne, à un niveau élevé. La part des courts séjours est relativement stable. Celle des 4-6 nuits a fortement progressé puis reflué, au profit des 7-10 nuits. Les 11-21 nuits progressent régulièrement

### ZONES DE SEJOUR

Nice reste largement en tête et progresse. Antibes-CASA voit sa part progresser au détriment des autres zones, surtout Monaco

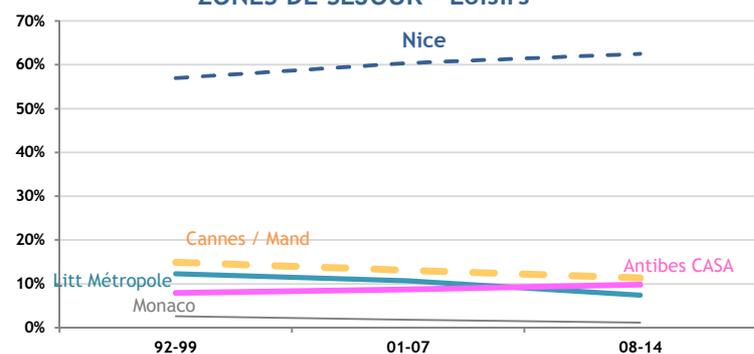
### MODES D'HEBERGEMENTS

Les parts des parents et amis comme de l'hôtel restent stable. Progression de la location mais régression de la résidence secondaire

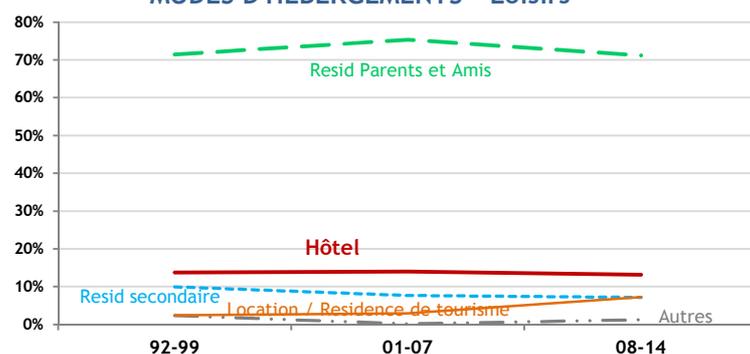
### AGE/CSP

Age moyen en hausse sensible. Baisse des -18 ans et des 30-39 ans au profit des 60 ans et +, devenus le principal segment. Recul net de la part des CSP+ au profit des retraités. Petite hausse de la part d'étudiants.

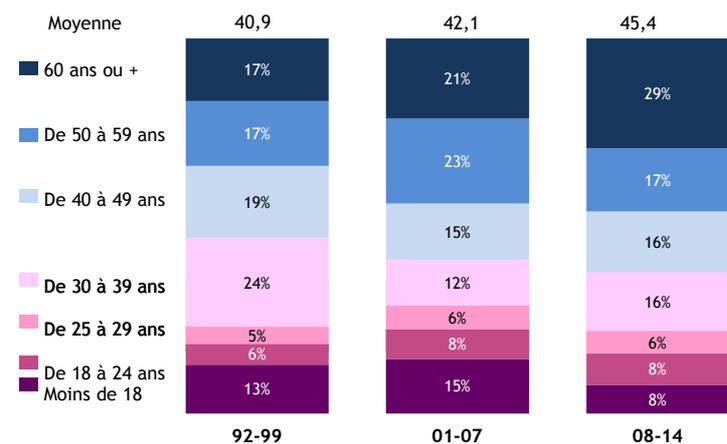
### ZONES DE SEJOUR - Loisirs



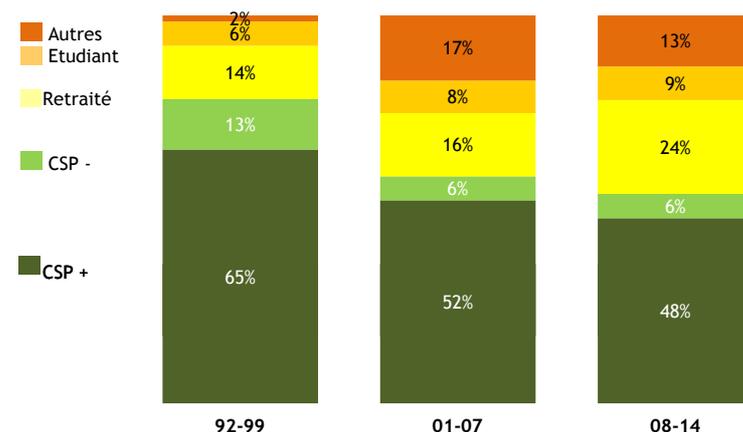
### MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



### ÂGE DES VISITEURS LOISIRS

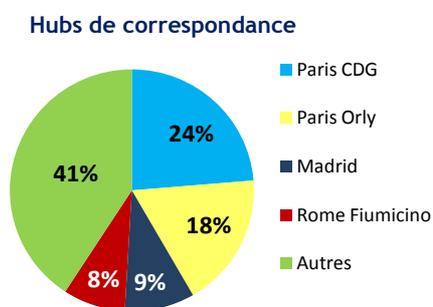


### CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)



# 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 est effectuée 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.

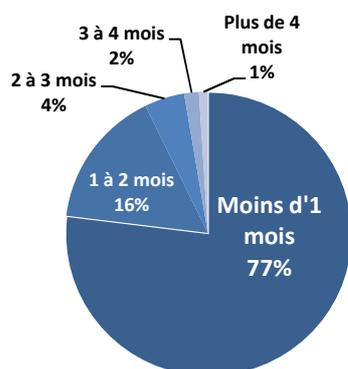


Les séjours FRANCE sont à destination de 1/Paris 2/ Marseille 3/Lyon 4/ Nice

Les voyages à destination de Nice-Côte d'Azur sont effectués sur vols directs dans 92% des cas, ou bien via un autre aéroport, Paris en tête (42% pour les 2 aéroports), suivi de Madrid (9%) ou Rome (8%).

SEJOURS	2010	2011	2012	2013	% Moy 12-13	Tendance
Nice	15 224	17 648	19 778	20 135		→
France	399 837	445 038	510 425	585 974		→
<b>Part de marché Nice (%)</b>	<b>3,8</b>	<b>4,0</b>	<b>3,9</b>	<b>3,4</b>		→
courts (1-3 nuits)	3 050	3 291	3 444	3 652	17,8	→
moyens (4-8 nuits)	5 111	6 154	7 079	7 472	36,5	→
longs (9-21 nuits)	4 384	5 447	6 025	6 060	30,3	→
très longs (+22 nuits)	2 679	2 756	3 230	2 951	15,5	→
<b>Part des groupes 6 pax et +</b>	<b>0,5</b>	<b>1,3</b>	<b>1,1</b>	<b>1,2</b>	<b>1,1</b>	→

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



Les séjours Nice-Côte d'Azur sont réservés le plus souvent dans le mois qui précède (77%), ou bien entre 1 et 2 mois avant la date d'arrivée (16%). Seuls 1% réservent plus de 4 mois à l'avance.

Les pics de réservation s'étalent entre les semaines 15 et 27.

Les pics d'arrivée sont en semaines 26, 27 (pointe annuelle) et 51.

## Saisonnalité hebdomadaire des réservations et des arrivées à Nice

