

Le Marché Moyen Oriental

Ce "marché" regroupe plusieurs ensembles de pays bien distincts. Les deux principaux émetteurs de touristes sont d'une part les Emirats Arabes Unis et l'Arabie Saoudite et d'autre part Israël. Le regroupement en marché unique est dû à la non distinction de ces origines dans l'enquête nationale dans l'hôtellerie.

Cette clientèle (hors Egypte et Israël) se distingue par son exceptionnel niveau de dépenses, lié à une sur-représentation des hébergements de luxe, palaces et résidences secondaires en tête, et à la grande plaisance.

C'est une clientèle jeune, riche et souvent familiale, qui fréquente très souvent la France (1,1 million de séjours 2014, +10%, durant 11 nuits) et tout particulièrement la Côte d'Azur.

La Côte d'Azur

Le marché moyen oriental est vital pour le segment du luxe sur la Côte d'Azur. En volume, il se place au 13^{ème} rang (15^{ème} en 2008), mais pèse bien plus lourd en consommation. Sa contribution à la fréquentation étrangère atteint 3%. La Côte d'Azur est une destination traditionnelle des Moyen Orientaux, et elle accueille environ 9% des nuitées hôtels en France. **La part de marché est élevée et stable.**

Principaux pays d'origine : Emirats 33%, Israël 21%, Arabie 15%, Liban 11%, Egypte 9%, Syrie-Irak 6%

Chiffres clés

- 115 000 séjours de 7,5 nuits en moyenne, dont :
- 67 000 séjours en hôtels et résidences
- 50 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 600 résidences secondaires

Dépense : 137€/jour, 1315€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : 6 sur 10 réservent leur vol moins de deux mois avant le séjour, 13% plus de 4 mois avant

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 65%, juillet-août = 45%, hiver = 13%. Pointe en août (26%)

Visiteurs avion : 26% repartent sur des vols vers Paris 14% vers Dubaï, 12% vers Tel Aviv, 8% vers Londres, 6% vers Zurich, 6% vers Francfort (résas via GDS : sur vols directs pour 36%, ou bien via Paris, Zurich, Rome, Francfort)

😊 Points forts

- le principal marché du luxe
- de forts intérêts financiers dans l'hôtellerie luxe française
- une contribution au tourisme étranger en forte hausse
- clientèle jeune
- une présence en Octobre en forte croissance
- des séjours longs favorisant la distribution de la consommation
- forte dépense par personne (dép moy. : 137€/jour, au 1^{er} rang des marchés), notamment en shopping
- 7 nuitées hôtels sur 10 en 4-5*
- 87% de touristes très satisfaits

Ce "marché" inclut Israël, l'Iran et les pays arabes dont l'**Egypte**, soit une population de 314 millions d'habitants (âge moyen : Egypte 23 ans, Arabie, Iran 24 ans, Israël Koweït 29 ans, Emirats 30 ans, Qatar 31 ans)

PIB

Voir les fiches pays détaillés

Dépenses à l'étranger

53 milliards €, au 4^{ème} rang mondial en 2014 (pour 8 pays considérés ensemble) - Tendances annuelles moyennes 2005-2014 : +10,2%

Nombre de jours de congés payés : NC

Visa nécessaire pour la France : NON si -3 mois pour Israël, **OUI** pour autres nationalités

Particularités du calendrier : ramadan en juin-juillet en 2015

C'est un marché...

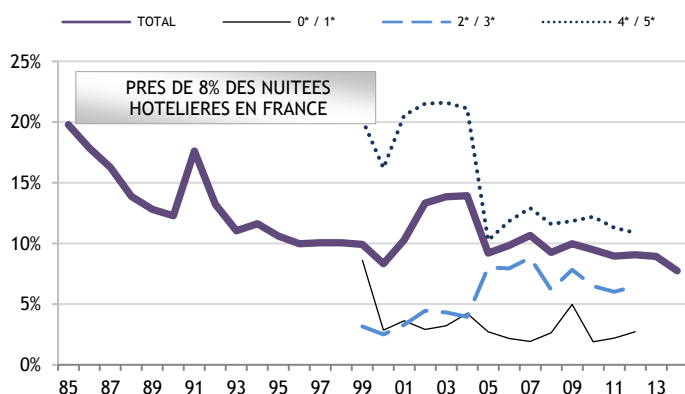
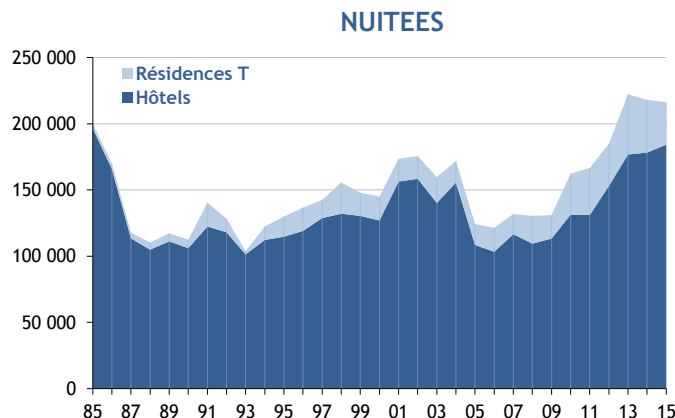
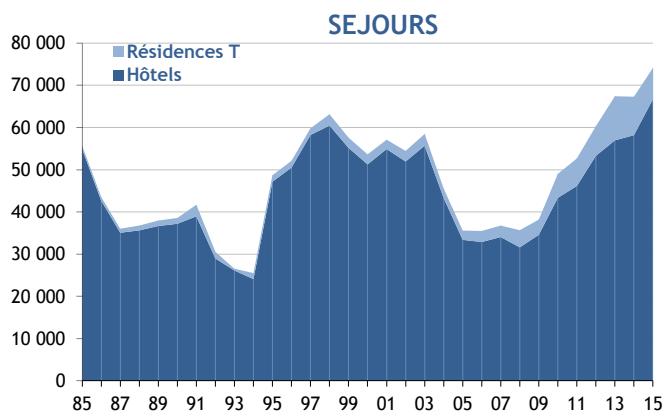
- tout à fait atypique quant à la richesse et à la dépense
- majoritairement de loisirs
- de longs séjours (au second rang des marchés pour la durée moyenne), surtout non marchands
- pour l'hôtellerie 4-5* des grandes stations (au 1^{er} rang des marchés pour la part de Cannes)
- d'individuels en couples ou en familles (au 2^{ème} rang pour le nombre d'enfants accompagnants), actifs et jeunes (moyenne 41 ans)
- à forte motivation shopping (sur la Côte d'Azur : 40%)



😞 Points faibles

- une demande haut de gamme, volatile, difficile à stimuler et canaliser
- pouvoir d'achat en baisse suite à la chute des cours du pétrole
- un réseau aérien direct affaibli par la perte du Doha (Qatar)-Nice
- très faible demande hivernale
- fréquentation concentrée sur les grandes stations littorales
- au dernier rang des marchés pour la part des séjours avion en Mai

Les séjours provenant des pays du Proche et Moyen Orient, en hôtels et résidences, ont connu une forte poussée avant 85, de nouveau entre 96 et 2004, et une nouvelle phase de croissance a débuté en 2010. La demande est surtout hôtelière, mais la fréquentation des résidences s'accroît sensiblement ces dernières années. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 12% des séjours et 16% des nuitées.



PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Moyen-Orientaux en réalisent 9% sur la Côte d'Azur, une part assez élevée. Cette part a fortement chuté entre 1985 et 2000, mais se maintient bien ensuite. Les fortes pointes se produisent les années de crise, notamment 91 (guerre du Golfe) et période post 2001. La Côte d'Azur reste une destination favorite et sécurisante pour les Moyen-Orientaux.

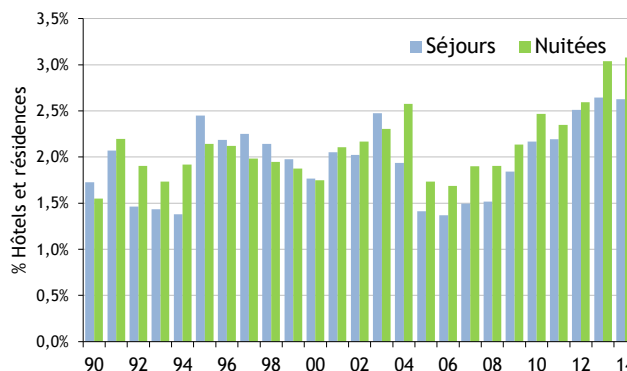
Par catégorie, on observe une chute importante dès 2005 en 4-5*, suivie d'une stabilisation (11%), ainsi qu'une forte hausse de la part de la région en 2-3* (6%).

La part des Moyen-Orientaux dans la fréquentation hôtelière (contribution) a baissé entre le début des années 80 et 2005, après une pointe en 2004, à 2,5%, niveau dépassé dès 2012. En 2013-14, la contribution dépasse pour la 1^{ère} fois les 3% des nuitées étrangères.

Le nombre réduit de séjours ne doit toutefois pas masquer l'importance de l'apport économique de ce marché.

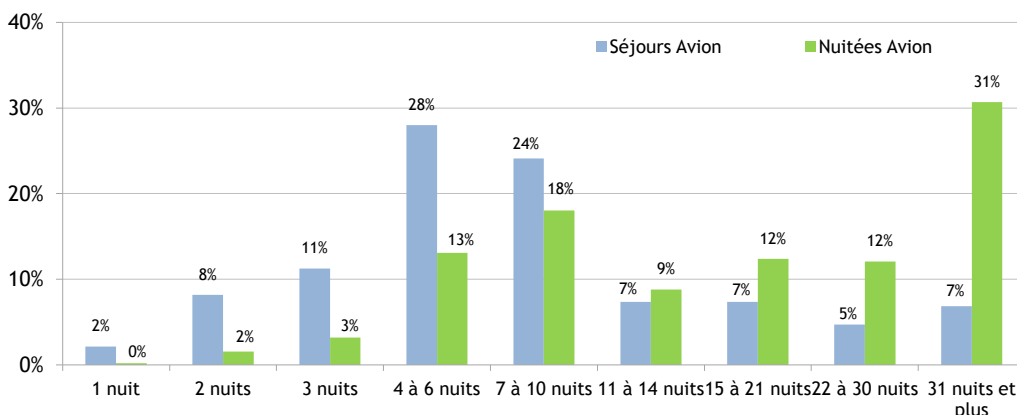
La part des nuitées est nettement plus élevée que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour supérieure. L'écart est beaucoup plus important certaines années, dont 2004 et 2013-14.

CONTRIBUTION DES MOYEN ORIENTAUX A LA FREQUENTATION ETRANGERE

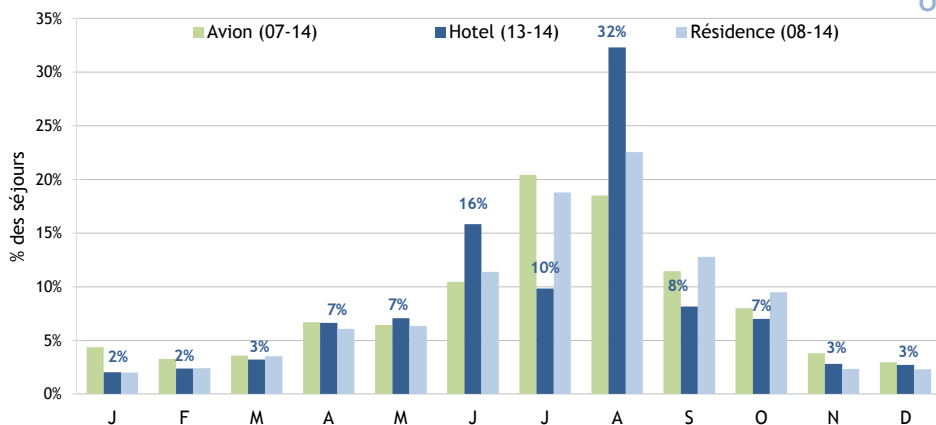


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Moyen Orientaux est très élevée sur la Côte d'Azur. Les séjours par avion durent 11 nuits en moyenne (11,6 pour le Loisirs et 5,8 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchand durent même plus de 16 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) sont minoritaires, soit seulement 21% du total des séjours avion. Dans l'hôtellerie, les séjours durent 3 nuits en moyenne, et 4,4 nuits dans les résidences. Pour les séjours avion, le principal segment est le 4-6 nuits, soit 28% des séjours. Les séjours de plus de 3 semaines sont rares mais pèsent pour 43% des nuitées.



	Durée	Nuits
Avion 07-14	Hôtels	3,0
	Résidences	4,4
	Hôtels+Rés.	3,2
	Moyenne	10,9
	Loisirs	11,6
	Dont Hébergement marchand	7,3
Affaires	Dont MICE	4,4
	Dont Autres affaires	6,6
		5,8



Hotels + Résidences		
13-14	SEJOURS	NUITEES
J	1,8%	1,6%
F	2,2%	1,9%
M	4,0%	3,3%
A	7,1%	6,7%
M	7,0%	6,2%
J	10,6%	9,6%
J	19,3%	18,2%
A	25,9%	33,1%
S	9,6%	8,8%
O	7,4%	6,3%
N	2,8%	2,2%
D	2,4%	2,2%

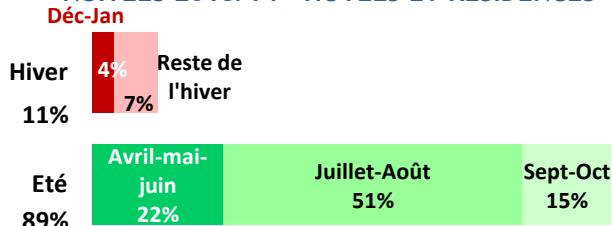
Les séjours des Moyen Orientaux sont concentrés sur l'été, avec une pointe en Août, ou en Juillet pour les visiteurs avion. Tous les mois d'hiver sont faibles. Il faut souligner que la saisonnalité estivale est directement liée aux dates du Ramadan, qui sur ces années favorise Juin et Août.

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.

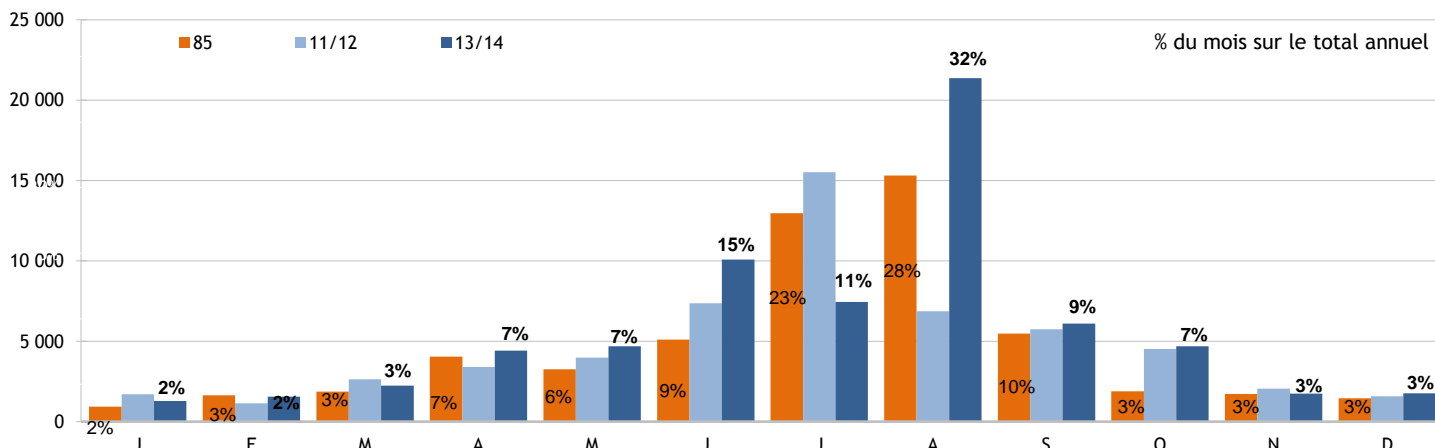
Les nuitées hébergements sont très concentrées sur l'été, tout particulièrement Juillet-Août qui en génèrent plus de la moitié. La période d'Avril à Juin en génère un 5ème, et l'hiver seulement 11%. La période de Juin à Septembre représente seulement 70% du total annuel, l'un des taux les plus élevés parmi les étrangers.

L'évolution des séjours hébergements depuis 1985 (en volume) montre une forte croissance de la demande en Juin, que l'on peut attribuer aux dates du Ramadan ces dernières années, et en Octobre, qui devient attractif. La baisse de Juillet n'est que temporaire et le rebond d'Août en 2013-14 est significatif. On observe une hausse modérée en Mai et Septembre et une stabilité les autres mois. Concernant la part de chaque mois, on note entre 85 et 2013/14 une croissance de la part des séjours réalisés en Mai, Juin, et surtout Août et Octobre.

NUITEES 2013/14 - HOTELS ET RESIDENCES



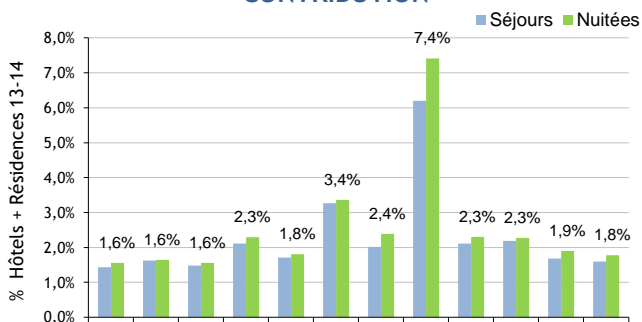
EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



POTENTIEL MENSUEL

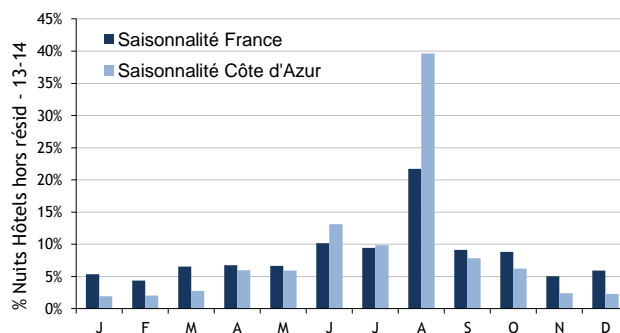
La part des Moyen Orientaux sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 1,6% en Février à 7,4% en Août. C'est une cible essentielle pour les mois d'été. Le reste de l'année, sa contribution à la fréquentation est inférieure à 2%, un peu plus en Avril et Octobre mais son poids réel est plus important. La part de marché Côte d'Azur/France est faible en hiver (seulement 3% en Décembre). 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

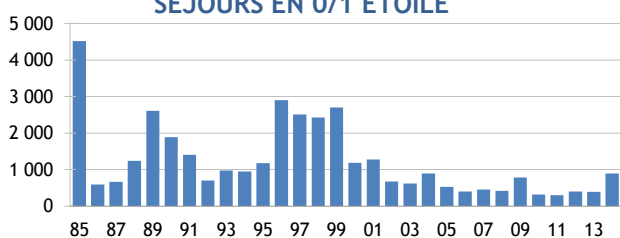


PDM 06/F	
J	3,0%
F	3,9%
M	3,5%
A	7,3%
M	7,4%
J	10,7%
J	8,6%
A	15,1%
S	7,1%
O	5,9%
N	3,9%
D	3,2%

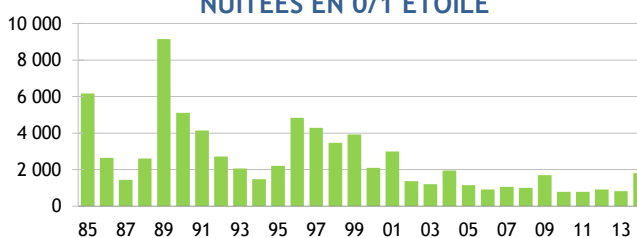
POTENTIEL SUR LA FRANCE



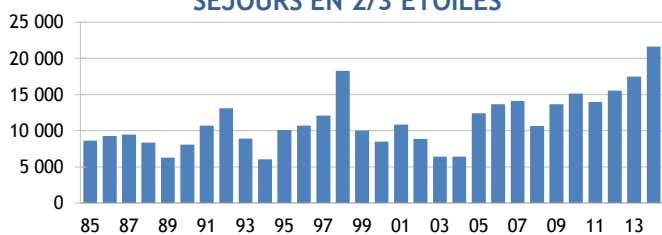
SEJOURS EN 0/1 ETOILE



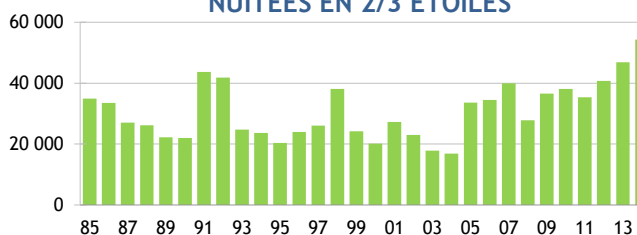
NUITEES EN 0/1 ETOILE



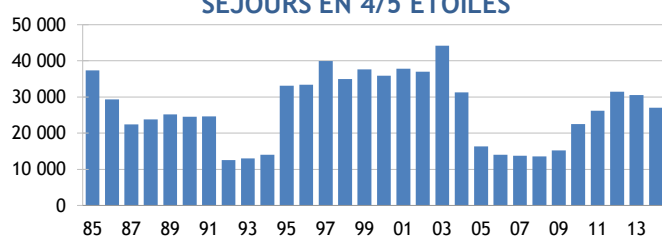
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



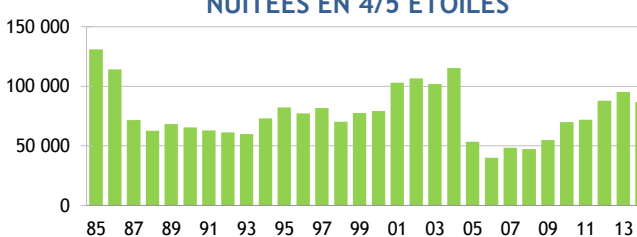
NUITEES EN 2/3 ETOILES



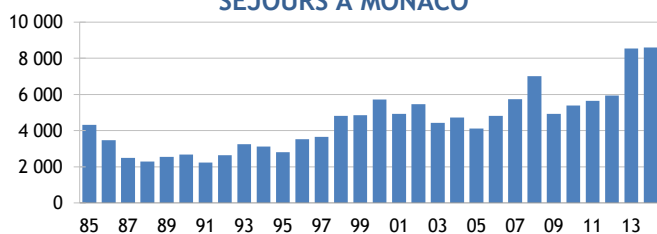
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



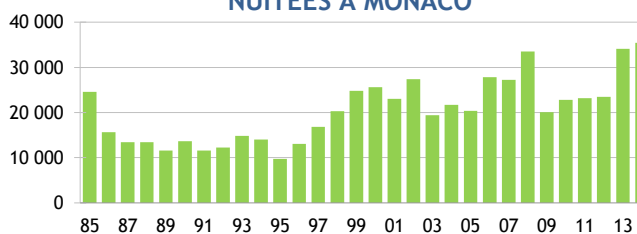
NUITEES EN 4/5 ETOILES



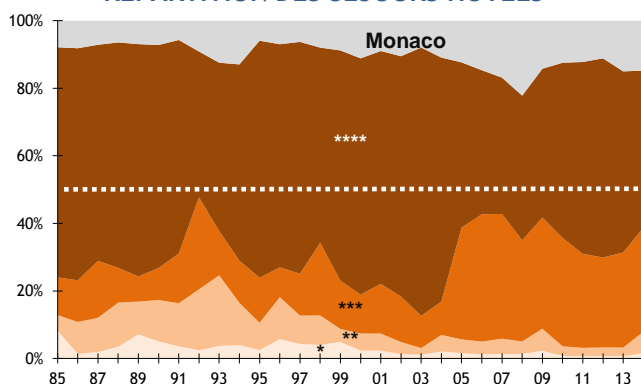
SEJOURS A MONACO



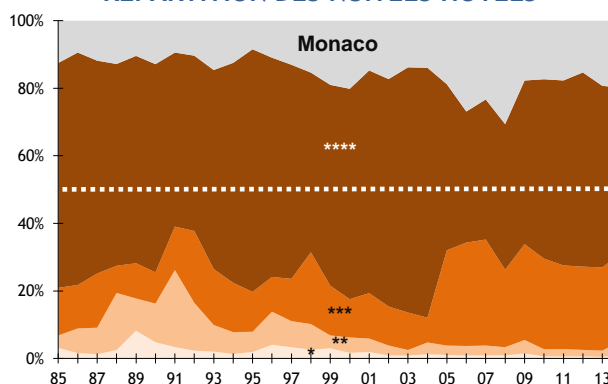
NUITEES A MONACO



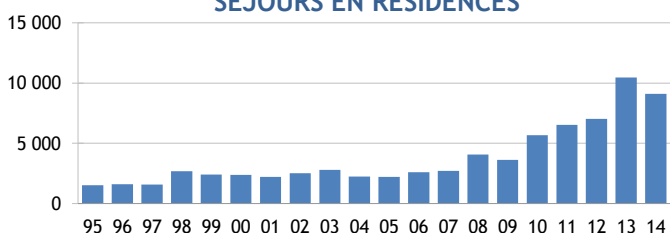
REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



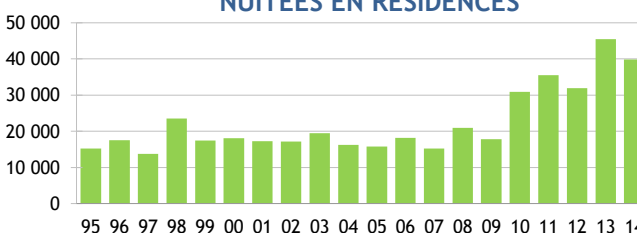
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



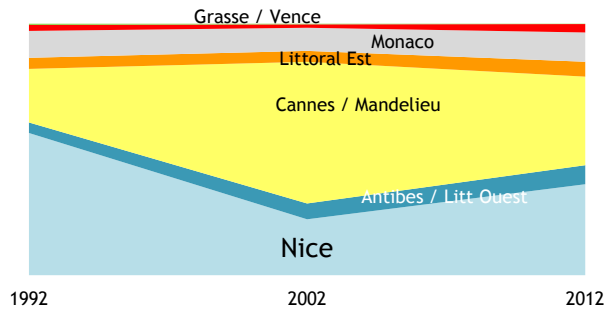
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



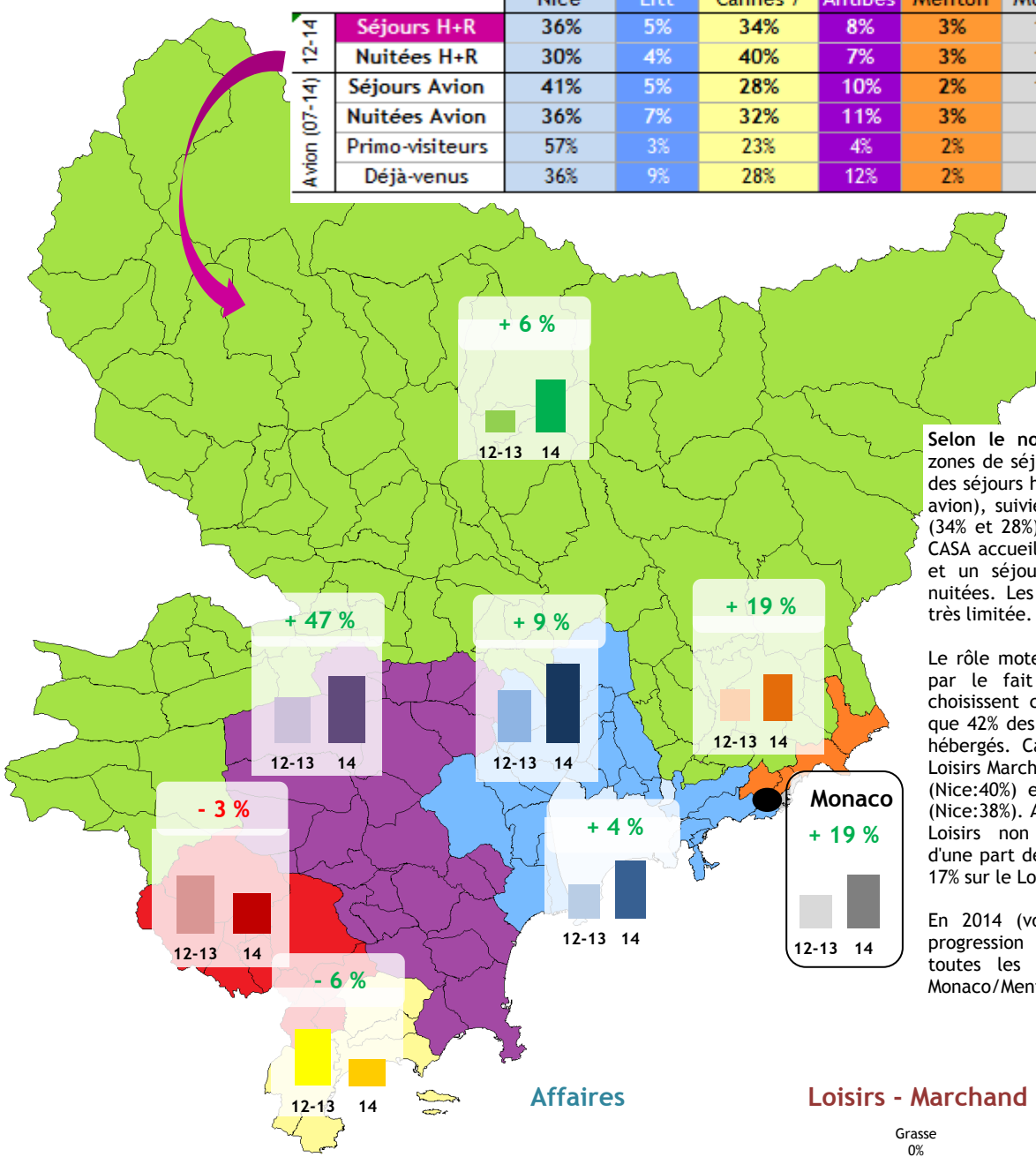
TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



Historiquement, les Moyen Orientaux se concentraient sur Nice, soit 57% des séjours hôtels de 92, mais Cannes avait fortement élargi sa part entre 92 et 2002, de 21% à 56%. Ensuite sa part est revenue à 35%, derrière celle de Nice (36%).

Monaco a réussi à préserver sa part, à un bon niveau soit 12% en 2012. La part d'Antibes a doublé, passant de 4 à 8% en 20 ans.

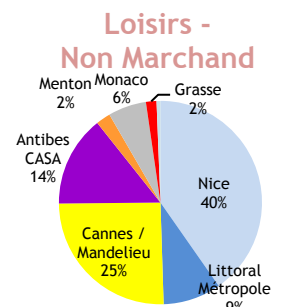
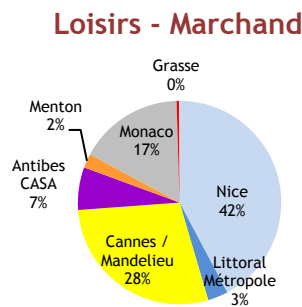
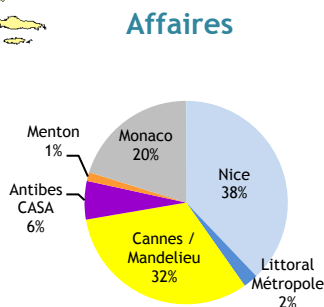
	Nice	Litt	Cannes /	Antibes	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
12-14								
Séjours H+R	36%	5%	34%	8%	3%	12%	1%	1%
Nuitées H+R	30%	4%	40%	7%	3%	15%	1%	1%
Avion (07-14)								
Séjours Avion	41%	5%	28%	10%	2%	13%	1%	0%
Nuitées Avion	36%	7%	32%	11%	3%	9%	1%	0%
Primo-visiteurs	57%	3%	23%	4%	2%	11%	0%	0%
Déjà-venus	36%	9%	28%	12%	2%	10%	1%	0%

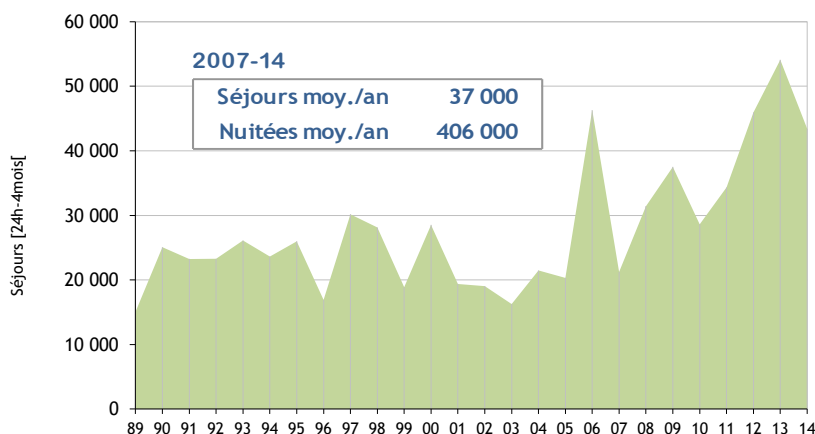


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2012-14 sont : Nice (36% des séjours hébergements et 41% des séjours avion), suivie de près par Cannes-Mandelieu (34% et 28%) et par Monaco (12%). Antibes-CASA accueille 8% des séjours hébergements et un séjour avion sur 10 voire 11% des nuitées. Les autres zones n'ont qu'une part très limitée.

Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 57% des primo-visiteurs choisissent cette zone (et 23% Cannes), et que 42% des séjours Loisirs Marchand y sont hébergés. Cannes héberge 28% des séjours Loisirs Marchand, un quart des non Marchand (Nice:40%) et un tiers des séjours Affaires (Nice:38%). Antibes accueille 14% des séjours Loisirs non Marchand. Monaco bénéficie d'une part de 20% sur le segment Affaires et 17% sur le Loisirs Marchand.

En 2014 (voir carte), on note une forte progression des séjours hébergements sur toutes les zones, surtout Antibes et le Monaco/Menton, sauf à Grasse.





La moitié des séjours de Moyen Orientaux sont effectués par avion jusqu'à Nice Côte d'Azur sur les lignes régulières. Il est clair que la prise en compte de l'aviation privée modifierait grandement ces résultats. Sur ce segment, la hausse des séjours est impressionnante entre 2003 et 2013, avec pour la première fois plus de 50 000 séjours avion.

Ces séjours se répartissent ainsi selon l'origine (2011-13) : Emirats 33%, Israël 21%, Arabie 15%, Liban 11%, Egypte 9%, Syrie-Irak 6%.

Les séjours par avion sont longs : ils durent en moyenne 11 nuits, durée tirée vers le haut par le segment Loisirs non Marchand (16 nuits). Le principal segment est le 4-6 nuits pour l'Affaires (1/3) comme pour le Loisirs Marchand. Pour le non Marchand, il s'agit du 7-10 nuits (1/4). Un quart de ces séjours non Marchand durant plus de trois semaines.

Le taux de satisfaction est très bon avec 87% de "très satisfaits", mais on compte aussi 6% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs s'élève à 34%.

La dépense moyenne est élevée à 137€ par jour/pers. et surtout 1 315€ par séjour. Elle serait en réalité bien plus élevée en prenant en compte l'aviation privée. Le segment "basse contribution" concerne 13% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 28%.

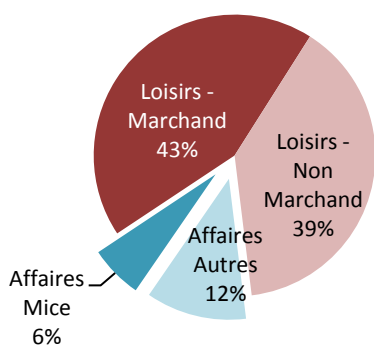
La clientèle est âgée de 40 ans en moyenne, voire 38 ans en Loisirs Marchand, donc assez jeune. Le principal segment âge en Loisirs est le 40-49 ans (23%).

2007-14	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	10,9	7,3	16,3	5,8
Age moyen	40	38	40	44
Nb Personnes	1,8	2,1	1,7	1,4
Taux 1 ^{er} visite	34%	49%	14%	47%
Dépense/séjour	1 315 €	1 213 €	1 459 €	1 248 €
Dépense/jour	137 €	187 €	99 €	215 €
> 200€ / jour	28%	35%	16%	38%
De 30 à 200€ / jour	59%	61%	58%	55%
<30€ / jour	13%	4%	25%	7%
Satisfaction				
Très satisfaits	87%	91%	89%	74%
Satisfaits	7%	2%	7%	18%
Non entier. Satisf.	6%	7%	5%	8%

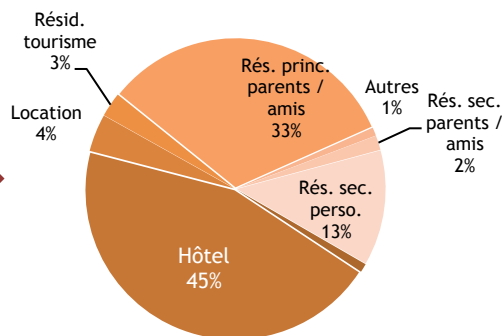
SEGMENTATION CIBLES

Le segment Loisirs Marchand regroupe 43% des séjours avion et c'est le segment majoritaire, devant le Loisirs non Marchand qui représente 39%. Le segment Affaires regroupe 18% des séjours avion, dont 6% pour le MICE.

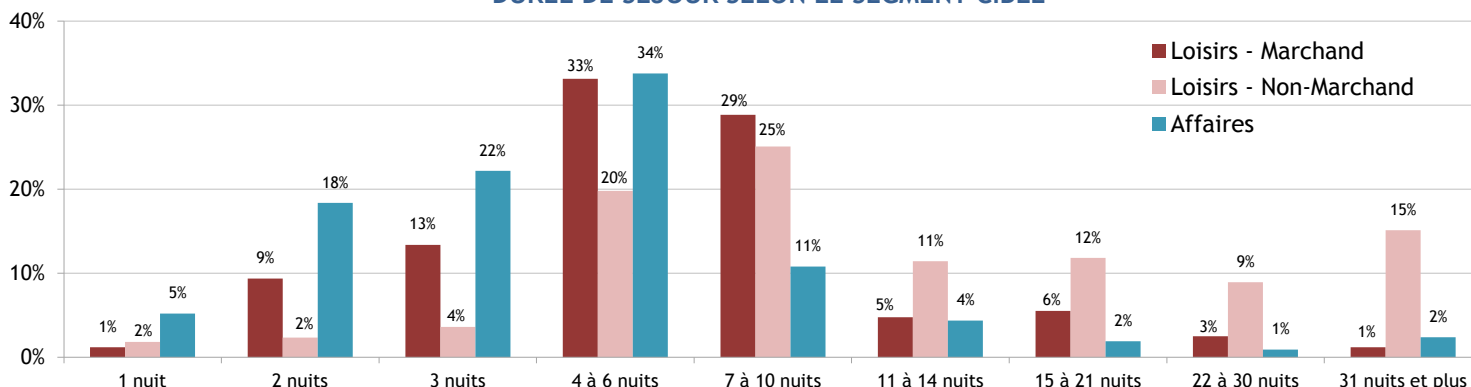
Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est l'hôtel, avec 45%, devant les parents et amis (33%) et la résidence secondaire (15%). La location ne concerne que 7% des séjours, dont la moitié en résidences de tourisme.



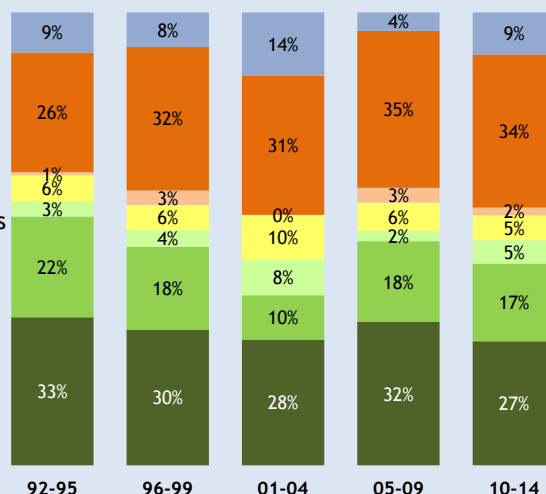
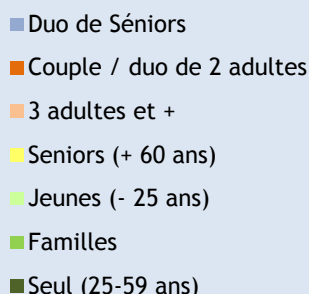
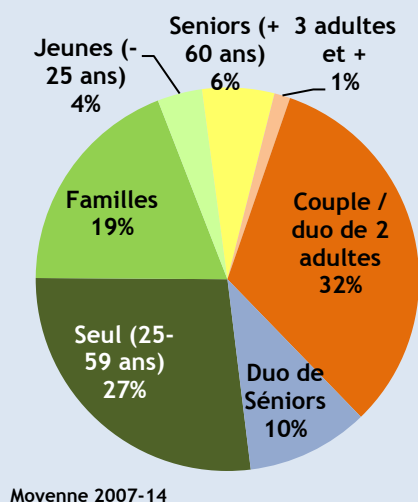
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



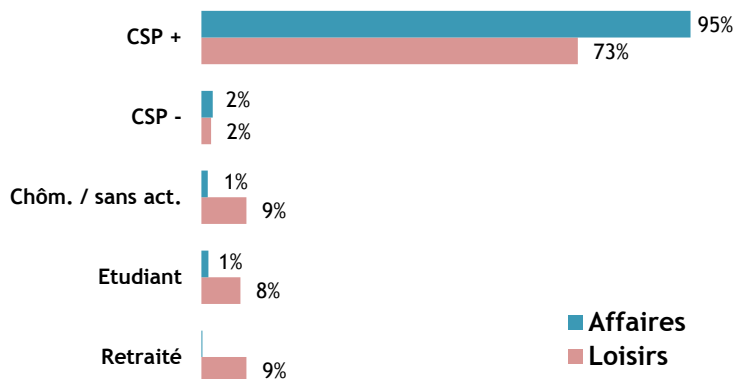
TYPLOGIE LOISIRS AVION



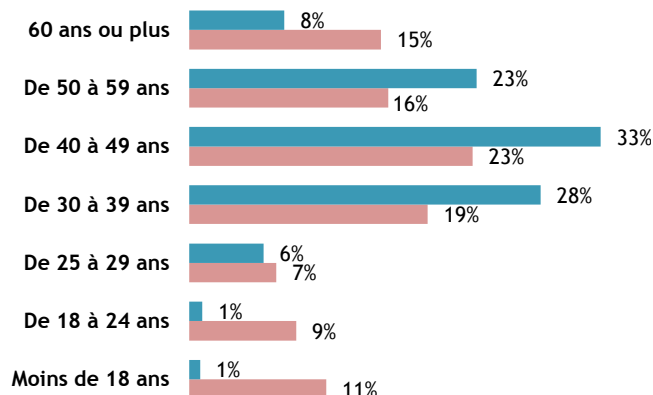
Les Moyen Orientaux à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 32% des cas. Les voyageurs seuls sont assez nombreux (27%), mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place. Les Familles représentent 19% des visiteurs avion (incluant 1,8 enfant en moyenne), et les Seniors sont 6%. Le segment Jeunes se limite à 4%, et seuls 1% des visiteurs voyagent à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés).

Sur deux décennies, la structure apparaît assez stable. On note une évolution en faveur des "couples-2 pax", au détriment des voyageurs seuls.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



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



SEGMENT LOISIRS

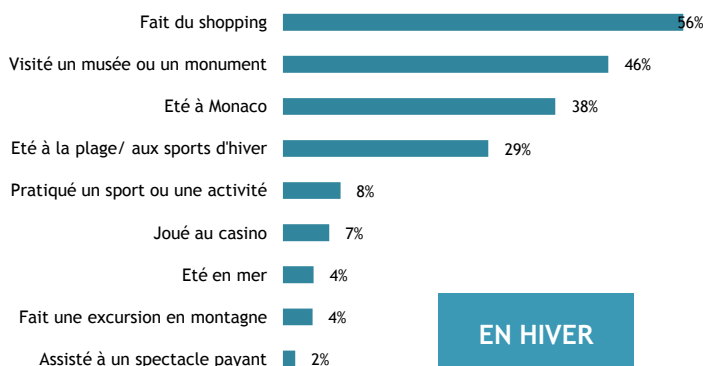
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la plage (54%), à égalité avec le shopping, puis la visite de Monaco (46%). En hiver, c'est le shopping qui vient en tête avec 56%, devant la visite de musée (46%) et la visite à Monaco (38%). Sur l'année entière 13% pratiquent un sport ou une activité et 9% font une excursion en mer sur un bateau, des taux plus élevés que la moyenne.

ACTIVITES DECLAREES



EN ETE

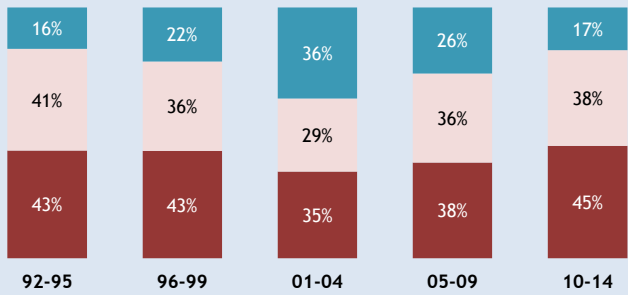
ACTIVITES DECLAREES



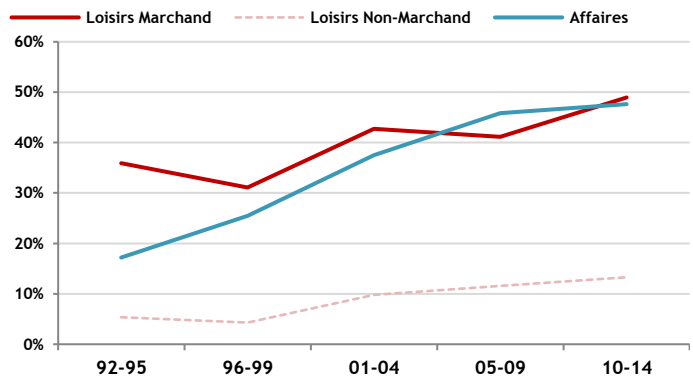
EN HIVER

SEGMENTATION CIBLES

Loisirs Marchand Loisirs Non-Marchand Affaires



TAUX DE PRIMO-VISITEURS



Tendances Visiteurs avion Loisirs

SEGMENTATION CIBLES

Légère baisse puis rebond de la part du Loisirs Marchand comme du non Marchand, hausse puis rechute de l'Affaires

TAUX DE PRIMO VISITEURS

En progression, surtout pour l'Affaires

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

En baisse. La part des courts séjours a fortement augmenté au détriment des 7-10 nuits. Forte fluctuation de la part des durées supérieures

ZONES DE SEJOUR

Erosion de la part de Nice, qui se maintient en tête. Cannes chute sur les dernières années, Antibes depuis plus longtemps, mais progression de Monaco et du Littoral Métropole

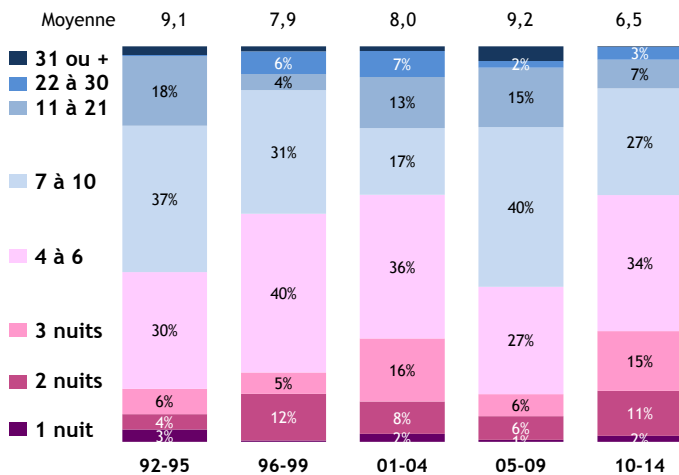
MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel chute depuis peu. Les séjours chez parents et amis progressent sensiblement, au détriment de la résidence secondaire. La location a chuté puis rebondi

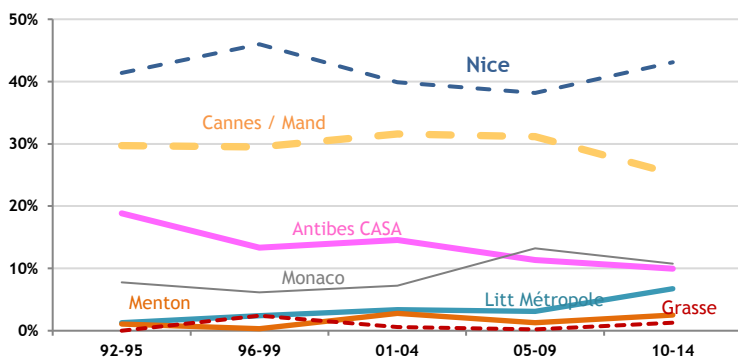
AGE/CSP

Age moyen stable. Baisse des 40-49 ans au profit des moins de 40 ans. Hausse des 60 ans et +. Baisse des CSP+ au profit des étudiants et autres non retraités

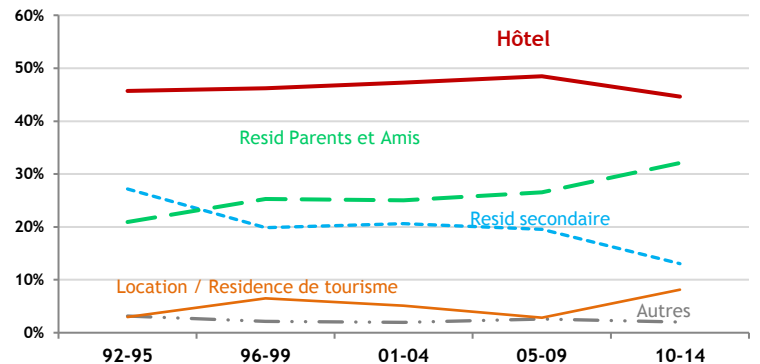
DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



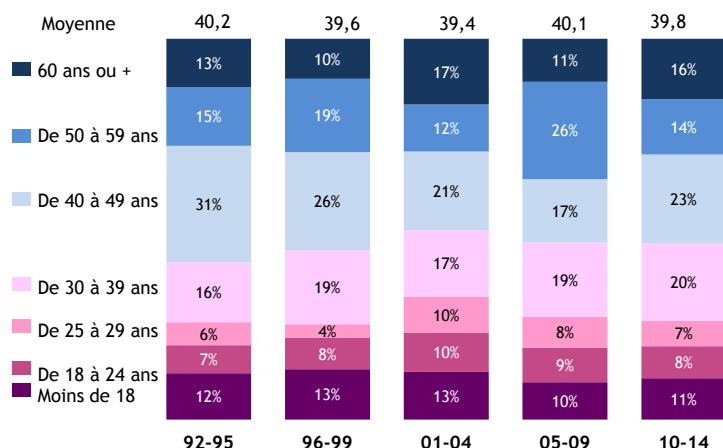
ZONES DE SEJOUR - Loisirs



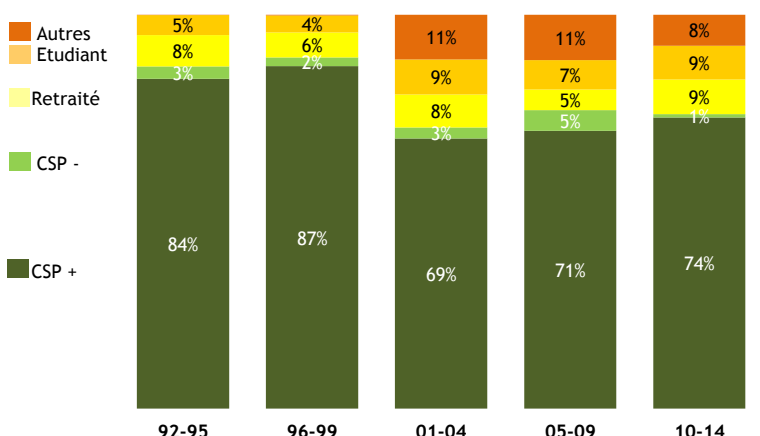
MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



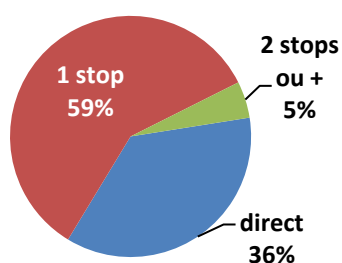
CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)



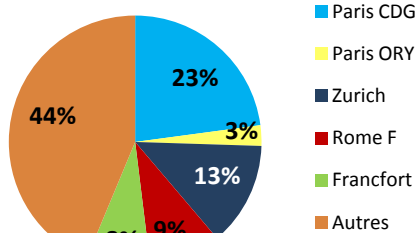
Les séjours avion réservés via les GDS

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.

Stops pour arriver à Nice Côte d'Azur



Hubs de correspondance

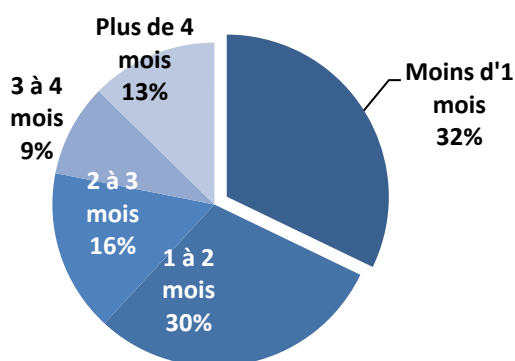


Les séjours FRANCE sont à destination de 1/Paris 2/Nice 3/Lyon 4/Marseille

Les voyages à destination de Nice-Côte d'Azur sont effectués en direct dans 36% des cas, ou bien via un autre aéroport, Paris en tête (26% pour les 2 aéroports), suivi de Zurich (13%), Rome et Francfort

SEJOURS	2010	2011	2012	2013	% Moy 12-13	Tendance
Nice	22 682	24 779	28 468	29 249		→
France	342 181	354 138	368 432	396 310		→
Part de marché Nice (%)	6,6	7,0	7,7	7,4		
Durée des séjours Nice Côte d'Azur						
courts (1-3 nuits)	4 256	4 972	4 882	5290	17,6	→
moyens (4-8 nuits)	9 676	9 865	12 482	12561	43,4	→
longs (9-21 nuits)	5 698	6 641	7 900	8025	27,6	→
très longs (+22 nuits)	3 052	3 301	3 204	3373	11,4	→
Part des groupes 6 pax et +	3,1	5,7	4,1	3,7	3,9	

Nombre de jours entre dates de réservation et d'arrivée



Les séjours Nice-Côte d'Azur sont réservés le plus souvent moins de 2 mois avant la date d'arrivée. Un tiers réservent même dans le mois qui précède. Un quart sont réservés entre 2 et 4 mois avant. Seuls 13% réservent plus de 4 mois à l'avance.

Les pics de réservation sont en semaines 16 à 21, surtout 18 (pointe annuelle).

Les pics d'arrivée sont en semaines 14, 26, 32, 42.

Saisonnalité hebdomadaire des réservations et des arrivées à Nice

