

Le Marché Moyen Oriental

Ce "marché" regroupe plusieurs ensembles de pays bien distincts. Les deux principaux bassins émetteurs de touristes sont d'une part les Emirats Arabes Unis / Arabie Saoudite et d'autre part Israël.

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.

La France est une destination privilégiée. Elle accueille annuellement plus de 1 million de séjours, dont 270 000 d'Israël, 170 000 des Emirats, 165 000 du Liban, 120 000 d'Arabie, 65 000 d'Egypte, 50 000 de Jordanie et 45 000 d'Iran.

La Côte d'Azur

Le marché moyen oriental est vital pour le segment du luxe sur la Côte d'Azur. En volume de séjours, il se place au 12^{ème} rang (15^{ème} en 2005), mais pèse bien plus lourd en consommation. Sa contribution à la fréquentation étrangère dépasse 3%.

La Côte d'Azur est une destination traditionnelle des Moyens Orientaux, et elle accueille environ 10% des nuitées hôtels en France. **La part de marché est élevée et stable.**

Principaux pays d'origine : Emirats 38%, Israël 25%, Liban 15%, Arabie 13%, Egypte 4%, Iran 3%, Syrie-Irak 3%

Chiffres clés

- 170 000 séjours de 7 nuits en moyenne, dont :
- 100 000 séjours en hôtels et résidences
- 60 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 700 résidences secondaires (x2 en 10 ans)

Dépense : 145€/jour, 1332€/séjour

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 65%, juillet-août = 44%, hiver = 16%. Pointe en août (26%)

Visiteurs avion : 21% repartent sur des vols vers Dubaï, Paris, 17% vers Tel Aviv, 15% vers Paris, 8% vers Istanbul, 7% vers Londres, 6% vers Beyrouth, 4% vers Francfort, 4% vers Doha, 3% vers Rome

Ce "marché" inclut Israël, l'Iran et les pays arabes dont l'Egypte, soit une population de 325 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

88 milliards €, au 3^{ème} rang mondial en 2014 (en regroupant les marchés concernés) Tendances annuelles moyennes 2005-2019 : +8,9%

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 avril (2022-23)

C'est un marché...

- tout à fait atypique quant à la richesse et à la dépense
- majoritairement de loisirs
- de longs séjours (au 3^{ème} 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 40 ans)
- à forte motivation shopping (sur la Côte d'Azur : 54%), avec panier moyen très supérieur à la moyenne



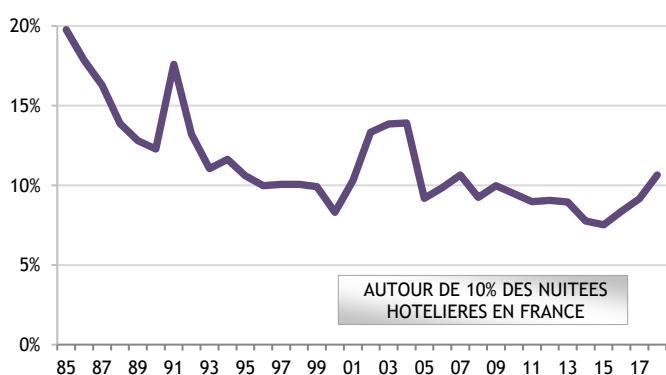
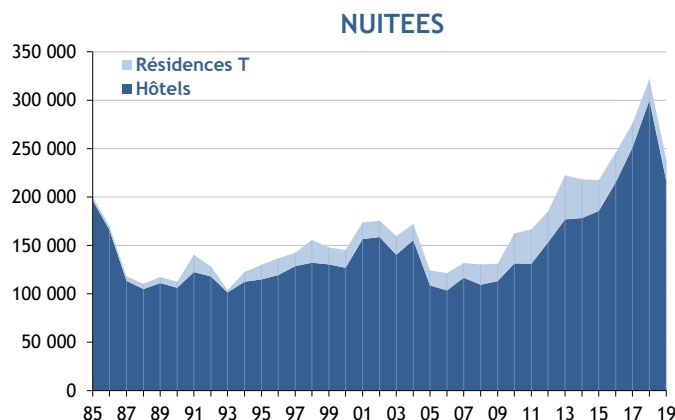
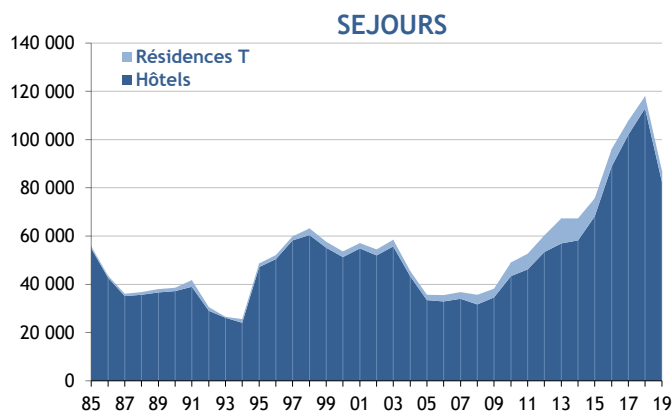
😊 Points forts

- le principal marché de l'hyper luxe (Arabie, Emirats, Iran)
- de forts intérêts financiers dans l'hôtellerie luxe française
- clientèle jeune (âge moyen en Loisirs Marchand : 37 ans)
- progression des séjours toute l'année (x3 en Janvier et Octobre)
- forte dépense par personne : dép moy. : 145€/jour, au 1^{er} rang des marchés (donnée d'enquête avec dépenses sous-estimées), notamment en shopping
- 8 nuitées hôtels sur 10 en 4-5*

☹️ Points faibles

- une demande haut de gamme, volatile, difficile à stimuler et canaliser
- pouvoir d'achat lié au cours du pétrole
- un réseau aérien direct affaibli par la suspension du Doha (Qatar)-Nice et du Koweït-Nice
- demande hivernale encore limitée
- fréquentation concentrée sur les grandes stations littorales

Les séjours provenant des pays du Proche et Moyen Orient, en hôtels et résidences, ont connu plusieurs fortes poussées, la dernière entre 2008 et 2018, cette dernière année marquant une pointe absolue. La demande est surtout hôtelière, mais la fréquentation des résidences s'était accrue entre 2009 et 2015 avant de refluer. 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 autour de 10% sur la Côte d'Azur, une part élevée. Cette part a fortement chuté entre 1985 et 2000, mais elle tend à rebondir depuis, notamment entre 2015 et 2018, où elle atteint 10,6%.

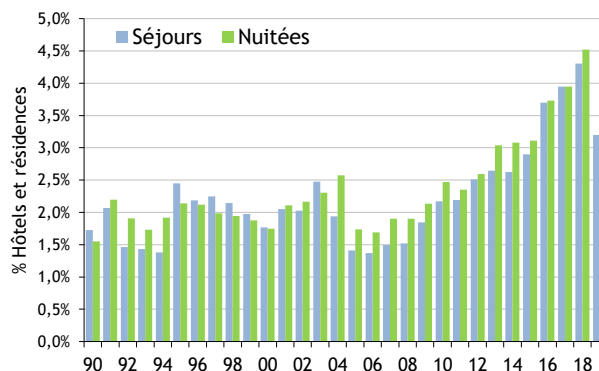
Les fortes pointes se produisent les années de crise, notamment 91 (guerre du Golfe) et période post 2001. La Côte d'Azur reste une destination favorite et sécurisante pour les Moyen-Orientaux.

La part des Moyen-Orientaux dans la fréquentation hôtelière (contribution) avait baissé entre les années 80 et 2006, atteignant un point bas cette année-là à 1,7%. Mais dès 2013, la contribution dépassait pour la 1^{ère} fois depuis 1986 les 3% des nuitées étrangères. Le seuil des 4% a été dépassé en 2016 et 2018 marque une pointe absolue à 4,5%.

Ce niveau de contribution en nuitées est déjà très significatif, et il apparaît encore plus déterminant quand on prend en compte l'importance de l'apport économique de ce marché.

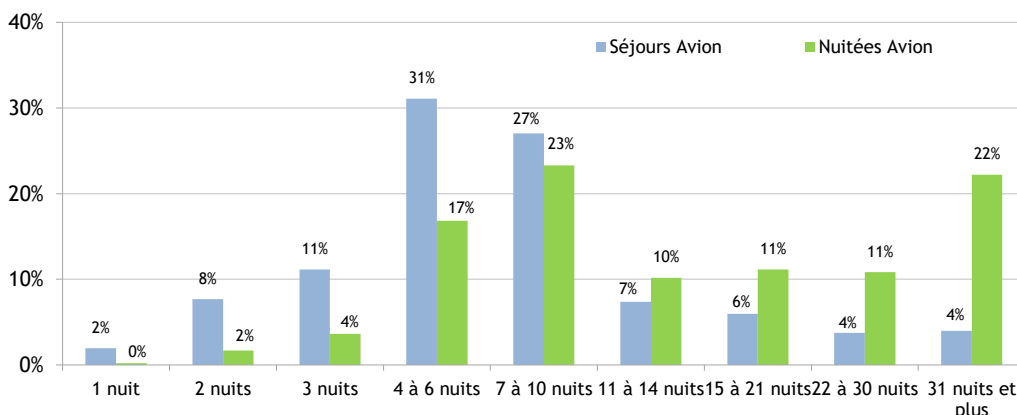
La part des nuitées est nettement plus élevée que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour supérieure. L'écart est beaucoup plus important certaines années, dont 2004, 2013-14 et 2018-19.

CONTRIBUTION DES MOYEN ORIENTAUX A LA FREQUENTATION ETRANGERE

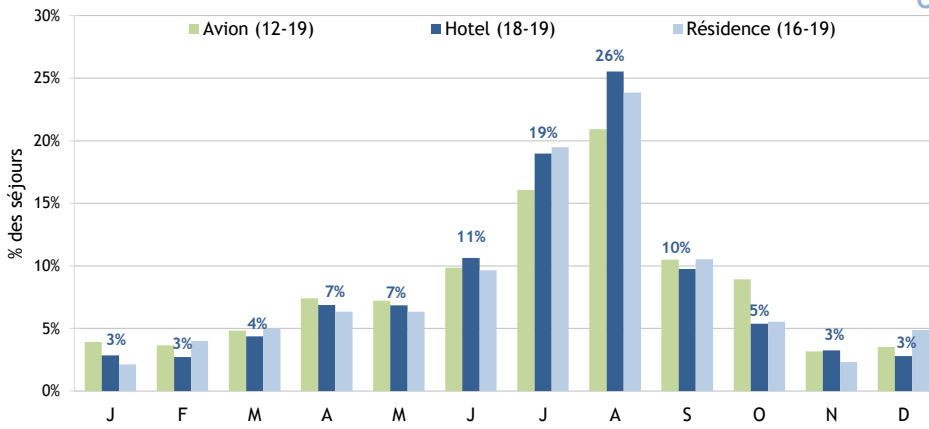


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Moyen Orientaux est élevée sur la Côte d'Azur. Les séjours par avion durent 9,5 nuits en moyenne (9,8 pour le Loisirs et 5,5 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchand durent même 13,5 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) sont minoritaires, soit seulement 21% du total des séjours avion. Dans l'hôtellerie, les séjours durent 2,3 nuits en moyenne, mais 8,2 nuits dans les résidences. Pour les séjours avion, le principal segment est le 4-6 nuits, soit 31% des séjours. Les séjours de plus de 3 semaines sont rares mais pèsent pour un tiers des nuitées totales.



	Durée	Nuits
Avion 12-19	Hôtels	2,3
	Résidences	8,2
	Hôtels+Rés.	0,0
	Moyenne	9,5
	Loisirs	9,8
Dont Hébergement marchand		7,1
	Dont Hébergement non-marchand	13,5
Affaires		5,5
	Dont MICE	5,0
	Dont Autres affaires	5,9



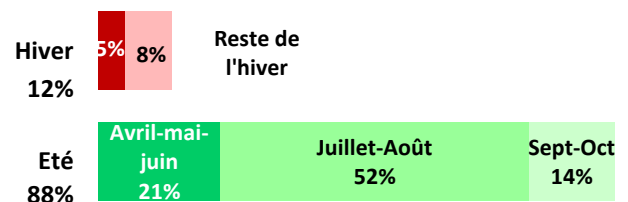
Hotels + Résidences		
18-19	SEJOURS	NUITEES
J	2,8%	1,9%
F	2,7%	1,9%
M	4,4%	3,4%
A	6,9%	6,0%
M	6,7%	5,2%
J	10,6%	9,4%
J	18,9%	19,8%
A	25,5%	32,6%
S	9,8%	9,6%
O	5,4%	4,8%
N	3,2%	2,6%
D	3,0%	2,6%

NUITEES 2018/19 - HOTELS ET RESIDENCES

Les séjours des Moyen Orientaux sont concentrés sur l'été, avec une assez forte pointe en Août, qui concentre plus du quart des séjours hébergements. Tous les mois d'hiver sont faibles. Il faut souligner que la saisonnalité est directement liée aux dates du Ramadan. Ce marché figure au 1er rang pour le taux de séjours en Août, au second rang pour Juillet.

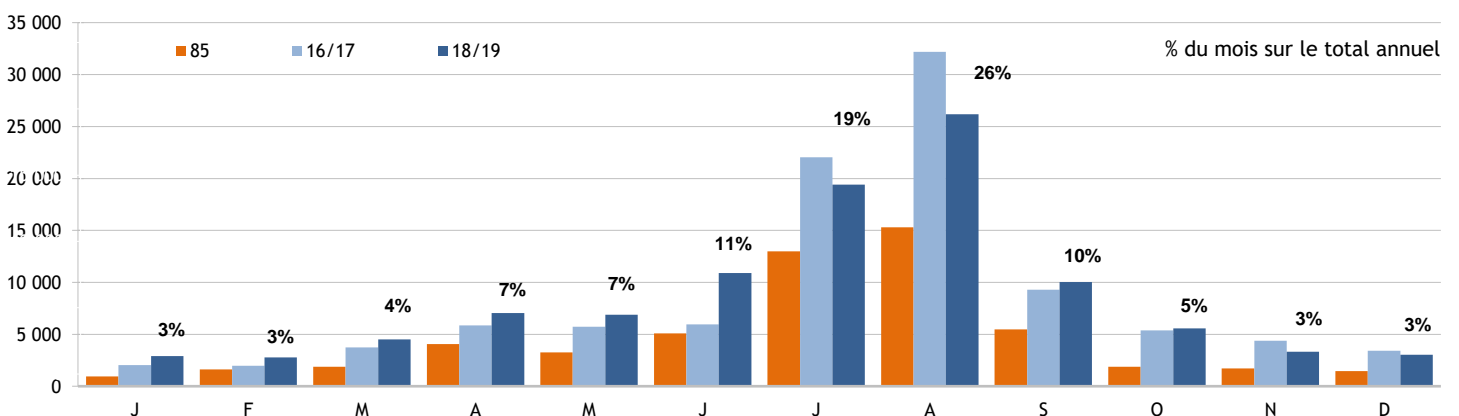
Attention : les taux indiqués portent sur les séjours hôtels ; les séjours en hôtels-résidences sont affectés au mois d'arrivée, tandis que les séjours par avion sont affectés au mois de départ, l'enquête étant réalisée à l'embarquement.

Les nuitées hébergements sont très concentrées sur l'été, tout particulièrement Juillet-Août qui en génèrent 52%. La période d'Avril à Juin en génère un 5ème, et l'hiver seulement 12%. La période de Juin à Septembre représente 71% 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 tous les mois, surtout en Janvier et Octobre (séjours x3), en Mars (+142%), Mai-Juin et Décembre (+110%), pouvant parfois être attribuées aux dates du Ramadan. Juillet est le mois qui a le moins progressé. Concernant la part de chaque mois, on note entre 85 et 2018/19 une croissance de la part des séjours réalisés en Janvier, Mars, Mai, Juin, et Octobre.

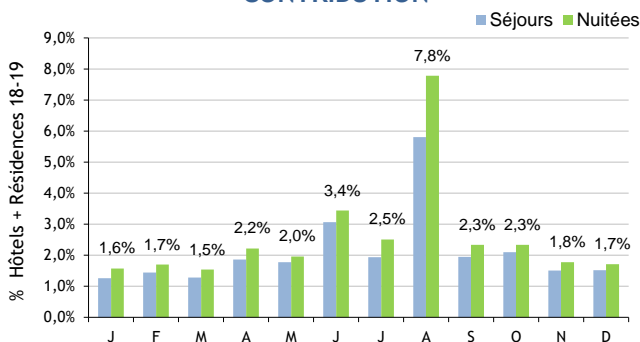
EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



POTENTIEL MENSUEL

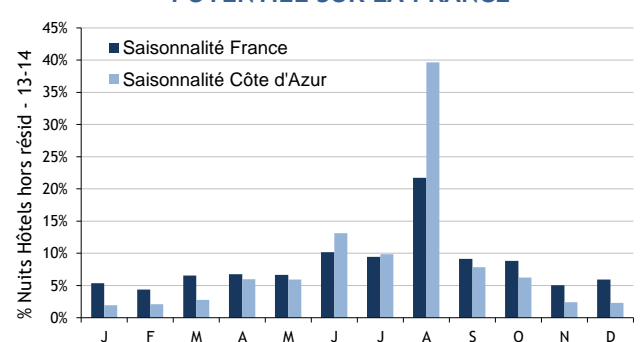
La part des Moyen Orientaux sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 1,6% en Février à 7,4% en Août. C'est une cible essentielle pour les mois d'été. Le reste de l'année, sa contribution à la fréquentation est inférieure à 2%, un peu plus en Avril et Octobre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

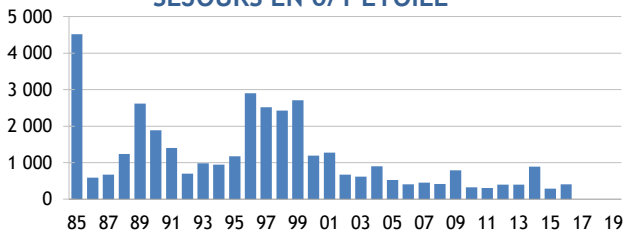


PDM 06/F	
J	3,0%
F	3,9%
M	3,5%
A	7,3%
M	7,4%
J	10,7%
J	8,6%
A	15,2%
S	7,1%
O	5,9%
N	3,9%
D	3,2%

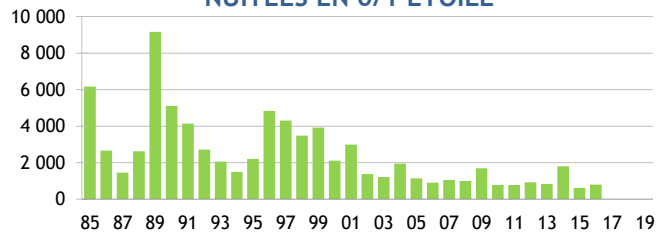
POTENTIEL SUR LA FRANCE



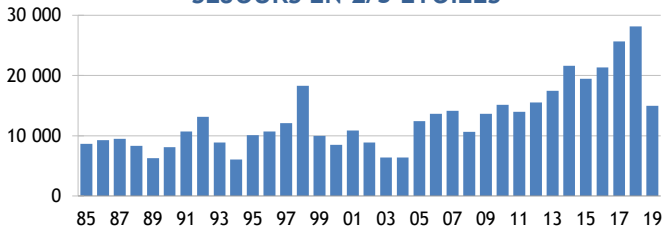
SEJOURS EN 0/1 ETOILE



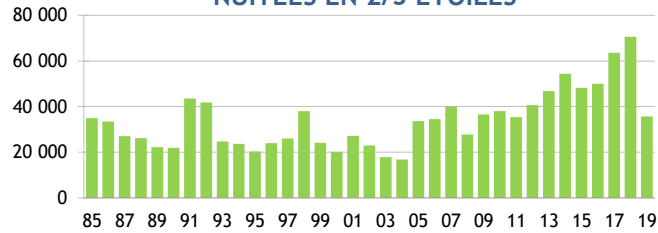
NUITEES EN 0/1 ETOILE



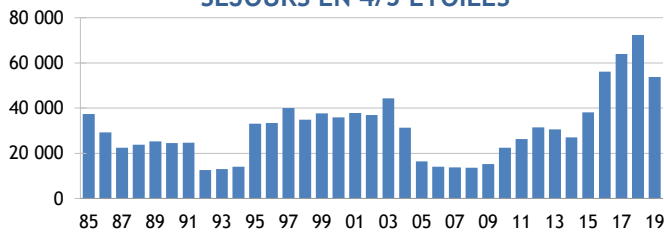
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



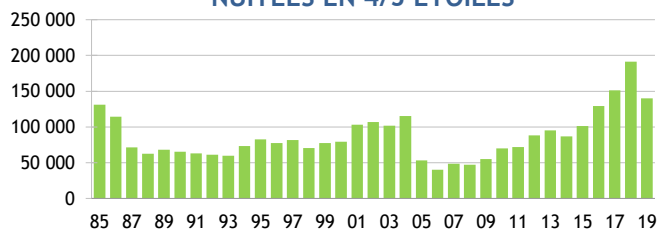
NUITEES EN 2/3 ETOILES



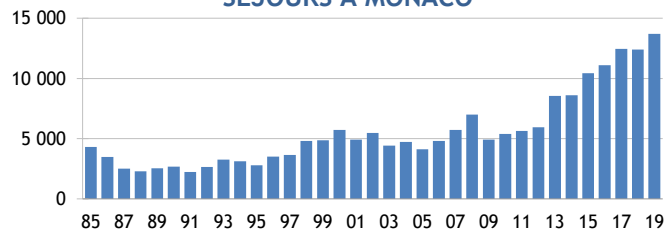
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



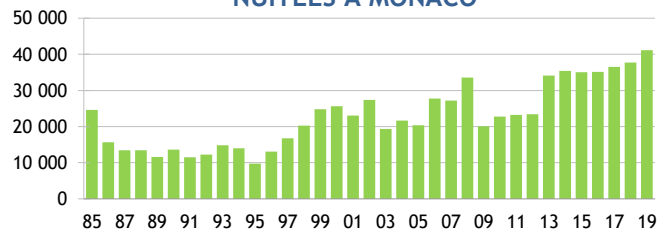
NUITEES EN 4/5 ETOILES



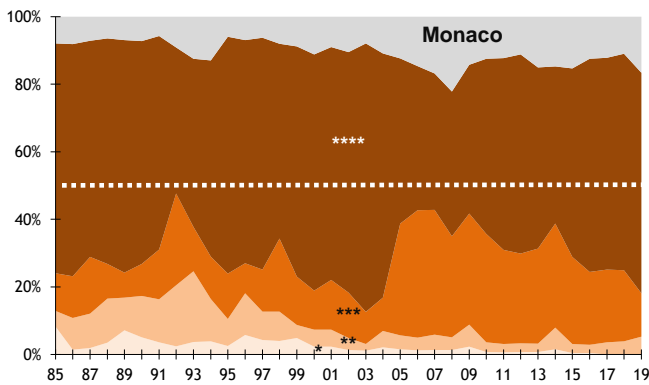
SEJOURS A MONACO



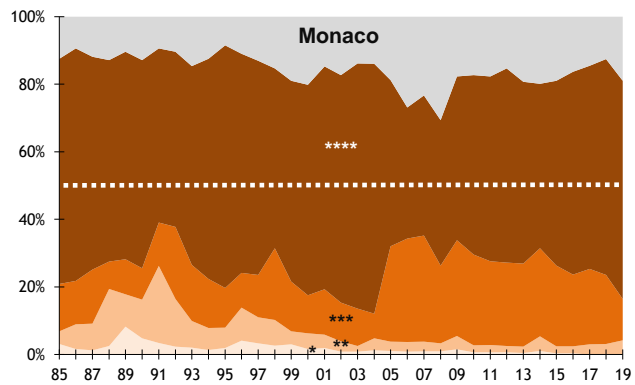
NUITEES A MONACO



REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



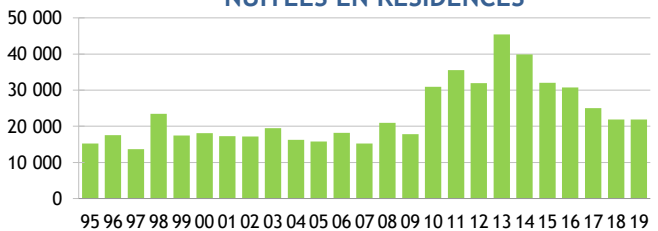
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



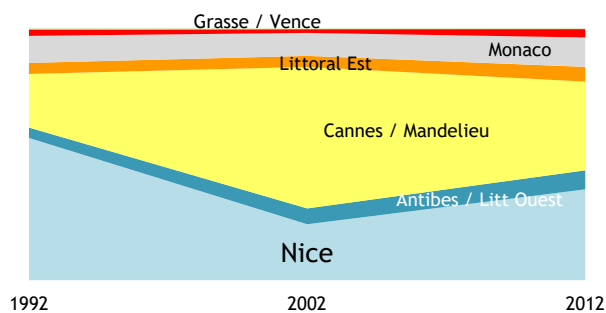
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



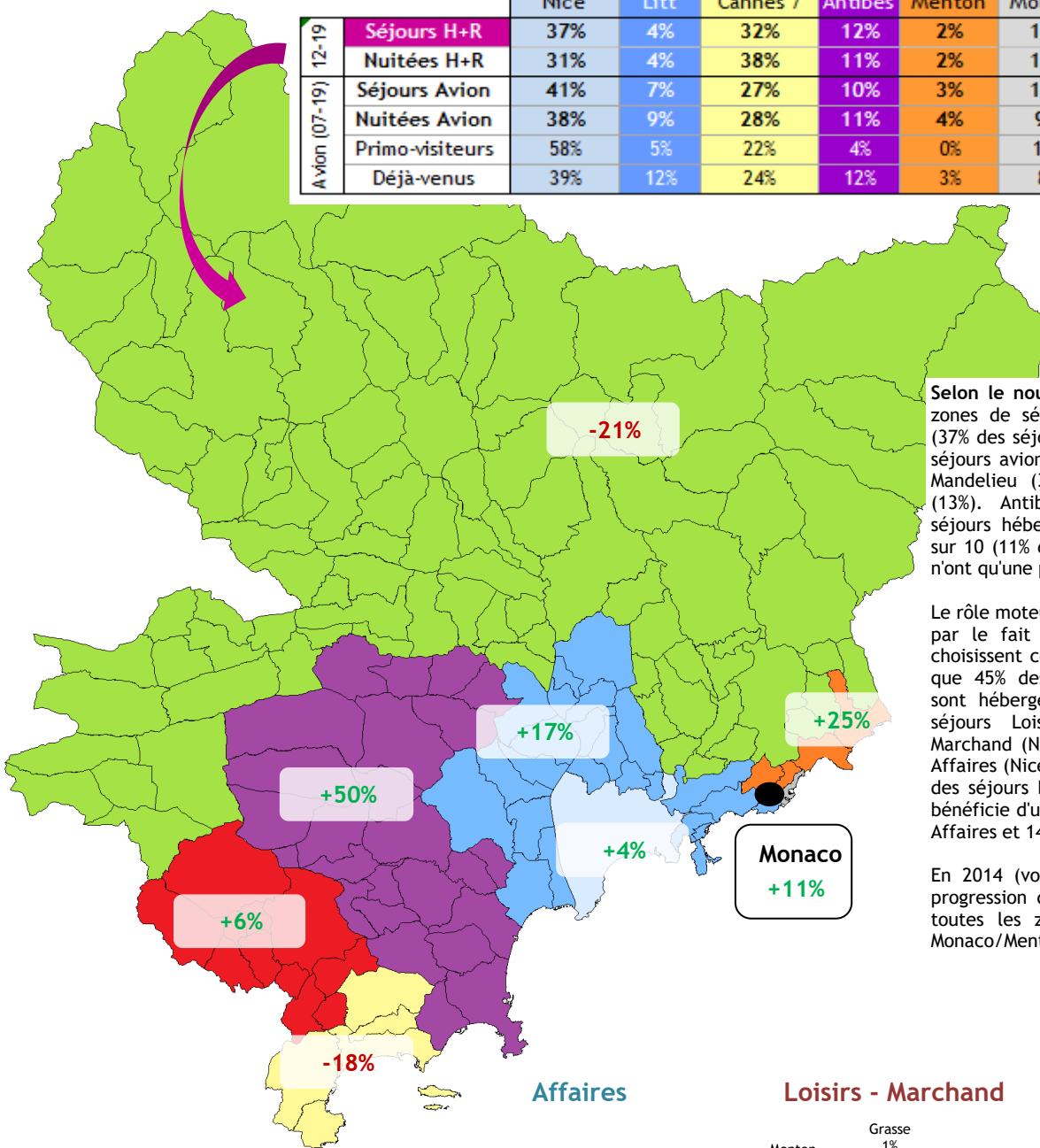
TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



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.

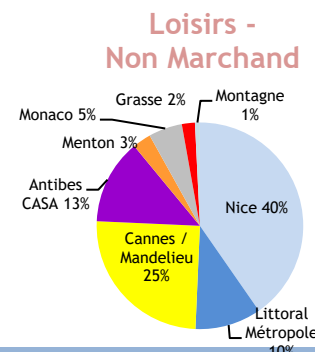
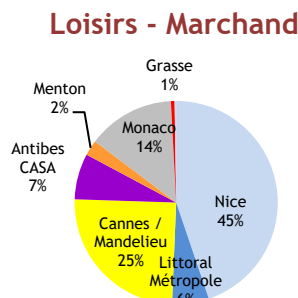
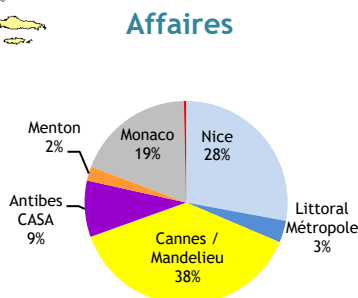
	Nice	Litt	Cannes /	Antibes	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
12-19	Séjours H+R	37%	32%	12%	2%	13%	0%	0%
	Nuitées H+R	31%	38%	11%	2%	14%	0%	0%
A avion (07-19)	Séjours Avion	41%	27%	10%	3%	11%	1%	0%
	Nuitées Avion	38%	28%	11%	4%	9%	1%	0%
	Primo-visiteurs	58%	5%	22%	4%	0%	11%	0%
	Déjà-venus	39%	12%	24%	12%	3%	8%	1%

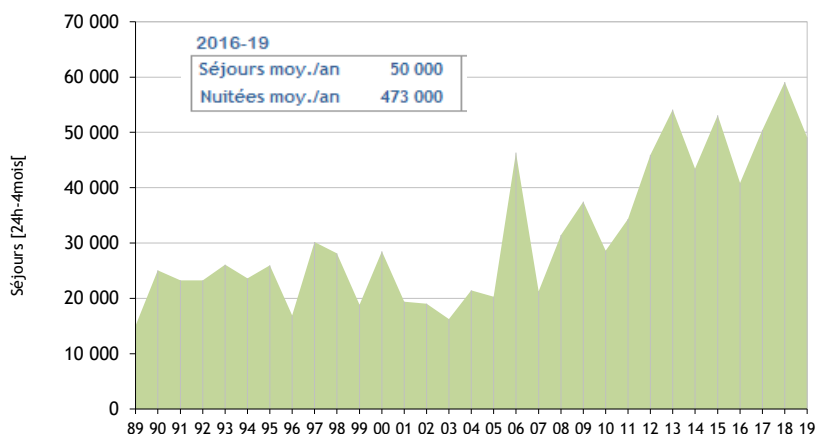


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2012-19 sont : Nice (37% des séjours hébergements et 41% des séjours avion), suivie de près par Cannes-Mandelieu (32% et 27%) et par Monaco (13%). Antibes-CASA accueille 12% des séjours hébergements et un séjour avion sur 10 (11% des nuitées). Les autres zones n'ont qu'une part très limitée.

Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 58% des primo-visiteurs choisissent cette zone (et 22% Cannes), et que 45% des séjours Loisirs Marchand y sont hébergés. Cannes héberge 25% des séjours Loisirs Marchand comme non Marchand (Nice : 40%) et 38% des séjours Affaires (Nice : 28%). Antibes accueille 13% des séjours Loisirs non Marchand. Monaco bénéficie d'une part de 19% sur le segment Affaires et 14% 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.





Près de 40% 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. Le seuil des 60 000 séjours avion est presque atteint en 2018.

Ces séjours se répartissent ainsi selon l'origine (2017-19) : Emirats 38%, Israël 25%, Liban 15%, Arabie 13%, Egypte 4%, Iran 3%, Syrie-Irak 3%.

Les séjours par avion sont longs : ils durent en moyenne 9,5 nuits, durée tirée vers le haut par le segment Loisirs non Marchand (13,5 nuits). Le principal segment est le 4-6 nuits pour l'Affaires (36%) comme pour le Loisirs Marchand. Pour le non Marchand, il s'agit du 7-10 nuits (30%). Un quart de ces séjours non Marchand durant plus de deux semaines.

Le taux de satisfaction est très bon avec 86% de "très satisfaits", mais on compte aussi 6% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs s'élève à 36%.

La dépense moyenne est élevée à 145€ par jour/pers. et surtout 1 332€ 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 31%.

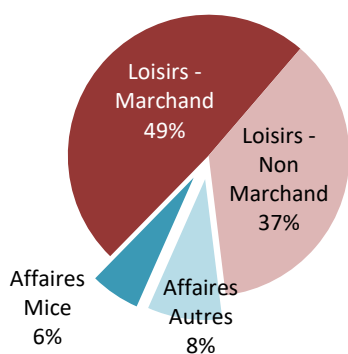
La clientèle est âgée de 40 ans en moyenne, mais 37 ans en Loisirs Marchand, donc assez jeune. Le principal segment âge en Loisirs est le 30-39 ans (26%).

2012-19	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	9,5	7,1	13,5	5,5
Age moyen	40	37	41	43
Nb Personnes	1,7	2,0	1,7	1,3
Taux 1 ^{er} visite	36%	54%	15%	46%
Dépense/séjour	1 332 €	1 336 €	1 403 €	1 126 €
Dépense/jour	145 €	200 €	104 €	200 €
> 200€ / jour	31%	39%	19%	37%
De 30 à 200€ / jour	56%	56%	56%	56%
<30€ / jour	13%	5%	25%	7%
Satisfaction				
Très satisfaits	86%	90%	85%	74%
Satisfaits	9%	5%	10%	18%
Non entières. Satisf.	6%	5%	5%	7%

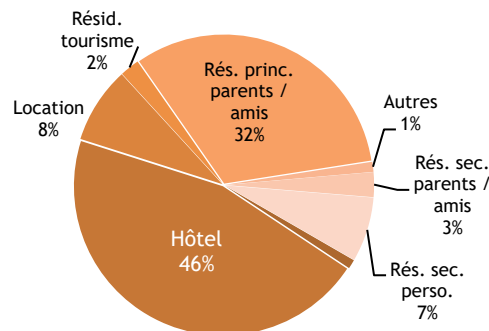
SEGMENTATION CIBLES

Le segment Loisirs Marchand regroupe 49% des séjours avion et c'est le segment majoritaire, devant le Loisirs non Marchand qui représente 37%. Le segment Affaires regroupe 14% des séjours avion, dont 6% pour le MICE.

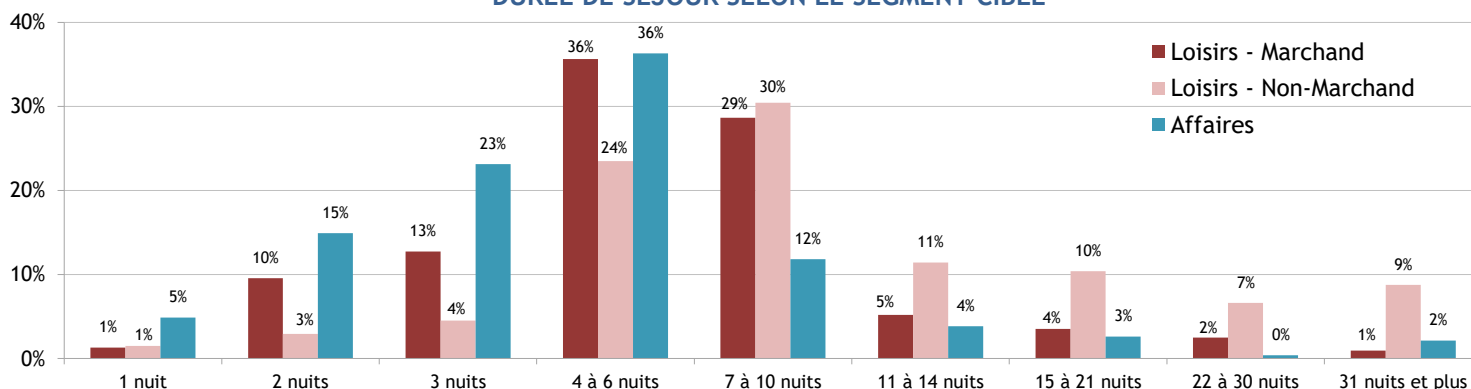
Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est l'hôtel, soit 46%, devant les parents et amis (32%) et la résidence secondaire (10%). La location concerne aussi 10% des séjours, dont 2% seulement en résidences de tourisme.



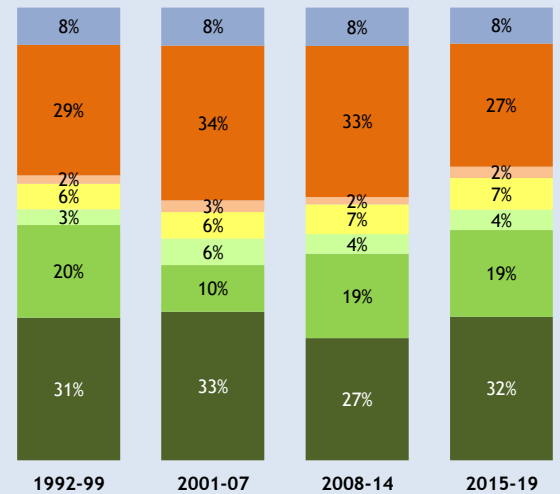
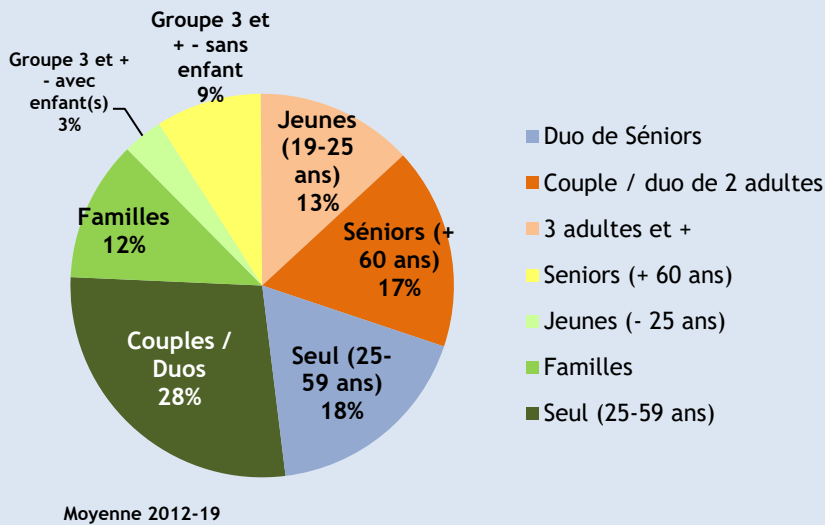
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



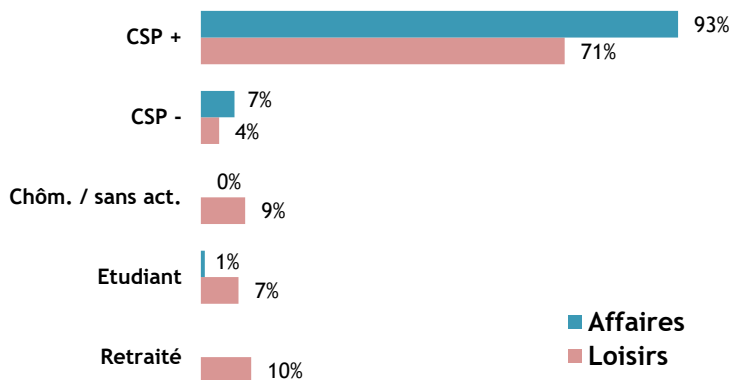
TYPOLOGIE LOISIRS AVION



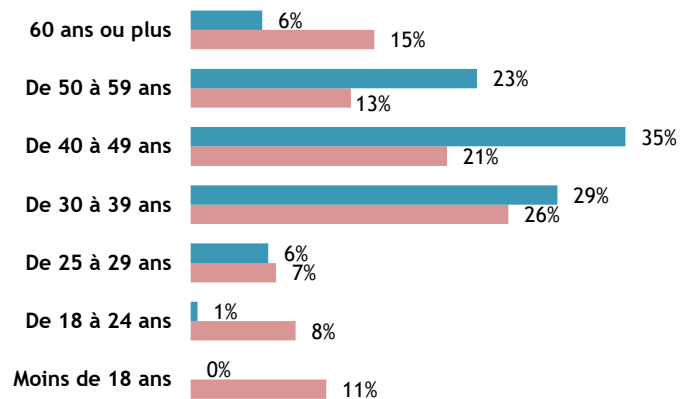
Les Moyen Orientaux à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 28% des cas. Les voyageurs seuls sont assez nombreux (18%), mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place. Les Seniors représentent 17%, et les Familles 15% (incluant 1,7 enfant en moyenne). Le segment Jeunes atteint 13%, et 9% des visiteurs voyagent à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés).

Sur près de trois décennies, la structure apparaît assez stable. On note une petite évolution en faveur des Seniors au détriment des Couples-duos.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



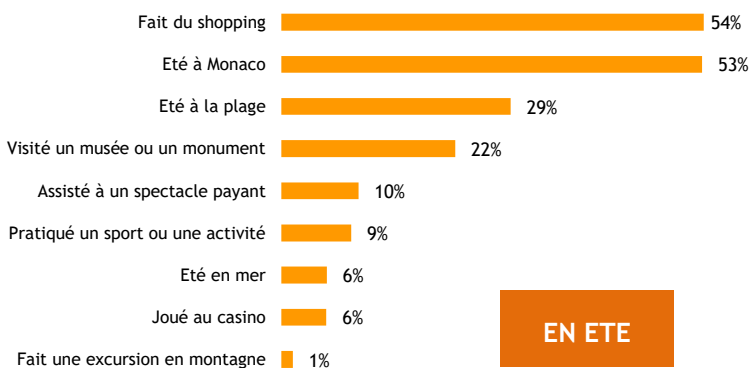
SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



SEGMENT LOISIRS

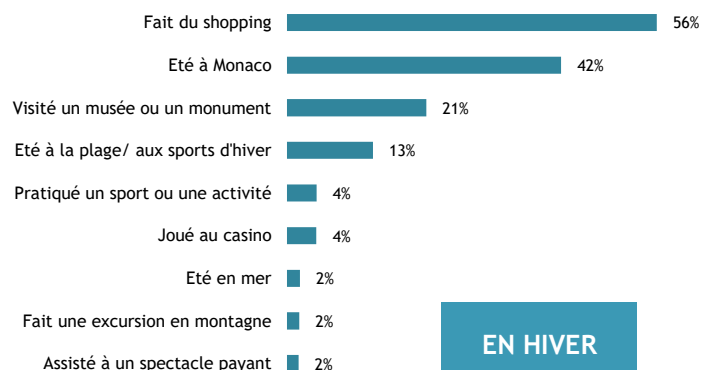
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout le shopping (54%), à quasi égalité avec la visite de Monaco (53%), devant la plage, loin derrière (29%). En hiver, le shopping vient en tête avec 56%, devant la visite de Monaco (42%) et la visite de musée-monument (21%). Sur l'année entière 8% pratiquent un sport ou une activité et autant assistent à un spectacle payant.

ACTIVITES DECLAREES



EN ETE

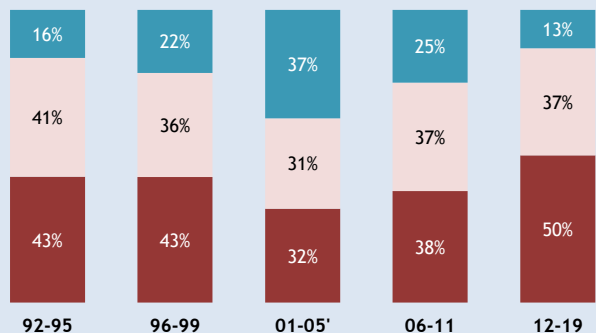
ACTIVITES DECLAREES



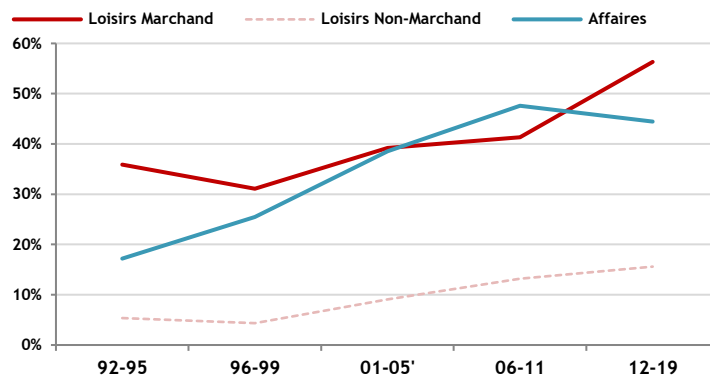
EN HIVER

SEGMENTATION CIBLES

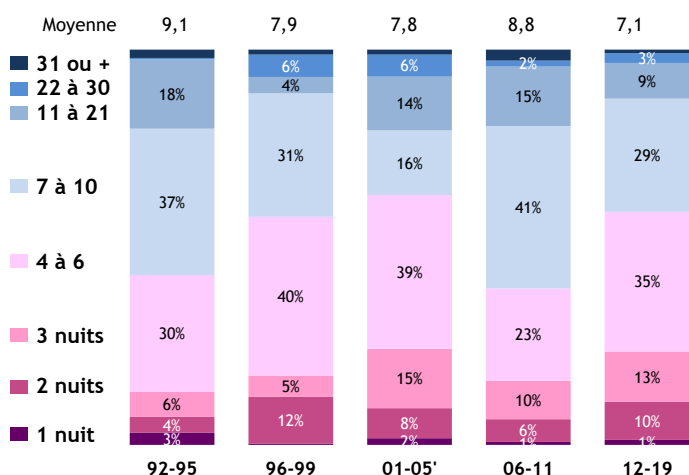
Loisirs Marchand Loisirs Non-Marchand Affaires



TAUX DE PRIMO-VISITEURS



DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



Tendances Visiteurs avion Loisirs

SEGMENTATION CIBLES

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

TAUX DE PRIMO VISITEURS

En forte progression pour les trois segments

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

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

ZONES DE SEJOUR

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

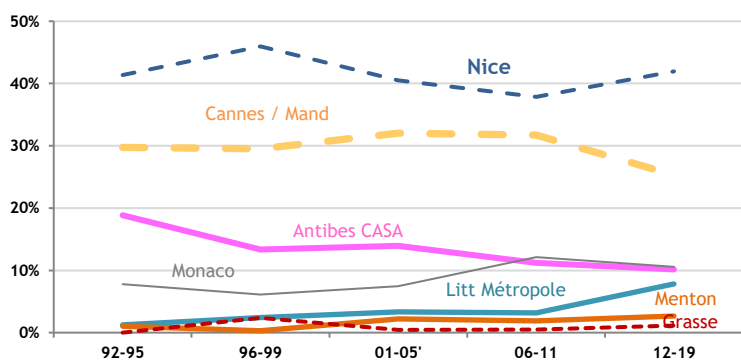
MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel se maintient bien. Les séjours chez parents et amis progressent sensiblement, au détriment de la résidence secondaire. La location a repris sa progression

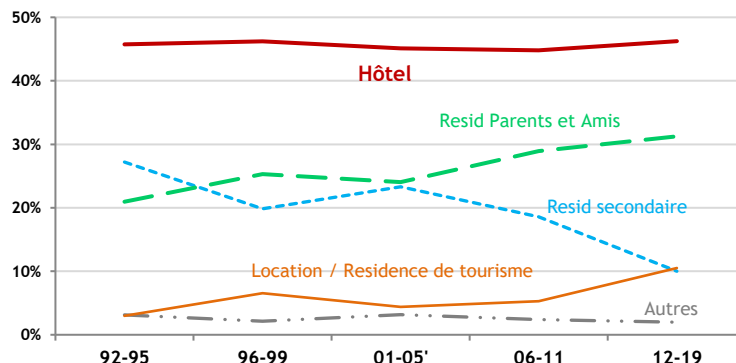
AGE/CSP

Age moyen stable en baisse récente. Rechute des 50+ au profit des 30-39 ans. Baisse puis stabilité des CSP+ au profit des étudiants et inactifs

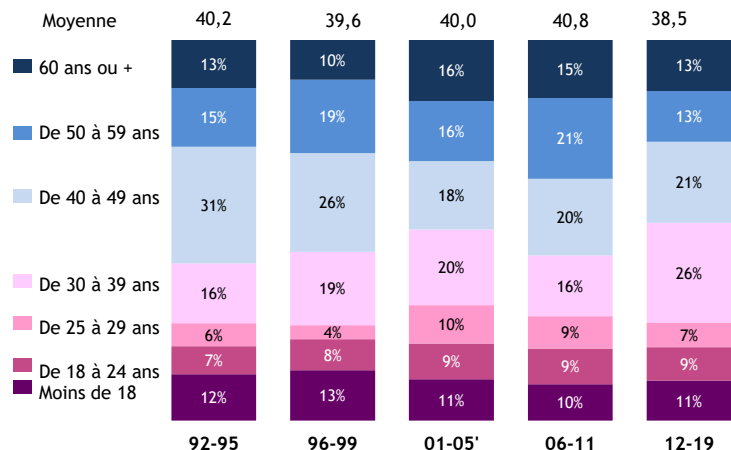
ZONES DE SEJOUR - Loisirs



MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)

