

## Le Marché Latino Américain

Ce grand marché, qui se subdivise en 3 autres marchés (Amérique du Centre, Brésil, Autres Amériques du Sud) n'est conservé en analyse que du fait que certaines enquêtes ne distinguent pas ces sous-marchés, notamment pour la fréquentation hôtelière.

Sur l'ensemble des pays concernés, il existe une classe aisée de voyageurs, mais ces marchés présentent la particularité d'une demande touristique instable liée aux fluctuations de l'économie et du cours des changes.

## La Côte d'Azur

Le marché latino-américain figure au 13<sup>ème</sup> rang, alors qu'il occupait le 18<sup>ème</sup> rang en 2006. Sa contribution à la fréquentation étrangère se limite à un peu plus de 2%. La Côte d'Azur accueille plus de 5% des nuitées hôtels en France. **La part de marché est faible et en baisse (reprise sur les dernières années).**

**Principales régions d'origine :** près de la moitié proviennent du Brésil, près de 30% d'Argentine-Chili, 16% du reste de l'Amérique du Sud et 12% d'Amérique centrale-Caraïbes.

### Chiffres clés

- 100 000 séjours de 5,7 nuits en moyenne, dont :
- 67 000 séjours en hôtels et résidences
- 36 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 130 résidences secondaires

Dépense : 97€/jour, 920€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : 53% réservent leur vol entre un et deux mois avant le séjour, 16% moins d'un mois avant

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 53%, juillet-août = 27%, hiver = 16%. Pointe en juillet (17%)

Visiteurs avion : 45% repartent sur des vols vers Paris, 11% vers Madrid, 8% vers Barcelone, 6% vers Rome 6% vers Londres, 4% vers Lisbonne, 3% vers Francfort

**Ce marché inclut tous les pays d'Amérique du Centre et du Sud, soit une population de 612 millions d'habitants (âge moyen : environ 27 ans).**

#### PIB

voir fiches détaillées

#### Dépenses à l'étranger

voir fiches détaillées

#### Nombre de jours de congés payés

voir fiches détaillées

**Visa nécessaire pour la France : NON** si -3 mois (pour la plupart des pays)

**Particularités du calendrier :** voir fiches détaillées

## C'est un marché...

- de longue distance, donc de primo-visiteurs (54%)
- majoritairement de loisirs
- de courts séjours hôtels (principal segment : 4-6 nuits) ou de très longs séjours en non marchand
- pour l'hôtellerie 3-4\*
- de groupes et d'individuels, actifs et plutôt jeunes (moyenne 37 ans en Loisirs Marchand)
- à forte motivation shopping (sur la Côte d'Azur : 60%)



## Pouvoir d'achat du réal brésilien en France



Période	Variation
5 ans	-49,21%
3 ans	-41,13%
1 an	-31,56%
6 mois	-21,83%

A fin Août 2015, l'évolution du pouvoir d'achat des Brésiliens en France (€ pour 1 Réal) est franchement négative. Il avait augmenté jusqu'en 2011 mais s'effondre littéralement depuis. La perte est de 49% sur les 5 dernières années, et de 22% sur les 6 derniers mois.

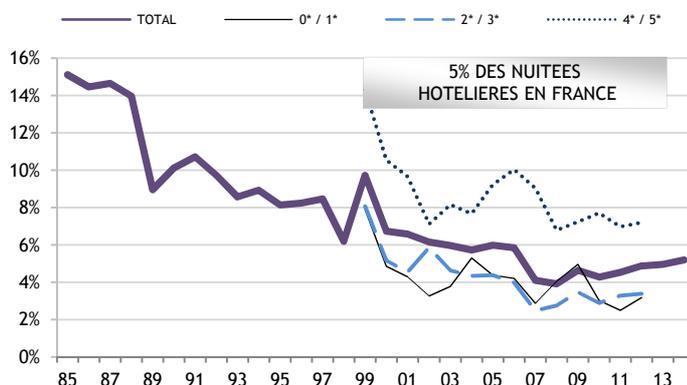
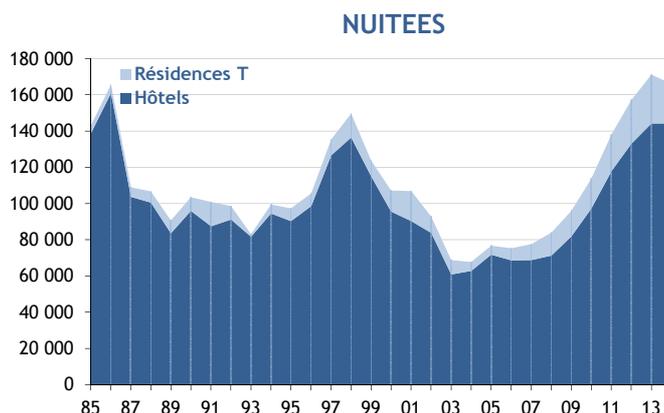
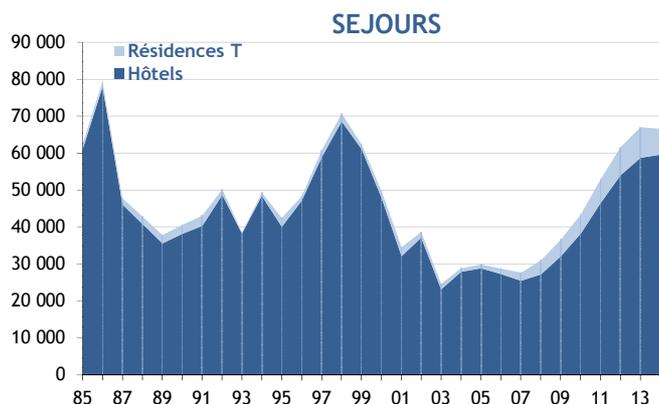
### 😊 Points forts

- porteur à moyen et long terme
- en phase de reprise
- forte dépense par personne (dép moy. : 920€/séjour, notamment en shopping)
- image et attractivité de Monaco
- plus de la moitié des séjours hôtels en 4-5\*
- 87% de touristes très satisfaits

### ☹️ Points faibles

- temps et coût du transport, sans desserte directe (passage par Paris une fois sur deux)
- instabilité économique pour certains pays
- baisse du pouvoir d'achat
- multi-destinations et forte focalisation sur Paris
- séjours Côte d'Azur courts et concentrés sur Nice-Cannes-Monaco (8 séjours sur 10)
- fidélisation difficile

Les séjours latino-américains en hôtels et résidences ont connu plusieurs pointes, notamment en 1986 et 1998, mais fortement chuté ensuite, jusqu'en 2003. Depuis 2007, la demande repart en flèche, mais les précédents records n'ont pas encore été rejoints. La demande en résidences de tourisme se développe assez sensiblement depuis une dizaine d'années. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 11% des séjours et 15% des nuitées.



### PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

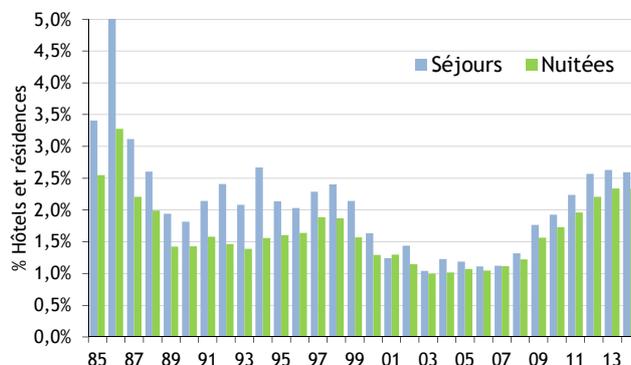
Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les latino-américains en réalisent peu sur la Côte d'Azur, soit seulement 5,2%, car Paris absorbe la quasi-totalité du flux. Pourtant, dans le passé cette part avait atteint les 15%, un niveau exceptionnellement élevé. La chute a été assez régulière ensuite et ne s'est interrompue qu'en 2008. Une reprise se dessine depuis.

Selon les catégories, on constate un fort recul de la part en 2-3\*, une forte fluctuation sur les 1\*, mais une part plus élevée, de 7%, en 4-5\* (en 2012).

La part de l'Amérique latine dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences avait fortement chuté entre 86 et 90, et de nouveau entre 98 et 2003. La contribution de cette clientèle est devenue tout à fait marginale au début de la décennie 2000, ne représentant plus qu'environ 1% du total. Mais elle s'accroît de nouveau depuis et atteint 2,5% actuellement.

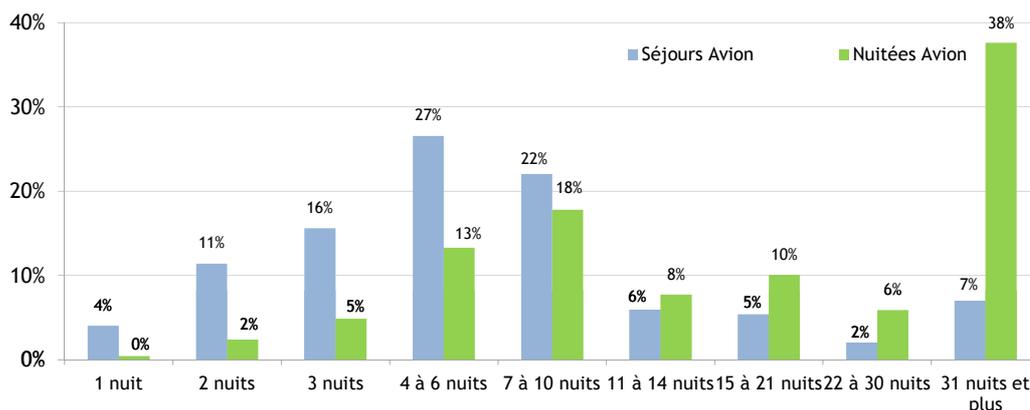
La part des nuitées est le plus souvent inférieure à la part des séjours, car la durée de séjour est très faible.

### CONTRIBUTION DES LATINO-AMERICAINS A LA FREQUENTATION ETRANGERE

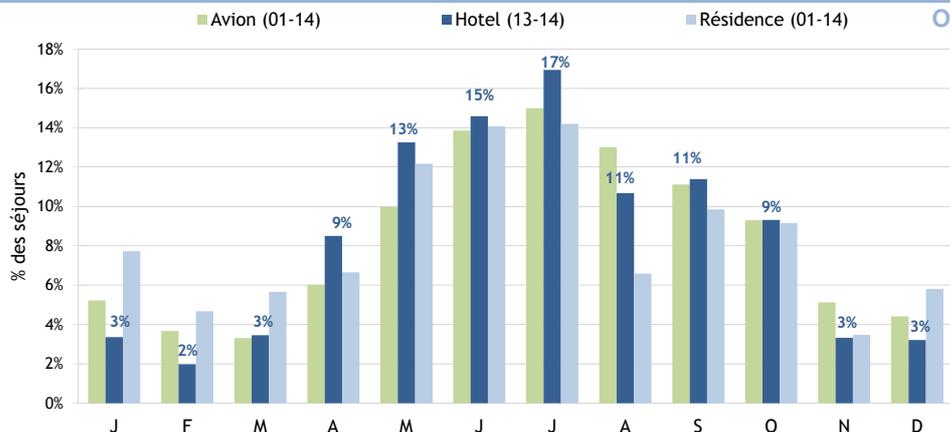


### DUREES DE SEJOUR

Les séjours latino-américains ont une durée moyenne variable selon les segments de clientèle. Les séjours par avion durent en moyenne 9,6 nuits (10,1 pour le Loisirs et 8 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchand sont toutefois très longs, soit plus de 18 nuits en moyenne. Les courts séjours (1 à 3 nuits) groupent 30% du total. Dans l'hôtellerie, les séjours sont courts, soit 2,5 nuits en moyenne et dans les résidences ils durent à peine plus longtemps soit 3,2 nuits. Pour les séjours avion, le principal segment est de loin le 4-6 nuits, soit 27% des séjours. Les séjours de plus de 3 semaines pèsent pour 44% du total des nuitées.



	Durée	Nuits
Hôtellerie	Hôtels	2,5
	Résidences	3,2
	Hôtels+Rés.	2,6
<b>Moyenne</b>		<b>9,6</b>
Loisirs	Loisirs	10,1
	Dont Héb marchand	6,8
	Dont Héb non-march	18,2
Affaires	Affaires	8,0
	Dont MICE	6,5
	Dont Autres affaires	10,1



Les séjours des Latino-Américains sont assez concentrés sur les mois d'Avril à Octobre, avec une progression régulière entre Février et la pointe de Juillet. L'arrière-saison estivale bénéficie d'une fréquentation soutenue, mais qui retombe assez brutalement en Novembre. Janvier marque une pointe secondaire. Les Latino-Américains sont au 1<sup>er</sup> rang des marchés pour le taux de séjours avion réalisés en Juin, et au second rang pour Mai.

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.

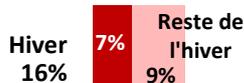
Les nuitées hébergements sont plutôt bien réparties entre Mai et Octobre, mais peu nombreuses le reste du temps. Juillet est le mois le mieux fréquenté avec 17% du total annuel, une part élevée. La période de Septembre-Octobre pèse pour 20%. La période de Juin à Septembre représente 54% du total annuel.

L'évolution des séjours hébergements depuis 1985 (en volume) montre une croissance de la demande entre Mars et Juin ainsi qu'en Octobre et Décembre, une stagnation en Janvier-Février et une baisse les autres mois, surtout en Août (-34%). La hausse concerne surtout Avril (+103%), Mai (+64%) et Décembre (+63%). Concernant la part de chaque mois, on note entre 85 et 2013/14 une croissance de la part des séjours réalisés en Mars, Avril, Mai, Juin et Décembre.

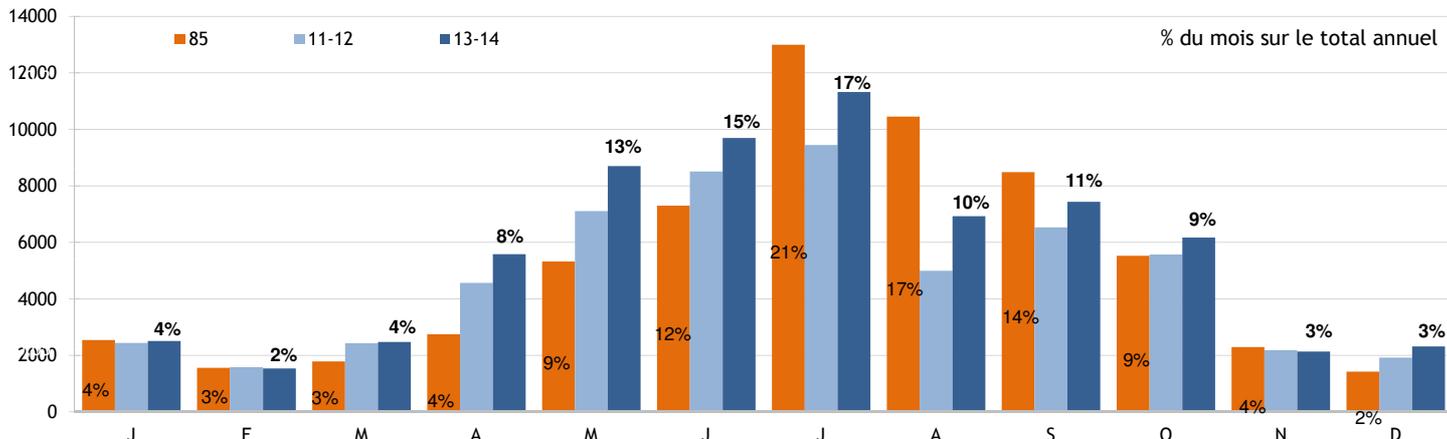
Hotels + Résidences		
12-13	SEJOURS	NUITEES
J	3,8%	3,5%
F	2,3%	2,3%
M	3,7%	3,6%
A	8,3%	8,2%
M	13,0%	12,6%
J	14,5%	15,0%
J	17,0%	17,1%
A	10,4%	11,4%
S	11,1%	10,8%
O	9,2%	9,2%
N	3,2%	3,0%
D	3,5%	3,2%

## NUITEES 2013/14 - HOTELS ET RESIDENCES

Déc-Jan



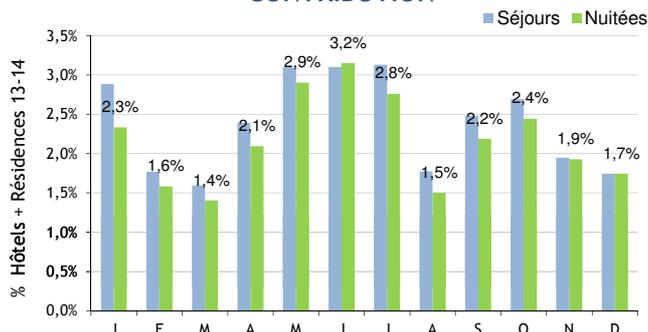
## EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



## POTENTIEL MENSUEL

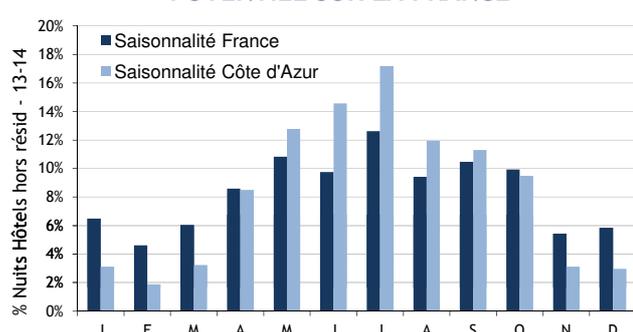
La part des Japonais sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 0,9% en Juillet à 3,1% en Février. Le marché japonais représente une cible importante pour tous les mois entre Octobre et Mars, en particulier Février-Mars. Le reste de l'année, sa contribution est réduite. La part de marché Côte d'Azur/France est faible en hiver (seulement 2% en Janvier). 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 pas sur la Côte d'Azur.

## CONTRIBUTION

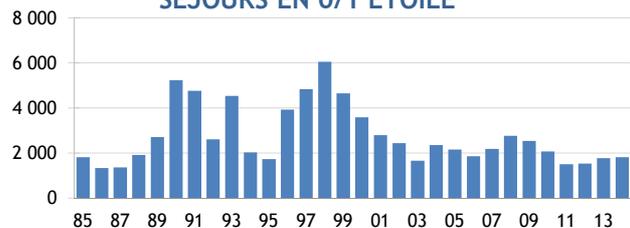


PDM 06/F	
J	2,4%
F	2,1%
M	2,7%
A	5,0%
M	6,0%
J	7,6%
J	6,9%
A	6,4%
S	5,5%
O	4,8%
N	2,9%
D	2,6%

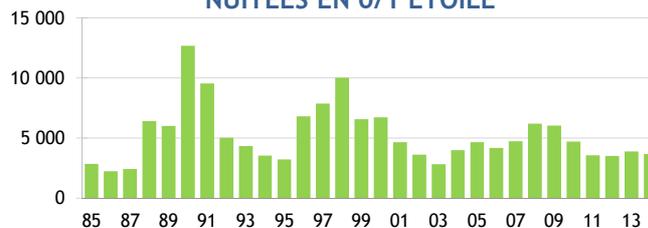
## POTENTIEL SUR LA FRANCE



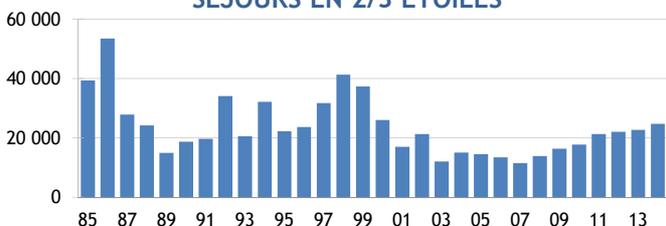
### SEJOURS EN 0/1 ETOILE



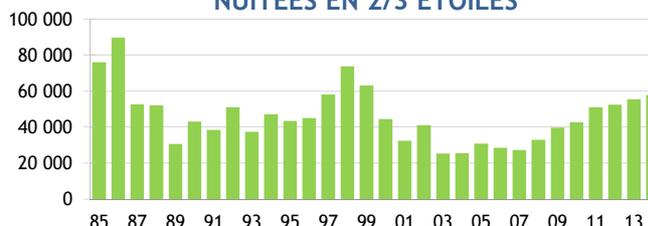
### NUITEES EN 0/1 ETOILE



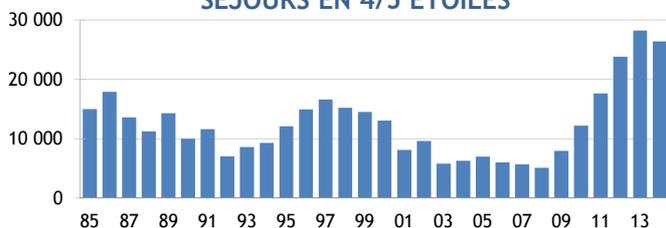
### SEJOURS EN 2/3 ETOILES



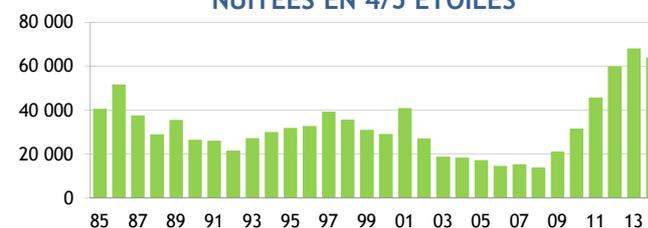
### NUITEES EN 2/3 ETOILES



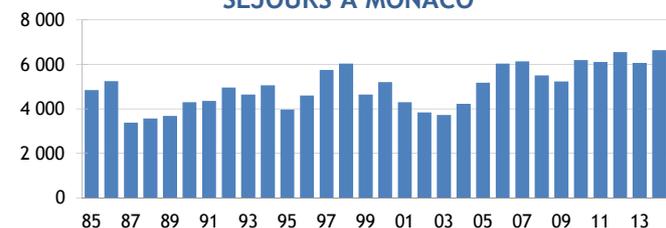
### SEJOURS EN 4/5 ETOILES



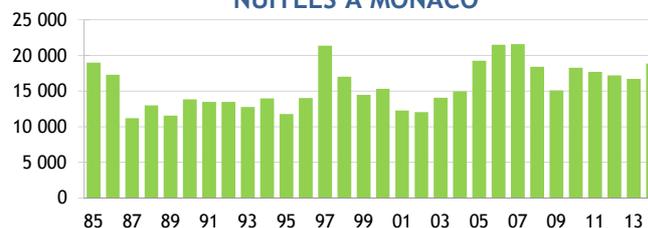
### NUITEES EN 4/5 ETOILES



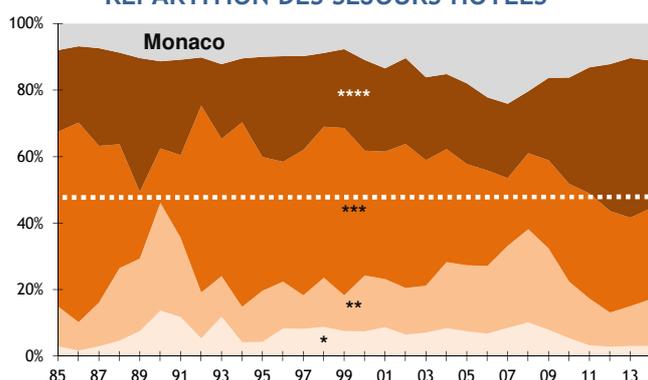
### SEJOURS A MONACO



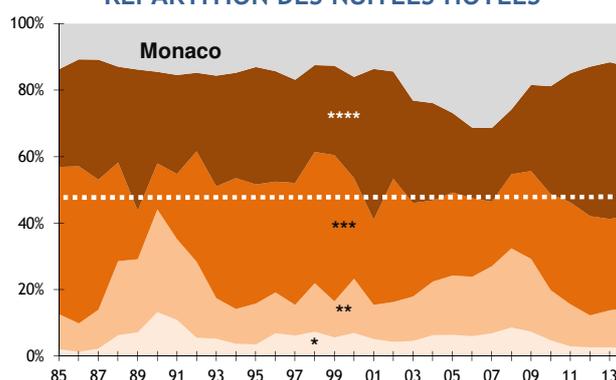
### NUITEES A MONACO



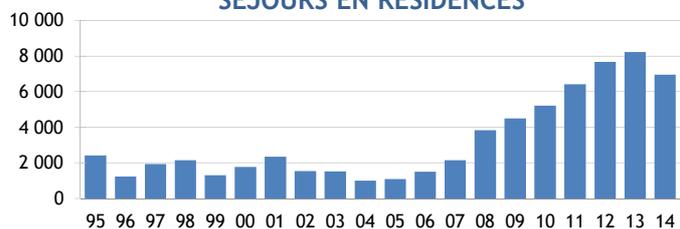
### REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



### REPARTITION DES NUITEES HOTELS



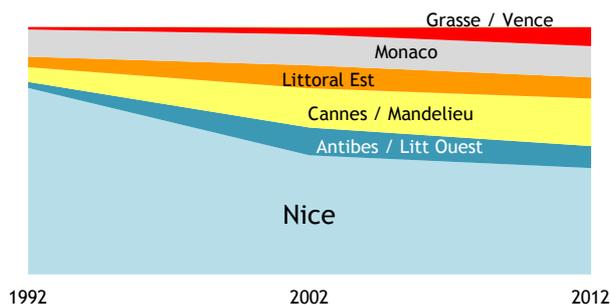
### SEJOURS EN RESIDENCES



### NUITEES EN RESIDENCES

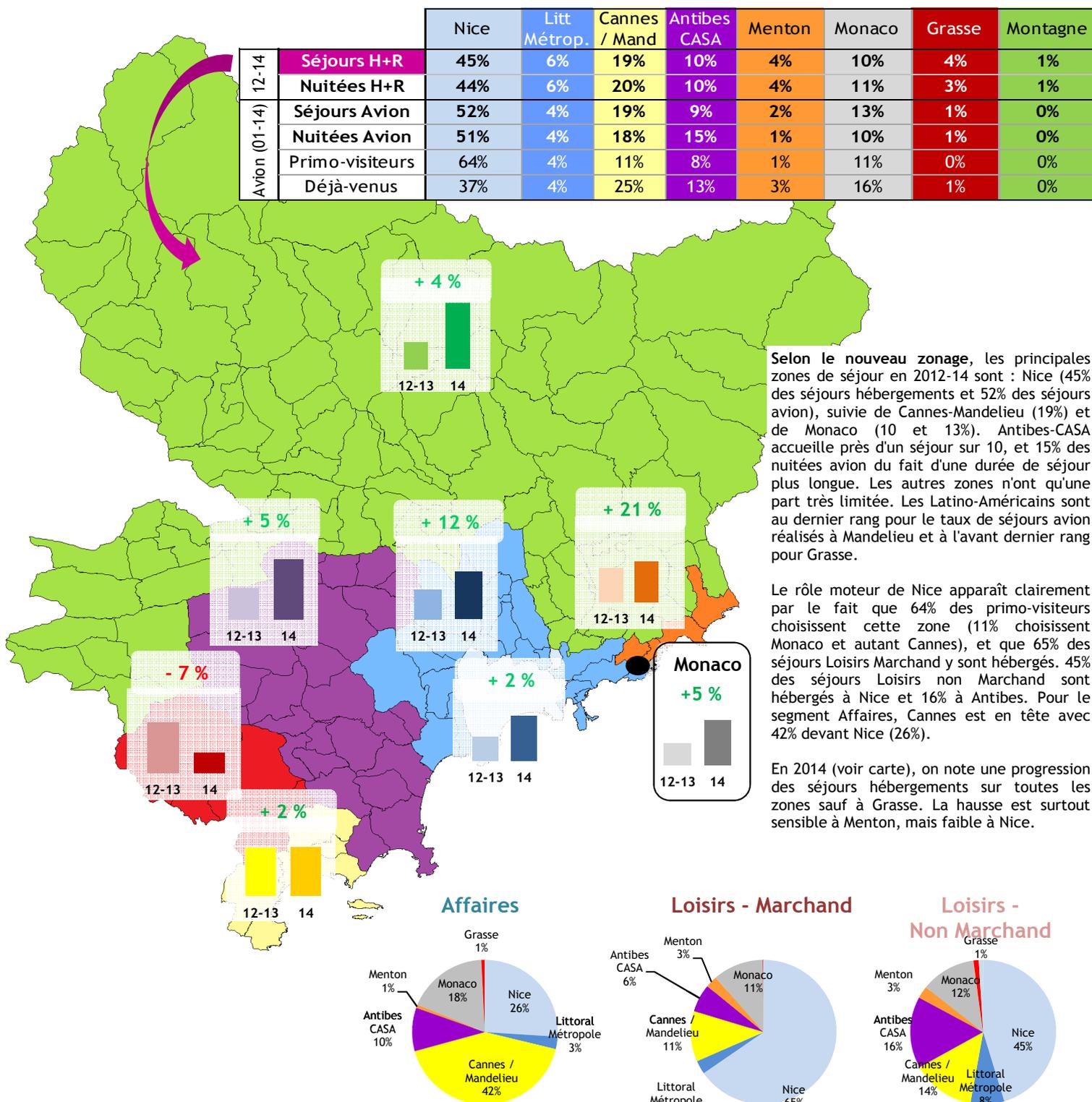


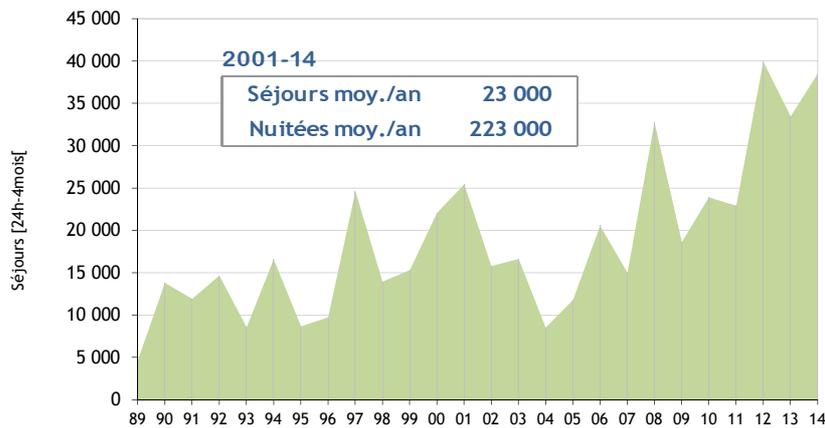
## TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



Historiquement, les Latino-Américains se concentraient fortement sur Nice, pour 75% des séjours hôteliers en 1992, du fait du fort passage des groupes autocars avec des circuits européens faisant étape à Nice. Sa part est tombée à 43% en 2012.

C'est surtout Cannes qui a bénéficié du poids décroissant du segment autocar, avec une part qui triple entre 92 et 2012, passant de 6% à 19%. Les autres zones en ont toutes bénéficié aussi, mais Monaco n'a gagné que 2 points à 13%. C'est Grasse-Vence qui a le plus augmenté sa part, de 1% à 8%.





Près de 40% des visiteurs latino-américains utilisent l'avion jusqu'à Nice Côte d'Azur, beaucoup arrivant depuis l'Espagne par voie de surface.

Depuis 2004, on observe une dynamique forte sur ce segment, malgré l'absence de liaison directe (45% passent par Paris). Un total record de 40 000 séjours avion a été dénombré en 2012.

Les séjours par avion durent en moyenne 9,6 nuits, et pour les cibles Loisirs Marchand et Affaires le principal segment est le séjour de 4 à 6 nuits. Pour les séjours Loisirs Non Marchand, la durée moyenne est longue à plus de 18 nuits, le principal segment est le 7-10 nuits (un quart des séjours), et on compte aussi près de 2 séjours sur 10 qui durent un mois et plus.

Le taux de satisfaction est très bon avec 87% de "très satisfaits", mais également 4% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs atteint 54% (marché de longue distance où la fidélisation est plus difficile).

La dépense moyenne est assez élevée à 97€ par jour/pers. et 920€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne 14% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 22%.

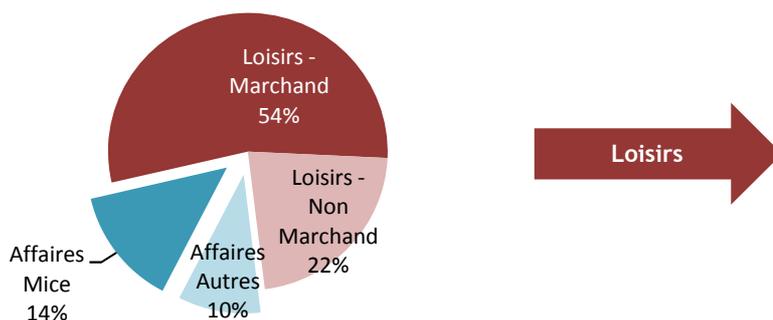
La clientèle est âgée de 41 ans en moyenne, voire 37 ans en Loisirs non Marchand, donc assez jeune. Le principal segment âge en Loisirs est le 30-39 ans (30%) à égalité avec les 60 ans et +.

2001-14	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	9,6	6,8	18,2	8,0
Age moyen	41	41	37	47
Nb Personnes	1,8	2,1	1,5	1,4
Taux 1 <sup>ère</sup> visite	54%	65%	34%	46%
Dépense/séjour	920 €	657 €	960 €	1 471 €
Dépense/jour	97 €	100 €	51 €	182 €
> 200€ / jour	22%	18%	13%	37%
De 30 à 200€ /jour	64%	74%	45%	57%
<30€ / jour	14%	8%	42%	6%
Satisfaction				
Très satisfaits	87%	87%	94%	80%
Satisfaits	9%	7%	6%	18%
Non entièr. Satisf.	4%	6%	1%	2%

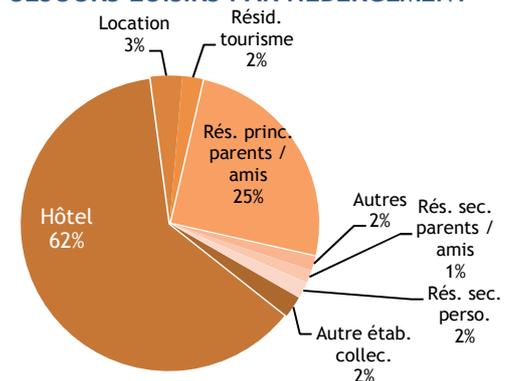
## SEGMENTATION CIBLES

Le segment Loisirs Marchand regroupe 54% des séjours avion. La part du Loisirs Non Marchand est de 22%. Le segment Affaires représente le quart des séjours avion, dont 14% des séjours en MICE.

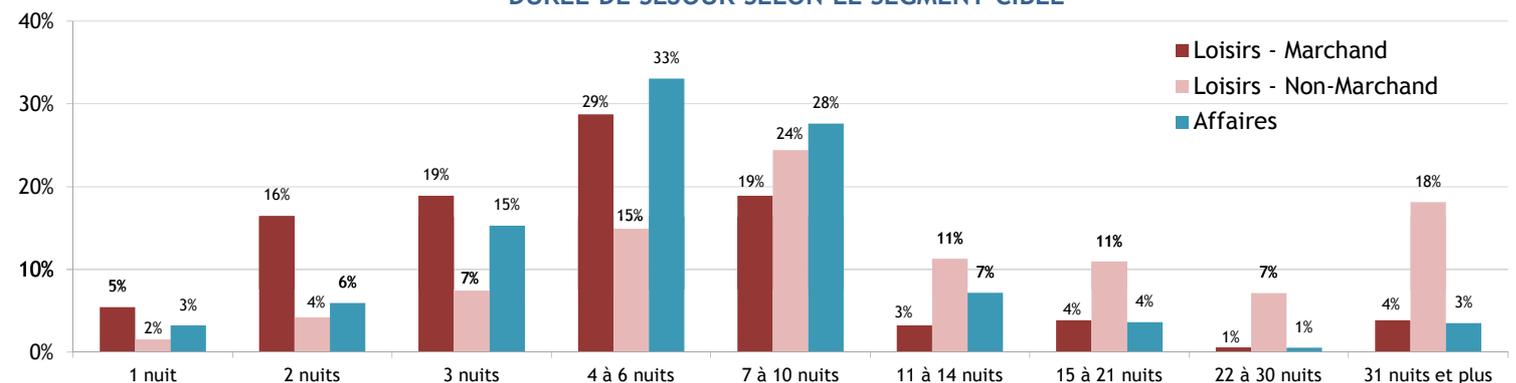
Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin l'hôtel, avec 62%, devant les parents et amis (25%). La location ne concerne que 5% des séjours, et les résidences secondaires 3%.



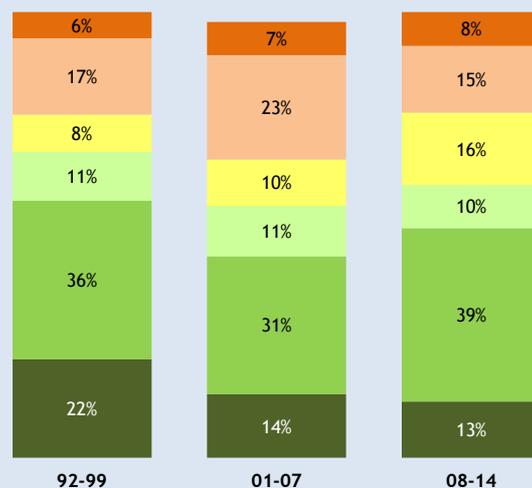
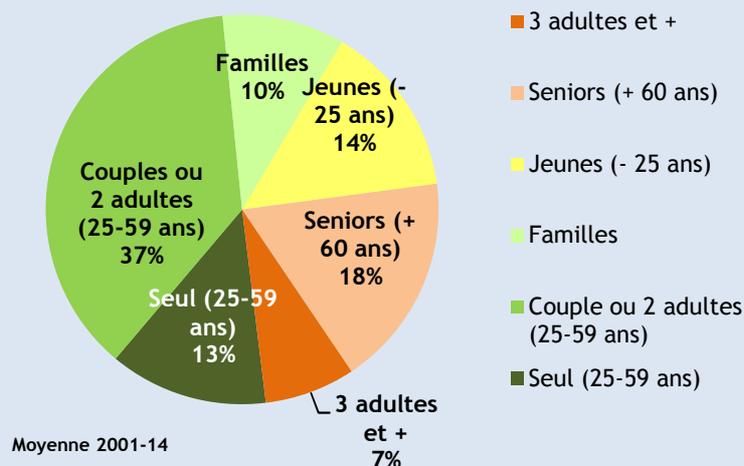
## SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



## DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



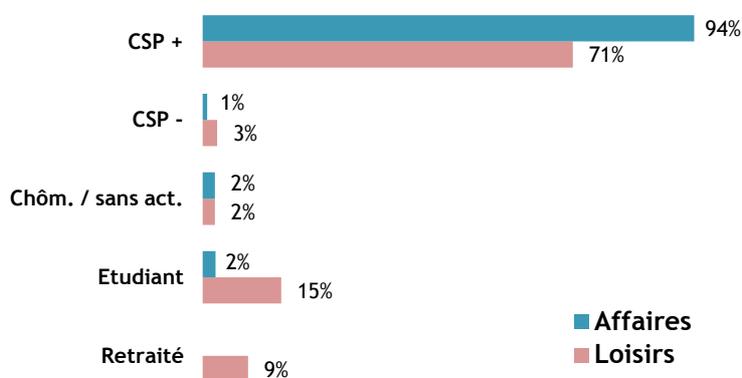
## TYOLOGIE LOISIRS AVION



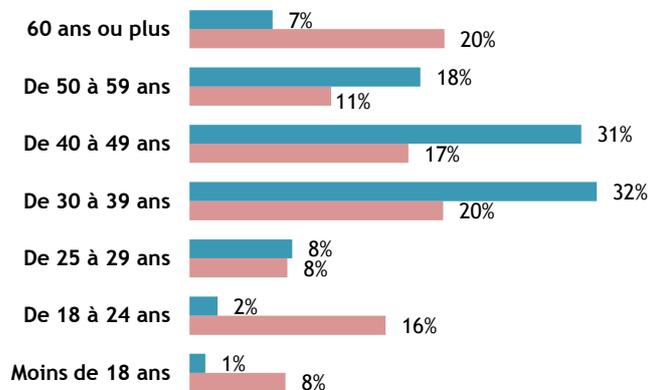
Les Latino-Américains à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 37% des cas. Les autres cas se répartissent de façon assez équilibrée. Le second segment en volume est celui des Seniors, soit 18%. 13% sont des adultes voyageant seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et 7% voyagent à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Familles représente 10% (incluant 1,4 enfant en moyenne), derrière le segment Jeunes (14%).

Sur deux décennies, l'évolution est défavorable au segment des voyageurs seuls. La structure est assez stable, avec une évolution sur la période 01-07 en faveur des Seniors mais un retour à la structure antérieure sur la période suivante (05-14). Toutefois, on note un doublement de la part des Jeunes, passés de 8 à 16%.

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



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



## SEGMENT LOISIRS

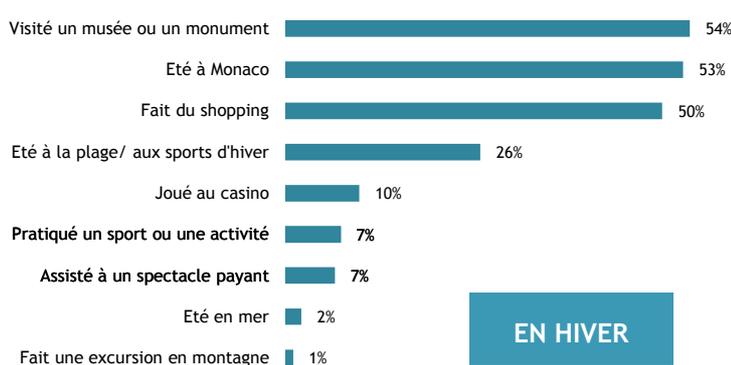
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout le shopping (65%), la visite de Monaco (58%) et la plage (55%). En hiver, c'est la visite de musée-monument qui vient en tête avec 54%, devant la visite à Monaco (53%) et le shopping (50%). Sur l'année entière 8% jouent au casino, et 6% indiquent pratiquer un sport ou une activité durant le séjour.

### ACTIVITES DECLAREES



EN ETE

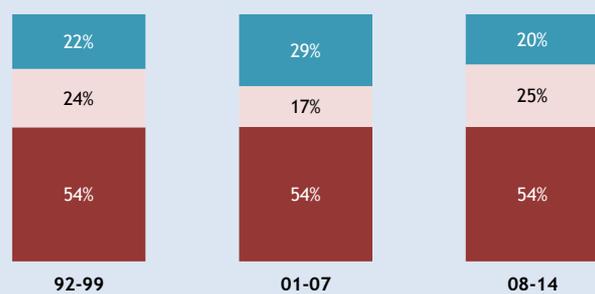
### ACTIVITES DECLAREES



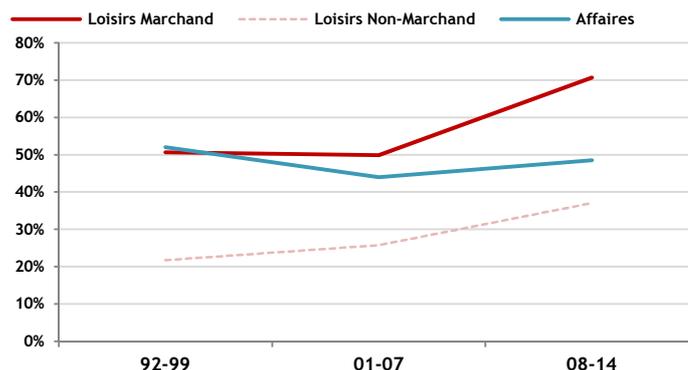
EN HIVER

## SEGMENTATION CIBLES

Loisirs Marchand Loisirs Non-Marc Affaires

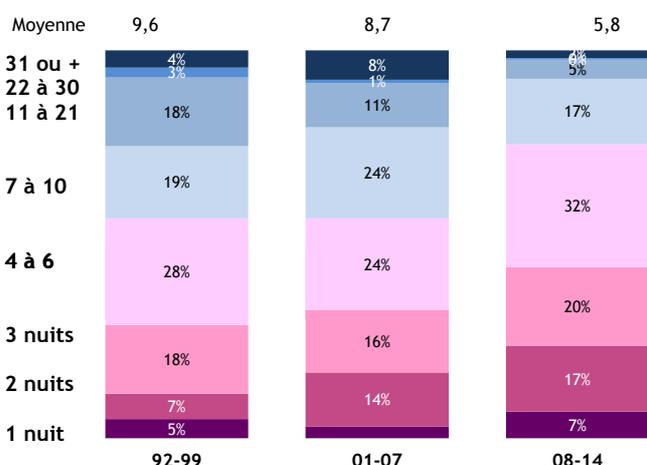


## TAUX DE PRIMO-VISITEURS



## Tendances Visiteurs avion Loisirs

### DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



### SEGMENTATION CIBLES

Stabilité des segments dans le temps

### TAUX DE PRIMO VISITEURS

En progression depuis 2001, pour les trois segments Loisirs, et à un niveau élevé en mode marchand (70%)

### DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Forte chute. La part des courts séjours a fortement progressé, celle des 4-6 nuits plus modérément, mais chute de la part des durées plus longues

### ZONES DE SEJOUR

Nice se maintient largement en tête. Cannes chute au profit de Monaco, Antibes et Menton

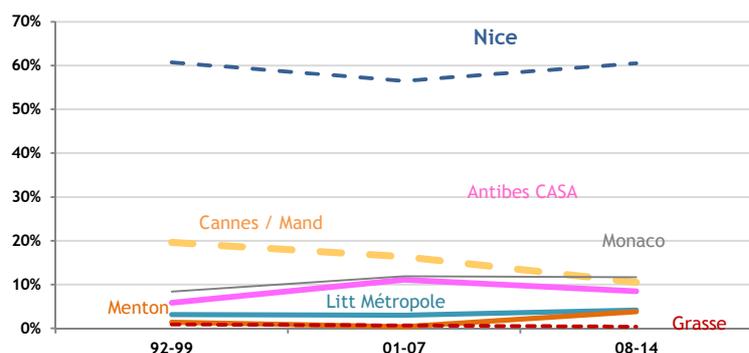
### MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel est en chute au profit de la résidence des parents et amis ainsi que de la location

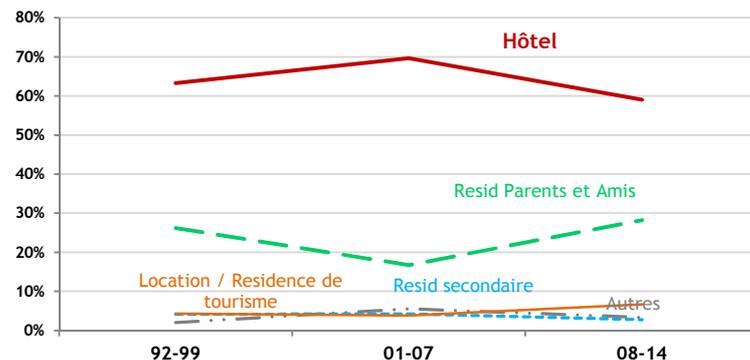
### AGE/CSP

Age moyen en baisse. Hausse des moins de 30 ans, chute des 50-59 ans et bon maintien des 60 ans et +. Chute régulière des CSP+ au profit des étudiants, dont la part est en forte croissance.

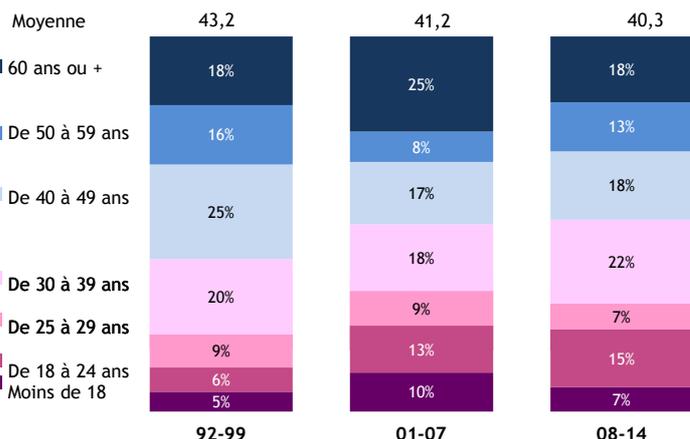
### ZONES DE SEJOUR - Loisirs



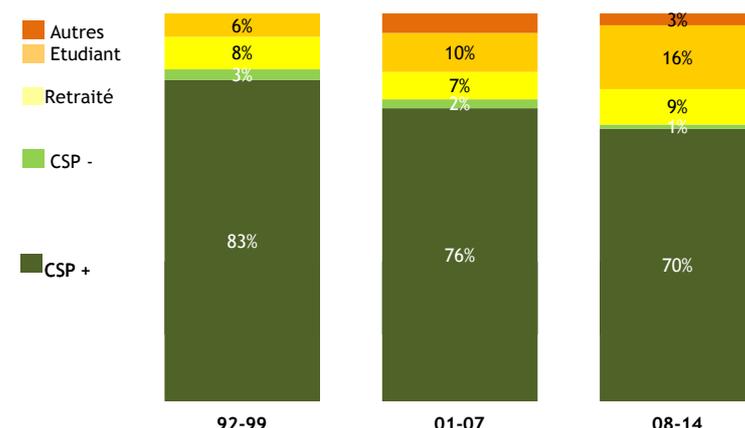
### MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



### ÂGE DES VISITEURS LOISIRS

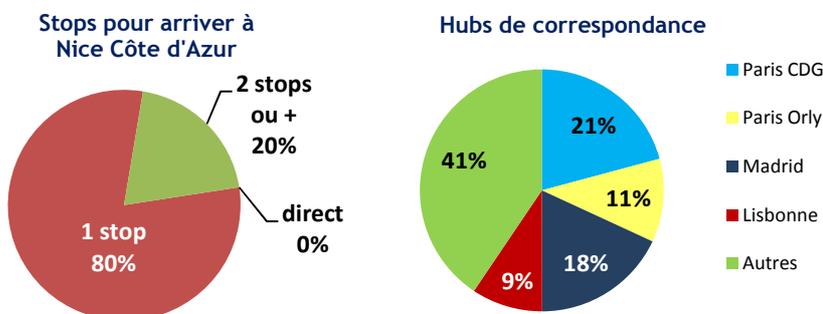


### CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)



# 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.

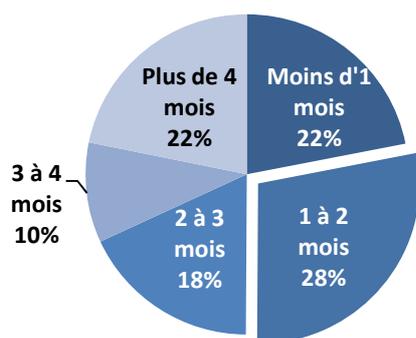


Les séjours **FRANCE** sont à destination de 1/Paris 2/Nice 3/Lyon 4/Marseille

Les voyages à destination de Nice-Côte d'Azur sont tous effectués via un autre aéroport, Paris CDG en tête (21%) et avec une diversité de cas.

SEJOURS	2010	2011	2012	2013	% Moy 12-13	Tendance
Nice	13 468	15 088	15 922	16 403		→
France	504 719	507 740	511 267	530 169		→
<b>Part de marché Nice (%)</b>	<b>2,7</b>	<b>3,0</b>	<b>3,1</b>	<b>3,1</b>		→
<b>Durée des séjours Nice Côte d'Azur</b>						
courts (1-3 nuits)	1 366	1 815	1 581	1763	10,3	→
moyens (4-8 nuits)	5 021	5 285	5 902	6258	37,6	→
longs (9-21 nuits)	4 369	4 967	5 332	5555	33,7	→
très longs (+22 nuits)	2 712	3 021	3 107	2827	18,4	→
<b>Part des groupes 6 pax et +</b>	<b>1,2</b>	<b>1,9</b>	<b>1,9</b>	<b>1,9</b>	<b>1,9</b>	→

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



Les séjours Nice-Côte d'Azur sont réservés pour moitié plus de 2 mois avant la date d'arrivée. 28% sont réservés un ou deux mois avant et 22% moins d'un mois avant. Seuls 22% réservent plus de 4 mois à l'avance.

La tendance des réservations est assez bien échelonnée avec deux légers pics en semaines 10 et 18.

Le pic d'arrivée est en semaine 24 (pointe annuelle).

## Saisonnalité hebdomadaire des réservations et des arrivées à Nice

