

Le Marché Autrichien

C'est un marché germanophone, mais qui se distingue de son grand voisin. L'Autriche est membre de l'Union Européenne et de la zone €. Elle est parfois considérée comme un paradis fiscal.

Parmi les 20 régions de l'Union Européenne au plus fort PIB par habitant, on en compte 2 en Autriche : Vienne au 10^{ème} rang et Salzbourg au 20^{ème}.

La France accueille environ 800 000 séjours Autrichiens par an (stable en 2014), durant environ 8 nuits.

La Côte d'Azur

Le marché autrichien ne figure qu'au 20^{ème} rang des marchés étrangers. Sa contribution à la fréquentation étrangère se limite à moins de 1,5%. La Côte d'Azur accueille environ 14% des nuitées hôtels en France.

La part de marché est très élevée, en baisse jusqu'en 2007 mais en hausse depuis. Elle est bien plus élevée que sur l'Allemagne, l'intérêt des Autrichiens pour la région étant plus fort.

Principales régions d'origine : environ la moitié des visiteurs sont originaires de Vienne, le reste des autres régions. Visiteurs avion : 80% sont de la région de Vienne.

Chiffres clés

- 60 000 séjours de 6 nuits en moyenne, dont :

- 34 000 séjours en hôtels et résidences
- 25 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- plus de 200 résidences secondaires

Dépense : 71€/jour, 573€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : NC

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 48%, juillet-août = 27%, hiver = 19%. Pointe en juillet (15%)

Visiteurs avion (2006-14) : 78% repartent sur les vols vers Vienne, 6% vers Zurich, 4% vers Munich, 3% vers Francfort/Dusseldorf, 2% vers Innsbruck, 2% vers Bratislava

😊 Points forts

- durée des congés payés, la plus longue en Europe
- l'une des plus fortes parts de marché de la Côte d'Azur à l'international (15% des nuitées hôtels en France)
- contribution maximale en Février-Mars-Avril (2%), à une période où les étrangers sont plus rares
- un bon étalement sur toute la saison estivale de Mars à Octobre (1^{er} rang des marchés pour le taux de séjours avion en Avril)
- bonne dispersion spatiale sur toutes les stations littorales
- plus de la moitié des séjours hôtels en 4-5*
- 84% de touristes très satisfaits

Ce marché inclut l'Autriche et le Liechtenstein, soit une population de 8,5 millions d'habitants (âge moyen : 40 ans).

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2014 : + 1,8%/an

Dépenses à l'étranger

8,1 milliards €, au 27^{ème} rang mondial en 2014 - Tendance annuelle moyenne 2005-2014 : +0,9%

Nombre de jours de congés payés

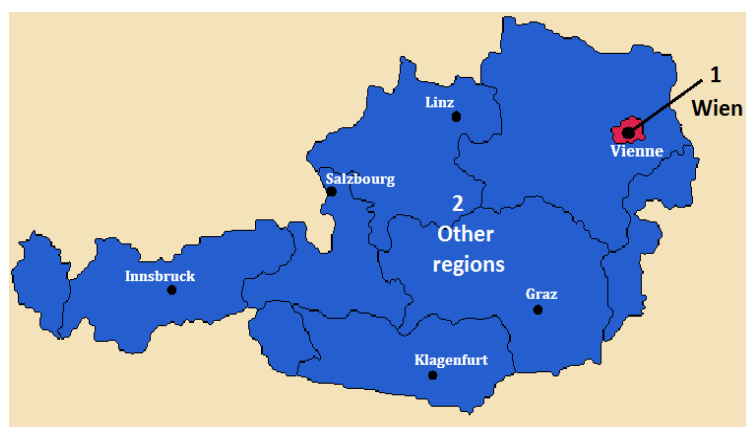
25 + 13 jours fériés = 38

Visa nécessaire pour la France : NON (espace Schengen)

Particularités du calendrier : fête nationale le 26 octobre, Immaculée conception le 8 décembre et St Etienne le 26 décembre

C'est un marché...

- majoritairement de loisirs
- de séjours plutôt longs (6 séjours avion sur 10 durent entre 4 et 10 nuits)
- pour l'hôtellerie 3-4-5* et le locatif
- plutôt tourné vers le littoral balnéaire pour des séjours au printemps-été
- au 1^{er} rang pour le taux d'achat de spectacles payants (un visiteur avion sur 10) ; à l'avant-dernier rang pour le taux d'excursion en mer

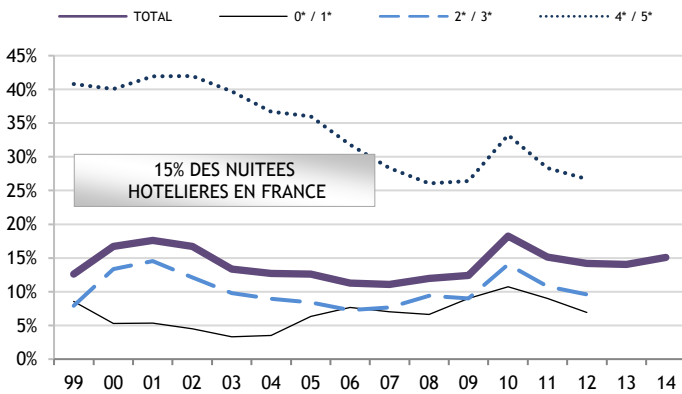
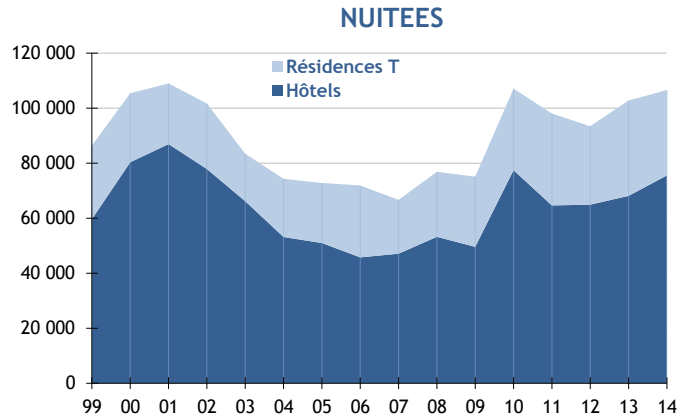
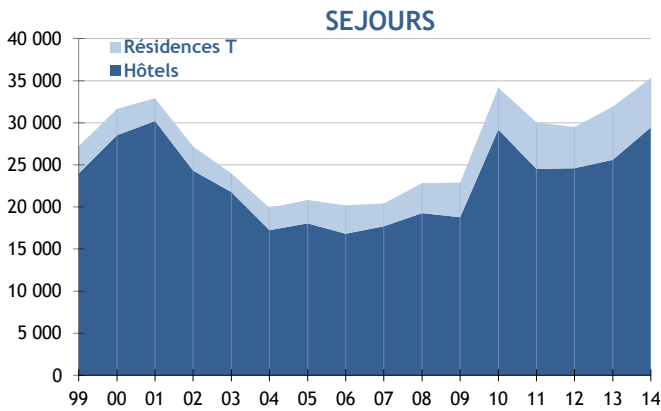


☹️ Points faibles

- un marché mature au potentiel démographique réduit
- une desserte aérienne directe limitée à Vienne
- une clientèle relativement âgée (principal segment âges pour l'avion : 60 ans et +)
- faible demande hivernale
- dépense moyenne plutôt faible (71€/jour) au regard de la richesse du pays
- peu d'intérêt pour la destination montagne

OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR

Les séjours autrichiens en hôtels et résidences ont enregistré une première pointe en 2001, avant de refluer sensiblement jusqu'en 2009. Depuis la tendance est positive et un nouveau record absolu a été atteint en 2010. La demande en résidences a fortement progressé sur les dernières années. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 18% des séjours et 31% des nuitées, une part très élevée.



PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

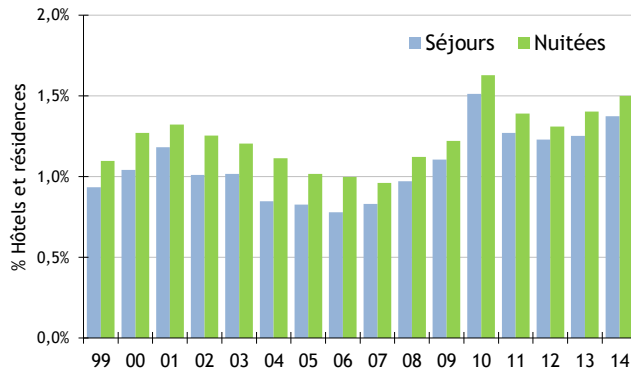
Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Autrichiens en réalisent beaucoup sur la Côte d'Azur, soit 15% en 2014. La part Côte d'Azur a même dépassé les 18% en 2010. Il s'agit donc d'un marché fortement tourné vers la Côte d'Azur. La part a néanmoins eu tendance à chuter jusqu'à 10% en 2007, à un niveau toutefois élevé, et la part s'accroît de nouveau.

A fin 2012, cette part dépassait même les 25% en catégories 4-5*, et fluctuait autour de 10% en 2-3*. Elle a progressé en 0-1* tout en restant plus faible (7%).

La part des Autrichiens dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences reste faible, mais s'accroît depuis 2007. Elle a atteint 1,6% des nuitées en 2010.

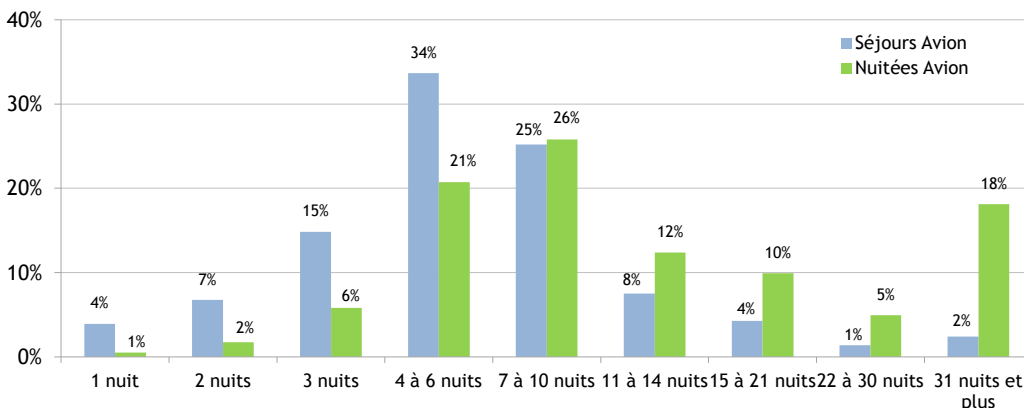
La part des nuitées est nettement plus élevée que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour plutôt longue.

CONTRIBUTION DES AUTRICHIENS A LA FREQUENTATION ETRANGERE

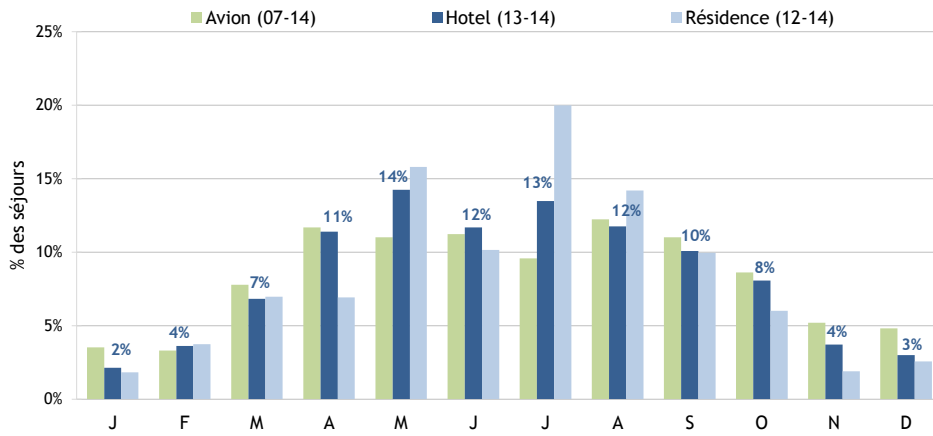


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Autrichiens sur la Côte d'Azur est assez élevée. Les séjours par avion durent 7,7 nuits en moyenne (8 pour le Loisirs et 6,4 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchand durent plus de 11 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) groupent un bon quart du total. Dans l'hôtellerie, les séjours sont plutôt longs, soit 2,6 nuits en moyenne, et dans les résidences ils durent 5,5 nuits, une assez longue durée aussi. Pour les séjours avion, le principal segment est de loin le 4-6 nuits, soit plus d'un tiers des séjours. Les séjours de plus de 3 semaines sont rares mais génèrent près du quart des nuitées totales.



	Durée	Nuits
	Hôtels	2,6
	Résidences	5,5
	Hôtels+Rés.	3,1
Avion 07-14	Moyenne	7,7
	Loisirs	8,0
	Dont Héb marchand	6,3
	Dont Héb non-march	11,1
	Affaires	6,4
	Dont MICE	4,9
	Dont Autres affaires	6,9



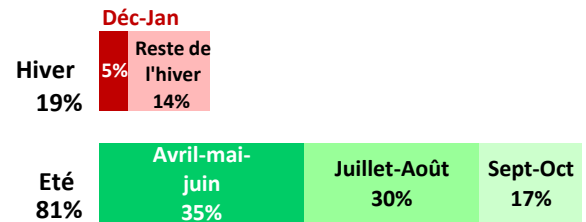
Hotels + Résidences		
13-14	SEJOURS	NUITEES
J	2,1%	2,3%
F	3,7%	3,8%
M	6,9%	7,1%
A	10,4%	10,1%
M	14,7%	13,4%
J	11,4%	11,1%
J	14,9%	16,8%
A	12,2%	12,9%
S	10,0%	10,5%
O	7,6%	6,7%
N	3,3%	2,8%
D	2,9%	2,5%

Les séjours autrichiens sont nombreux entre Mars et Octobre. On note des pointes en Mai et en Juillet, ainsi qu'en Avril pour le segment avion (au 1er rang des marchés pour le taux de séjours en Avril). Les mois d'hiver sont faiblement fréquentés, Janvier étant le plus "creux".

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

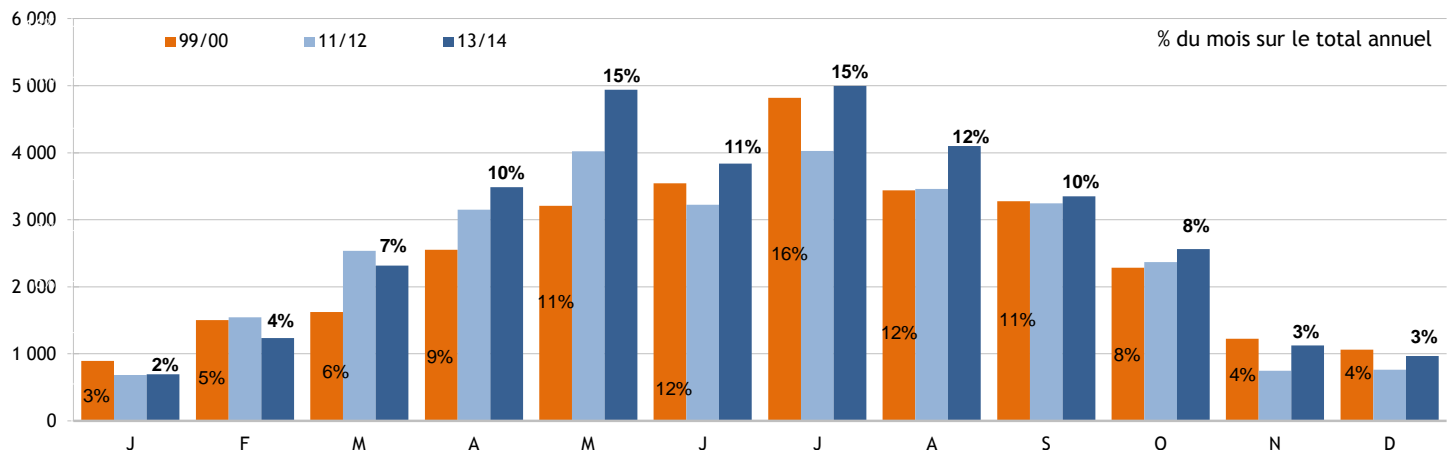
Les nuitées hébergements sont bien réparties entre Mars et Octobre, et la progression du flux est régulière jusqu'en Juillet, le mois de pointe. Plus du tiers des nuitées sont passées entre Avril et Juin. La période de Juin à Septembre représente 51% du total annuel, mais l'hiver seulement 19%.

NUITEES 2013/14 - HOTELS ET RESIDENCES



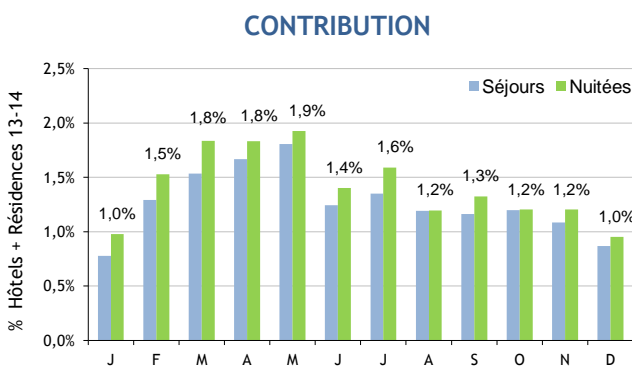
L'évolution des séjours hébergements depuis 1999 (en volume) montre une croissance entre Mars et Mai ainsi qu'en Août, mais une baisse pour tous les autres mois, surtout sensible entre Novembre et Février. La plus forte hausse porte sur Mai (+54%) et Mars (+43%). Concernant la part de chaque mois, on note entre 99 et 2013/14 une croissance de la part des séjours réalisés en Mars, Avril, Mai au détriment de tous les autres mois.

EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS

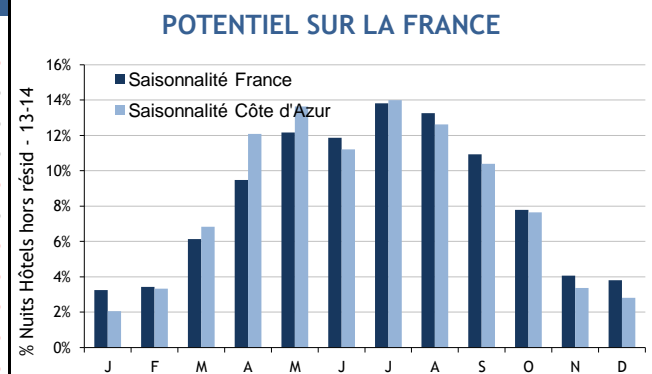


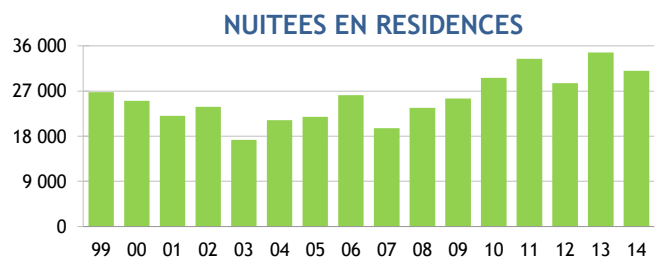
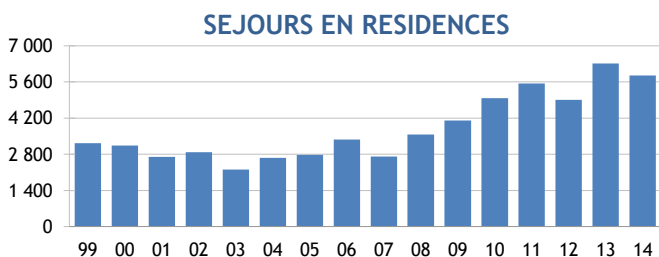
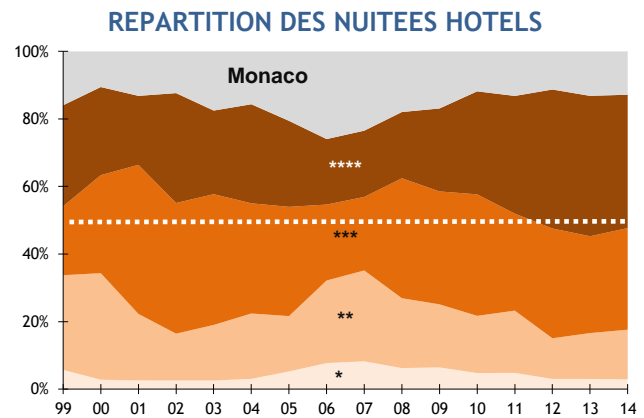
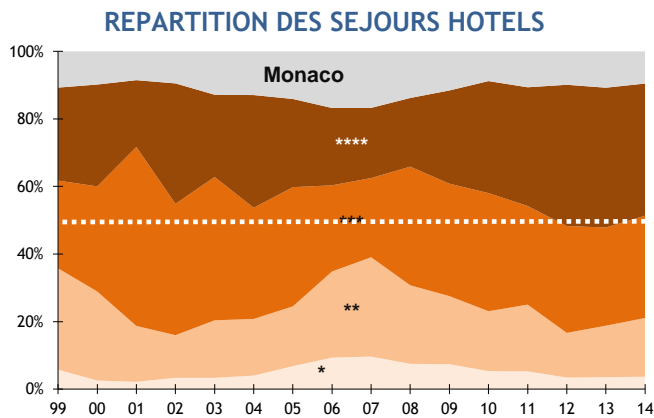
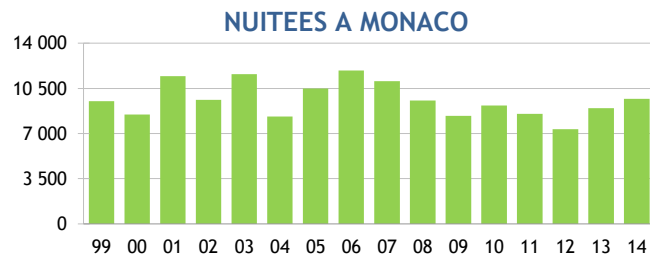
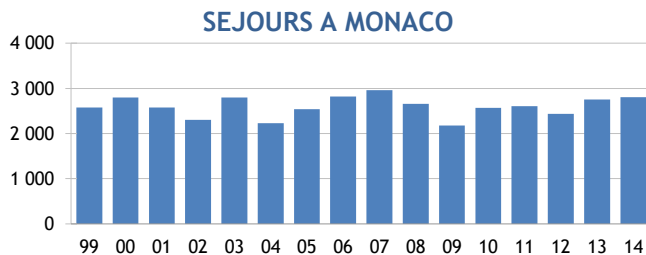
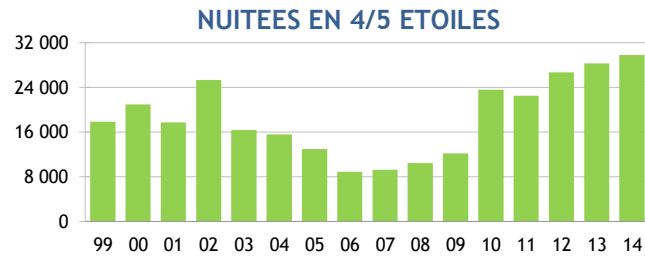
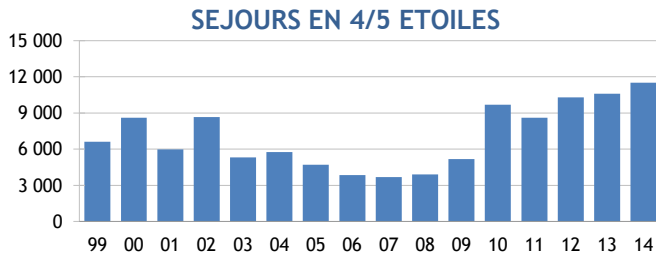
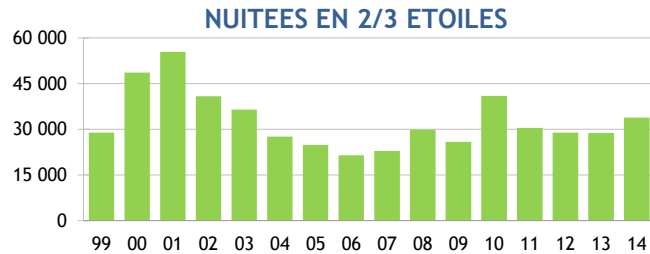
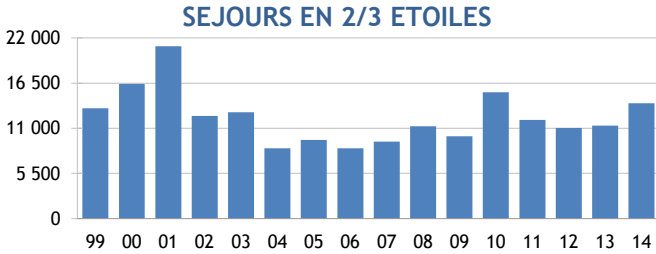
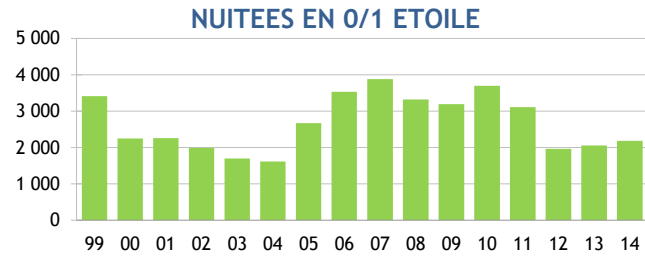
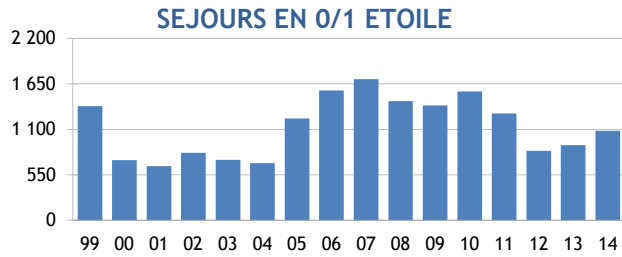
POTENTIEL MENSUEL

La part des Autrichiens sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 0,9% en Décembre à 1,9% en Mai. La contribution reste donc limitée, mais significative au début du printemps. Le reste de l'année, sa contribution est réduite. La part de marché Côte d'Azur/France est un peu moins élevée en hiver (9,3% en janvier), mais approche 19% en Avril. Si on compare la distribution mensuelle des nuitées entre la France et la Côte d'Azur, on constate un certain potentiel sur les mois de Novembre à Janvier, avec une présence importante en France mais moindre sur la Côte d'Azur.

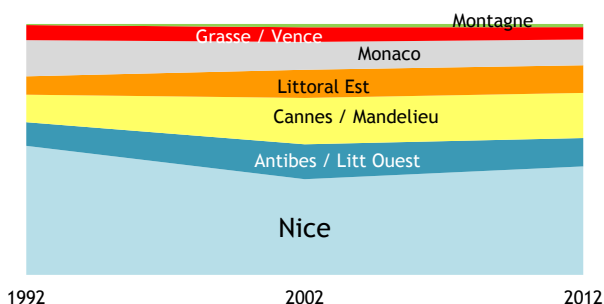


PDM 06/F	
J	9,3%
F	14,2%
M	16,2%
A	18,6%
M	16,3%
J	13,8%
J	14,8%
A	13,9%
S	13,9%
O	14,3%
N	12,1%
D	10,7%





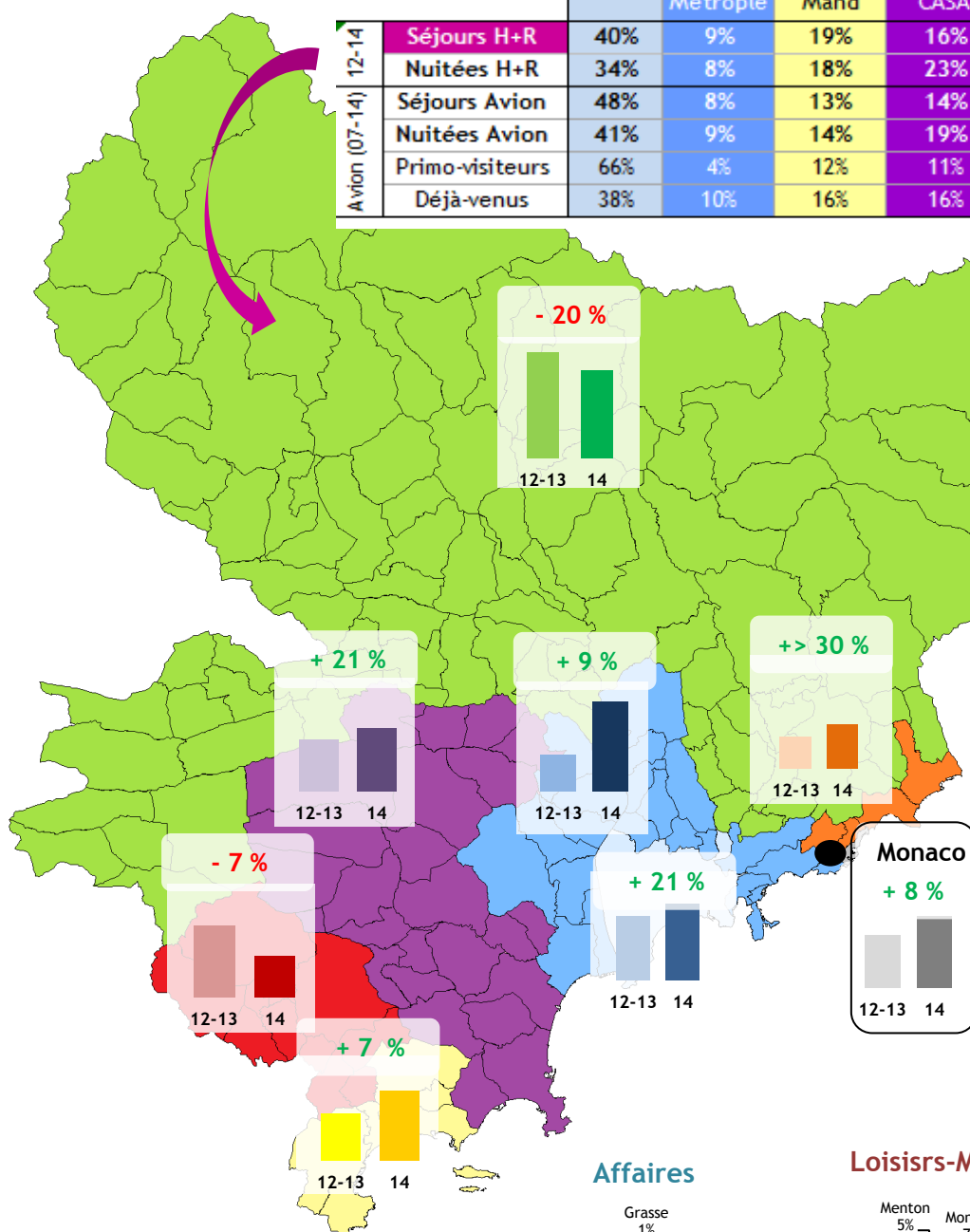
TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



Historiquement, les Autrichiens se concentraient sur Nice, pour plus de la moitié de la fréquentation (52% en 92-3). Cette part élevée s'est réduite à 43%, au profit surtout de Cannes-Mandelieu, passée de 11 à 18%, ainsi que du Littoral Est, passé de 7 à 11%.

On observe un report de la demande depuis Monaco, dont la part a chuté de 14 à 10%, au profit du Littoral Est.

	Nice	Litt Métropole	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
12-14								
Séjours H+R	40%	9%	19%	16%	6%	8%	1%	1%
Nuitées H+R	34%	8%	18%	23%	6%	9%	1%	2%
A avion (07-14)								
Séjours Avion	48%	8%	13%	14%	5%	9%	2%	1%
Nuitées Avion	41%	9%	14%	19%	8%	6%	2%	1%
Primo-visiteurs	66%	4%	12%	11%	2%	3%	2%	1%
Déjà-venus	38%	10%	16%	16%	6%	11%	3%	0%

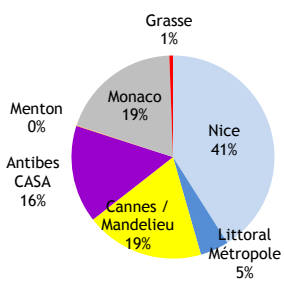


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2012-14 sont : Nice (40% des séjours hébergements et 48% des séjours avion), suivie de Cannes-Mandelieu (19% et 13%) ou d'Antibes-CASA (16%, devant Cannes pour les séjours avion soit 14%) et de Monaco (8% et 9%). Antibes-CASA héberge une nuitée avion sur 5. La part du Moyen et Haut pays est très faible. La part de Cannes sur les séjours avion est l'une des plus faibles parmi les marchés.

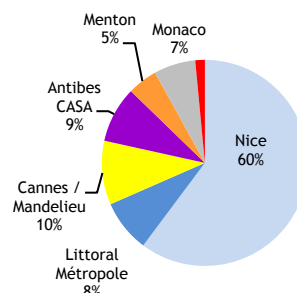
Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 66% des primo-visiteurs choisissent cette zone (12% choisissent Cannes et 11% Antibes), et que 60% des séjours Loisirs Marchand y sont hébergés. 3 séjours Loisirs non Marchand sur 10 sont hébergés à Nice, et 24% à Antibes. Pour le segment Affaires, Nice en accueille 41% et Cannes près d'un sur 5.

En 2014 (voir carte), on note une forte progression des séjours hébergements sur les zones littorales, surtout à Menton, Nice et Antibes/CASA, mais une baisse en Montagne et sur le pays de Grasse.

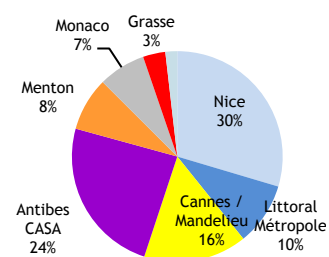
Affaires

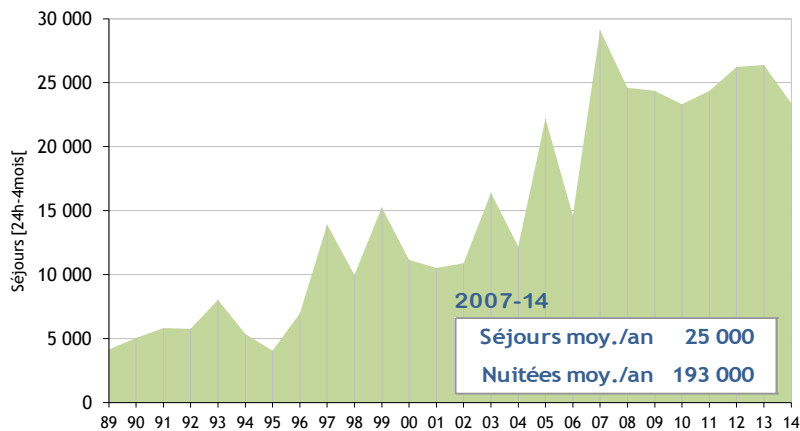


Loisirs-Marchand



Loisirs - Non Marchand





Plus de 4 séjours autrichiens sur 10 sont réalisés par avion jusqu'à Nice-Côte d'Azur. La desserte en direct se limite à la liaison Vienne-Nice.

Le volume de séjours avion s'est considérablement développé, la pointe ayant été atteinte en 2007 à près de 30 000 séjours. Depuis, la demande est plutôt stable.

Les séjours par avion durent en moyenne 7,7 nuits, et pour la cible Loisirs Marchand et l'Affaires le principal segment est de loin le séjour de 4 à 6 nuits. Pour les séjours Loisirs Non Marchand, il s'agit du 7-10 nuits (3 séjours sur 10), avec une durée moyenne élevée à plus de 11 nuits.

Le taux de satisfaction est très bon avec 84% de "très satisfaits" et 3% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs s'élève à 31%, la clientèle étant largement fidélisée.

La dépense moyenne se situe dans les normes, avec 67€ par jour/pers. et 573€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne 20% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe seulement 12%.

La clientèle est âgée de 40 ans en moyenne, voire 37 ans en Loisirs non Marchand, donc assez jeune. Le principal segment âge en Loisirs est le 60 ans et + (20%).

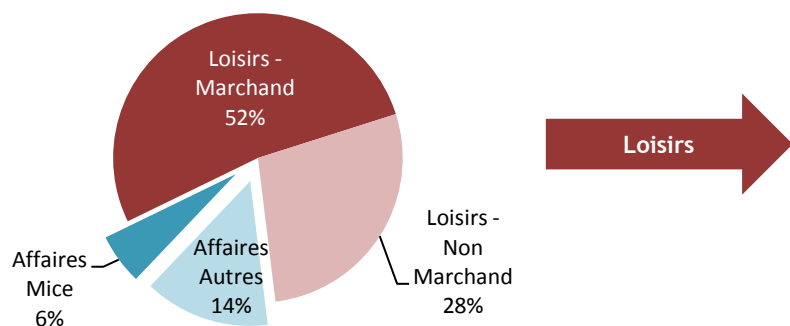
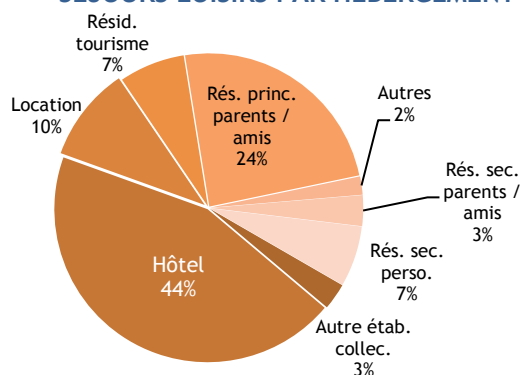
2007-14	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	7,7	6,3	11,1	6,4
Age moyen	40	37	47	38
Nb Personnes	1,7	2,0	1,6	1,4
Taux 1 ^{ère} visite	31%	40%	20%	24%
Dépense/séjour	573 €	619 €	441 €	662 €
Dépense/jour	71 €	92 €	42 €	85 €
> 200€ / jour	12%	11%	6%	28%
De 30 à 200€ /jour	67%	76%	56%	61%
<30€ / jour	20%	14%	38%	11%
Satisfaction				
Très satisfaits	84%	89%	83%	76%
Satisfaits	12%	6%	15%	22%
Non entières. satisfaits	3%	5%	2%	2%

SEGMENTATION CIBLES

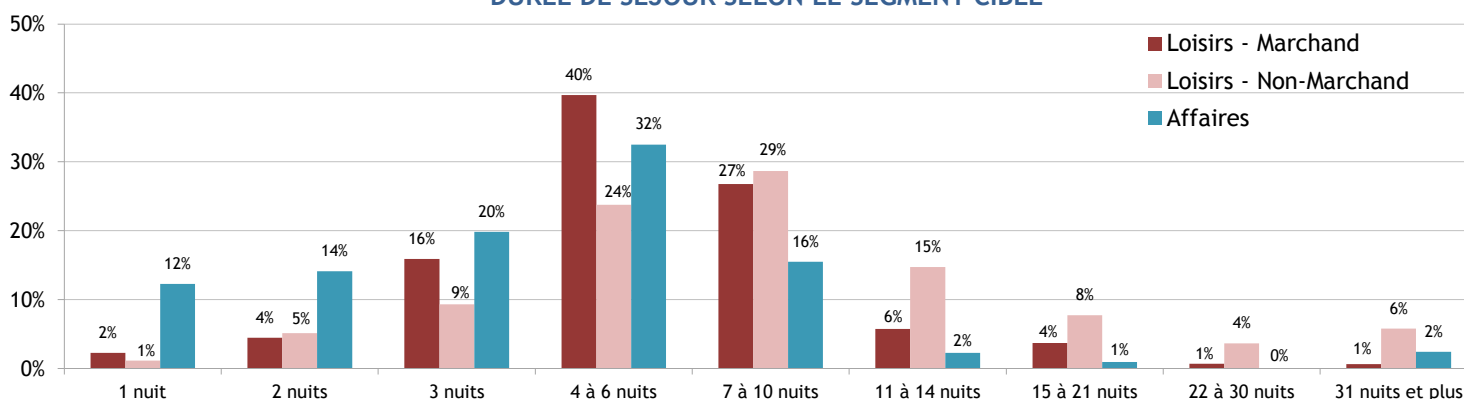
Le segment Loisirs Marchand regroupe plus de la moitié des séjours avion. La part du Loisirs Non Marchand atteint 28%, et le segment Affaires représente un 5ème des séjours, dont seulement 6% pour le MICE.

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin l'hôtel, avec 44%, devant les parents et amis (24%). La location capte 17% du marché, et la résidence secondaire en génère 10%.

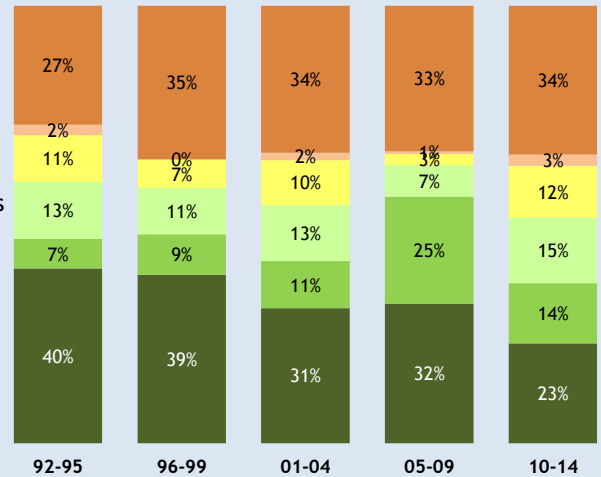
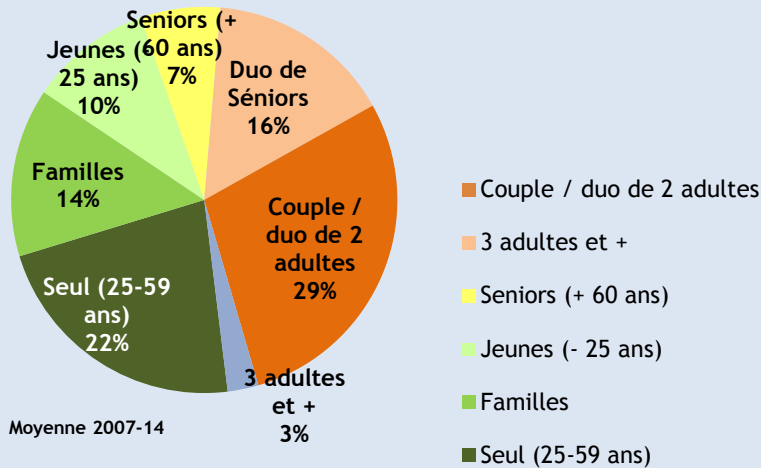
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



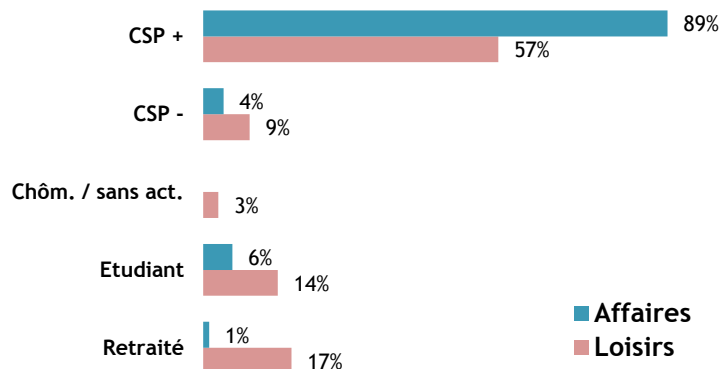
TYPOLOGIE LOISIRS AVION



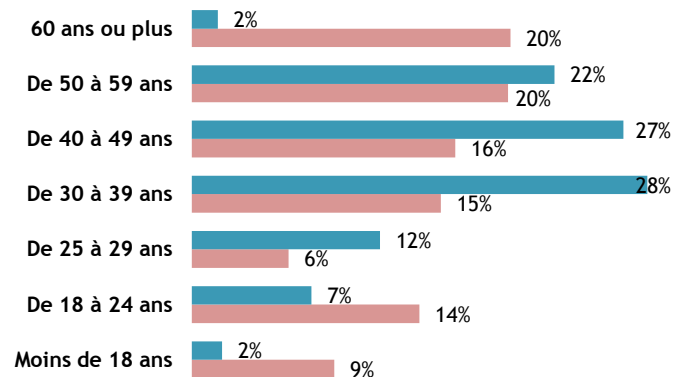
Les Autrichiens à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 29% des cas. Les autres cas se répartissent de façon assez équilibrée. 22% sont des adultes voyageant seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) mais 3% seulement voyagent à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Seniors est le second en importance avec 23% (dont 16% en couple/duo). Le segment Familles regroupe 14% des séjours Loisirs avion (incluant 2,1 enfant en moyenne), et les Jeunes 10%.

Sur deux décennies, l'évolution est très défavorable au segment "Seuls", dont la part s'est réduite quasiment de moitié, au profit surtout des Familles et des Jeunes. Le segment Seniors a chuté puis rebondi, tandis que la part des "couples-2 pax" est restée relativement stable.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



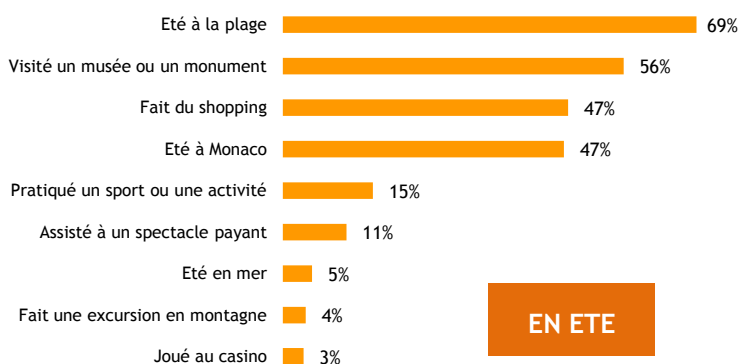
SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



SEGMENT LOISIRS

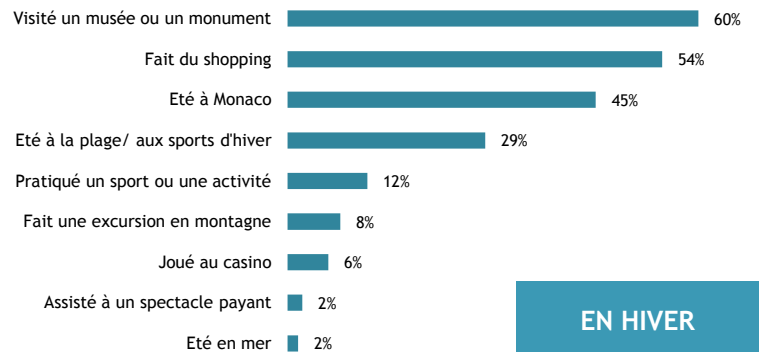
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la plage (69%), la visite de musée-monument (56%) et le shopping. En hiver, c'est la visite de musée-monument qui vient en tête avec 60%, devant le shopping (54%) et la visite à Monaco (45%). Sur l'année entière 14% pratiquent un sport ou une activité durant leur séjour, mais très peu font une excursion en mer ou jouent au casino.

ACTIVITES DECLAREES



EN ETE

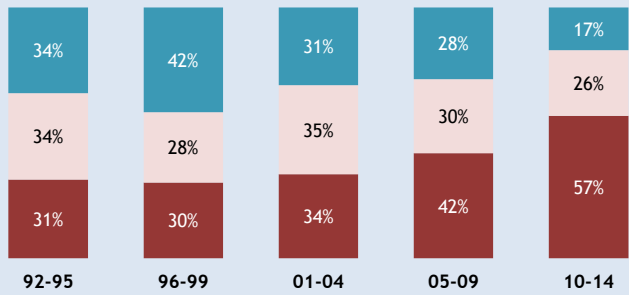
ACTIVITES DECLAREES



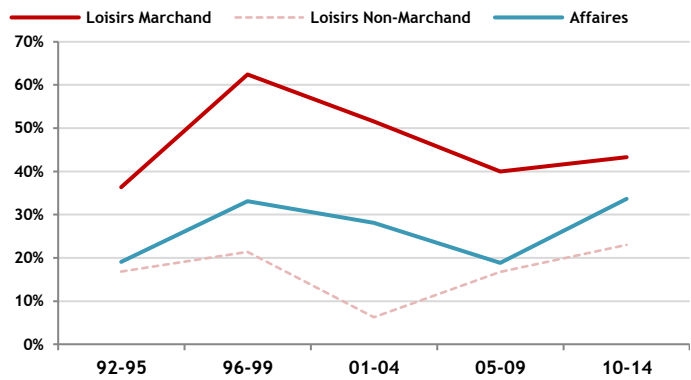
EN HIVER

SEGMENTATION CIBLES

Loisirs Marchand Loisirs Non-Marchand Affaires



TAUX DE PRIMO-VISITEURS



Tendances Visiteurs avion Loisirs

SEGMENTATION CIBLES

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

TAUX DE PRIMO VISITEURS

En progression jusqu'en 99 puis chute et rebond. Retour au niveau antérieur pour les deux segments Loisirs

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Baisse de la durée moy. La part des courts séjours a progressé puis régressé. Doublement des 4-6 N et forte chute des longs séjours

ZONES DE SEJOUR

Nice a fortement accru sa part à plus de 50%. La part des autres zones est en baisse sauf pour Menton, en progression

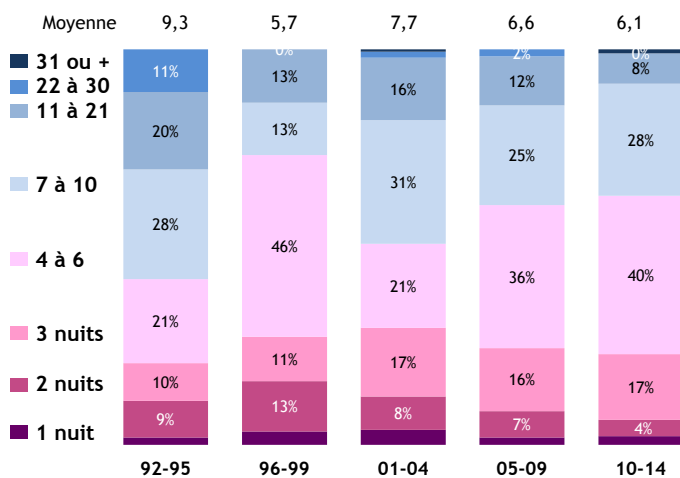
MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel remonte à 50%. Forte hausse de la location mais chute régulière des parents et amis

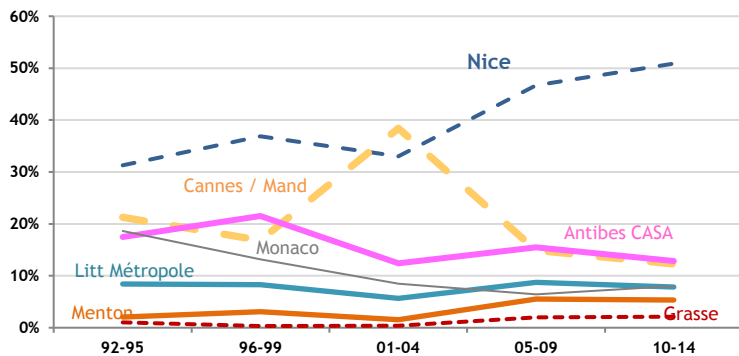
AGE/CSP

Age moyen en baisse à 35 ans en 2001-04, mais en hausse ensuite. Hausse des jeunes -25 ans et chute des 30-39 ans. Hausse et rechute des CSP+ et évolution inverse pour les retraités.

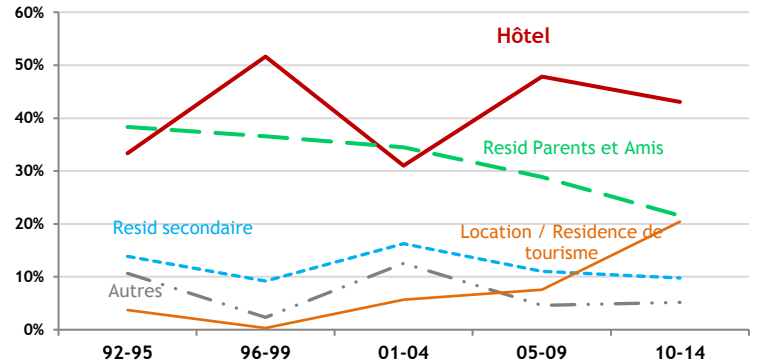
DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



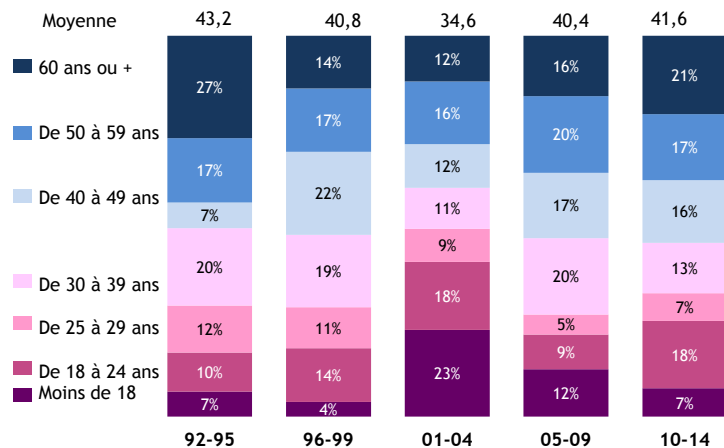
ZONES DE SEJOUR - Loisirs



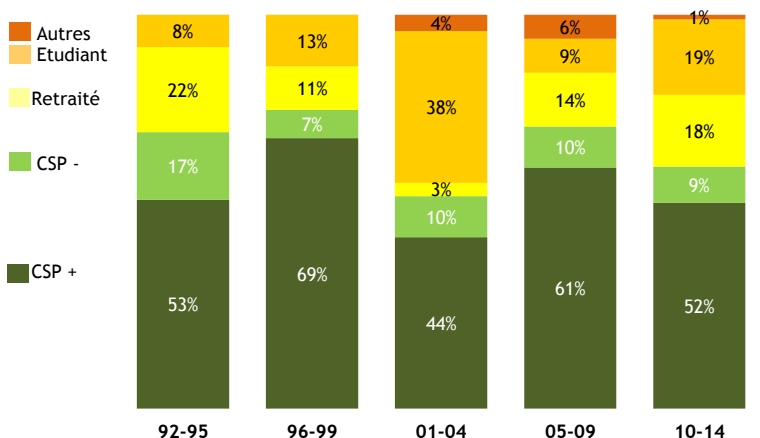
MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



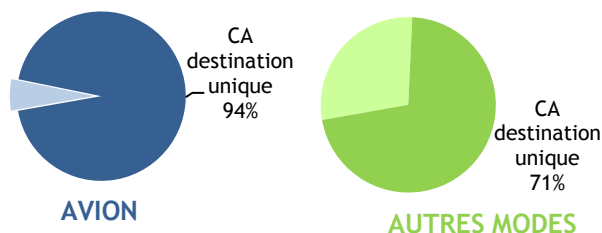
ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)



SEJOURS



	Avion	Autres modes
Dép. par jour	88 €	46 €
Dép. par séjour	884 €	457 €
Durée de séjour	10,1	10,0
Nb moy de personnes	1,6	1,9
Taux 1ère visite	46%	54%
Age moy. répondant	43	39

La source d'enquête Visetran permet de comparer les profils des visiteurs selon le mode de transport utilisé, avion ou autres (route et train).

Les Autrichiens venant par avion séjournent quasi-exclusivement sur la Côte d'Azur au cours de leur voyage, tandis qu'ils sont 71% dans ce cas lorsqu'ils viennent par la route ou le train. Le taux de primo visiteurs est comparable entre les deux modes.

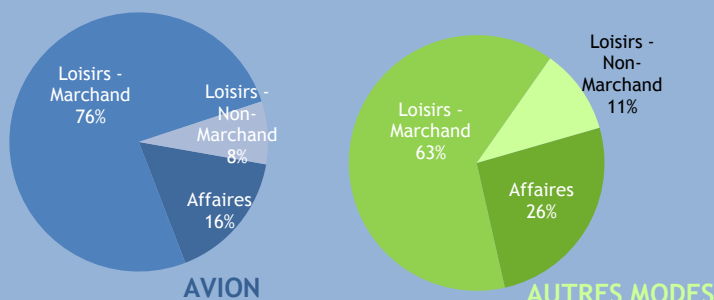
La dépense est sensiblement plus élevée pour les séjours avion, pour des séjours de durée comparable.

L'âge moyen (âge du répondant uniquement) est légèrement plus élevé pour l'avion.

Le segment Loisirs Marchand est très majoritaire avec 76% des visiteurs avion et 63% des visiteurs autres modes. L'affaires représente environ 2 séjours avion sur 10, quel que soit le mode de transport.

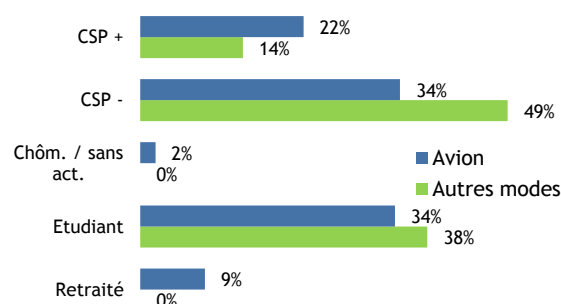
Attention : pour des raisons méthodologiques, ces résultats sont surtout représentatifs des visiteurs effectuant un 1er séjour, et les segments "groupes autocars" et "visiteurs affaires" sont sous-représentés dans ces résultats.

SEGMENTATION CIBLES

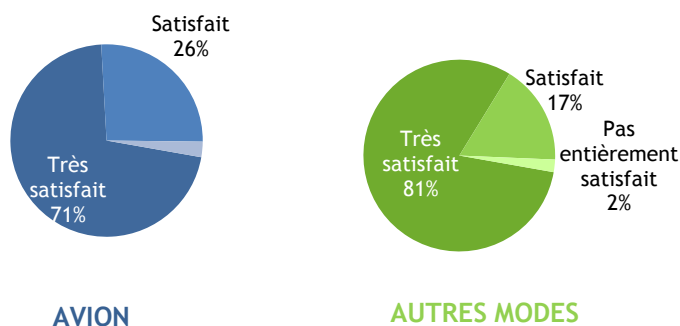


CSP

Les visiteurs appartiennent le plus souvent, sur cette enquête, aux catégories CSP- soit autour de 4 séjours sur 10. Les étudiants sont sur-représentés.



SATISFACTION



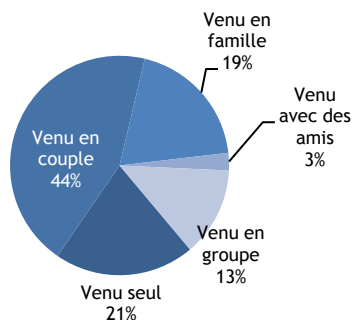
Mots cités spontanément

En positif		En négatif
Primo-visit.	Déjà Venus	
1 nice	1 nice	1 expensive
2 people	2 people	2 public
3 beautiful	3 weather	3 beaches
4 weather	4 beautiful	4 prices
5 beaches	5 friendly	5 transport
6 friendly	6 climate	6 camera
7 food	7 food	7 niceVille
8 cotedazur	8 landscape	8 people
9 cities	9 beaches	9 unfriendly
10 culture	10 sun	10 staff

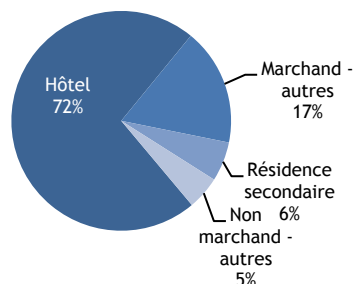
Les Autrichiens sont très satisfaits de leur séjour dans environ 71% des cas, pour l'avion, et 81% pour les autres modes. Le taux de satisfaction est bon et l'on compte seulement 2% des visiteurs ne se déclarant pas entièrement satisfaits. 79% donnent spontanément un commentaire, positif dans 86% des cas. Parmi ces commentaires positifs, les mots "people", "weather" et "beaches" sont les noms communs significatifs qui sont le plus fréquemment formulés par les primo-visiteurs, et les mots "people", "weather-climate" et "food" pour les visiteurs déjà venus. Les mots qualifiants les plus fréquents sont "nice", "beautiful" et "friendly". En négatif apparaissent surtout les termes "expensive", "public", "beaches" et "prices".

% avec commentaires	79%	Nb. Moyen de com.	2,6	Nb. Moyen com. %	Positif 86%	Négatif 14%
---------------------	-----	-------------------	-----	------------------	-------------	-------------

SEJOURS LOISIRS PAR TYPE DE GROUPE



AVION



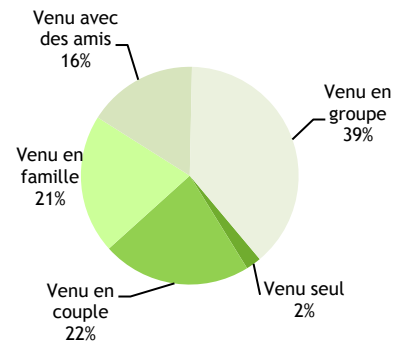
Les visiteurs venus en couple sont les plus nombreux avec un visiteur avion sur deux et un visiteur autres modes sur 4. Les familles représentent autour du 5ème de la demande, quel que soit le mode.

Seuls 2% des Autrichiens voyageant par la route ou le train séjournent seuls, mais 21% des séjournants par avion sont dans ce cas. Peu de visiteurs avion voyagent avec des amis, contre plus du 5ème des visiteurs autres modes. Attention l'échantillon route-train est encore très faible et non représentatif.

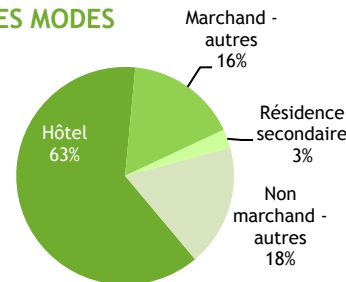
HEBERGEMENT SEJOURS LOISIRS

Les visiteurs séjournent surtout en hôtel, soit 7 séjours avion sur 10 et plus de 6 séjours autres modes sur 10.

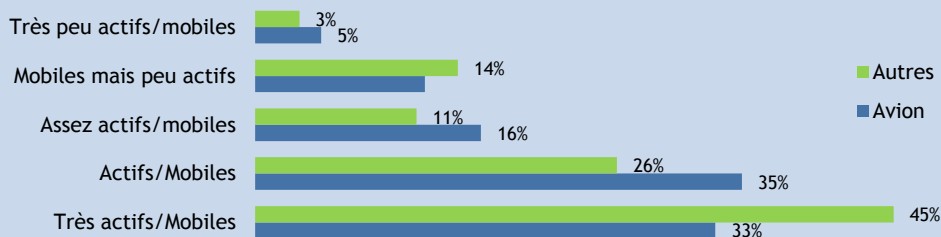
Les autres modes marchands représentent près de 20% de la demande loisirs, quel que soit le mode de transport. Le segment non marchand autres (parents et amis) est bien plus présent parmi la clientèle route-train.



AUTRES MODES



TYPOLOGIE LOISIRS MOBILITE / ACTIVITES



Les Autrichiens séjournant sur la Côte d'Azur sont plutôt mobiles/actifs que sédentaires. Seulement 4% des séjours sont sédentaires/inactifs. Le principal segment est celui des "très actifs/mobiles" (4 séjours sur 10 quel que soit le mode de transport). Concernant les lieux ou activités les plus souvent cités sur la période été, on note surtout Nice, la plage et le shopping. Sur la période hiver, il s'agit surtout de Nice, des musées, et du shopping. La montagne est citée par 20% en été mais seulement 5% en hiver. Les casinos sont cités par près du quart des visiteurs.

TAUX DE VISITES OU D'ACTIVITES DECLAREES

