

Le Marché Irlandais

La République d'Irlande constitue un petit marché atypique au sein de l'Union Européenne, avec une économie très dynamique due en partie au dumping fiscal, avec implantation de grandes multinationales. La sortie de crise est en cours. L'€ est la monnaie officielle de l'Eire.

Le "marché" Irlande est un cas particulier, car il inclut théoriquement la province d'Irlande du Nord (Ulster), sans certitude quant à l'affectation correcte de cette origine. Les volumes estimés sont donc à considérer avec précaution.

La Côte d'Azur

Le marché irlandais fait partie du marché GB-Irlande, qui figure au 2^{ème} rang. Parmi les sous-marchés (pays) il figure au 16^{ème} rang. Sa contribution à la fréquentation étrangère tourne autour de 1%. La Côte d'Azur accueille 9% des nuitées hôtels en France. La part de marché est moyenne mais en hausse.

Principales régions d'origine : environ 3/4 d'Eire et 1/4 d'Ulster

Chiffres clés

- 65 000 séjours de 6,8 nuits en moyenne, dont :
- 25 000 séjours en hôtels et résidences
- 46 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 1200 résidences secondaires (x2 en 10 ans)

Dépense : 57€/jour, 527€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : NC

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 55%, juillet-août = 25%, hiver = 15%. Pointe en septembre (16%)

Visiteurs avion : Plus de 7 sur 10 repartent sur les vols vers Dublin, 13% vers Cork, 6% vers Belfast, 4% vers Londres

Ce marché inclut la République d'Irlande (Eire) et la province britannique d'Irlande du Nord (Ulster), soit une population de 6,5 millions d'habitants dont 4,6 en Eire (âge moyen : 34 ans).

PIB (Eire)

Tendance annuelle moyenne 95-2014 : + 4,2%/an

Dépenses à l'étranger (Eire)

4,7 milliards €, au 36^{ème} rang mondial en 2014 - Tendance annuelle moyenne 2005-2014 : - 0,5%

Nombre de jours de congés payés (Eire)

25 + 9 jours fériés = 34

Visa nécessaire pour la France : NON (espace Schengen)

Particularités du calendrier : St Patrick le 17 mars, Halloween le 31 octobre, St Stephen le 26 décembre

C'est un marché...

- quasi exclusivement de loisirs
- bien desservi par les low cost (Ryanair notamment)
- francophile, sinon francophone
- de moyens et longs séjours
- de couples, de seniors et de familles
- pour l'hôtellerie 3-4* et location, surtout en résidences
- à forte motivation plage (80% en été), au 2^{ème} rang des sous-marchés (pays) et shopping (2^{ème} rang aussi)



Pouvoir d'achat de la Livre Stlg en France



Période	Variation
5 ans	+12,59%
3 ans	+10,14%
1 an	+10,45%
6 mois	+7,01%

L'évolution du pouvoir d'achat des Nord-Irlandais en France (€ pour 1 Livre) a été fortement défavorable entre 2007 et 2009, mais se redresse bien depuis. Le gain est de 13% sur les 5 dernières années, de 10% sur un an et de 7% sur 6 mois.

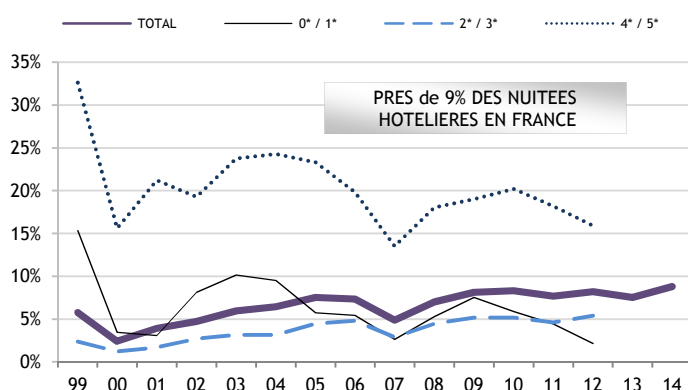
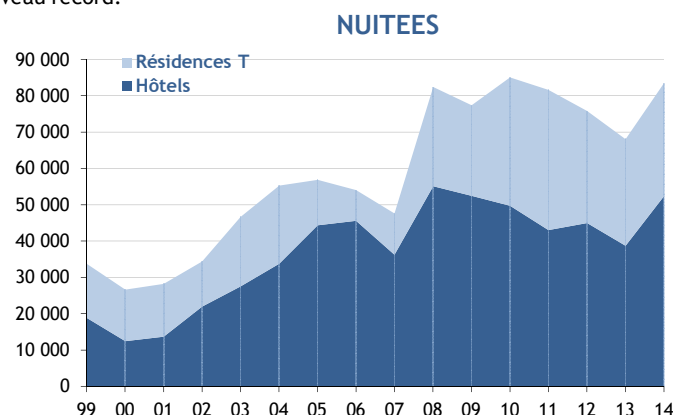
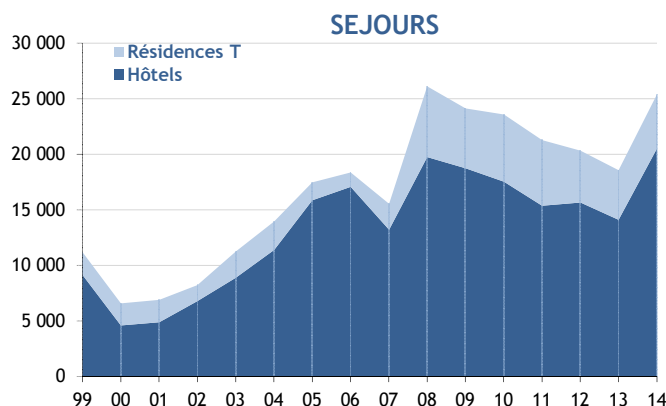
😊 Points forts

- une économie dynamique
- un fort intérêt pour la Côte d'Azur (hausse de la part de marché) et de nombreuses résidences secondaires
- un potentiel pour l'hiver (forte présence en France)
- durée de séjour longue (principal segment Marchand : 7-10 nuits)
- bon taux de pratique d'activités, sportives ou culturelles (2^{ème} rang sur 45 pays pour la plage et le shopping)
- plus de la moitié des séjours hôtels en 4-5*
- 90% de touristes très satisfaits

☹️ Points faibles

- demande hivernale actuellement très faible
- dépense quotidienne limitée du fait du poids des hébergements non Marchands
- âge de la clientèle assez élevé et faible taux de clientèle jeune (5% des séjours avion)

Les séjours irlandais en hôtels et résidences ont littéralement explosé jusqu'en 2008, puis ont reflué jusqu'en 2013. 2014 marque un très net rebond au meilleur niveau atteint par le passé. Cette croissance est remarquable compte tenu de l'accroissement parallèle du nombre des résidences secondaires. Les résidences de tourisme accueillent de nombreux longs séjours. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 21% des séjours et 40% des nuitées, un niveau record.



PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

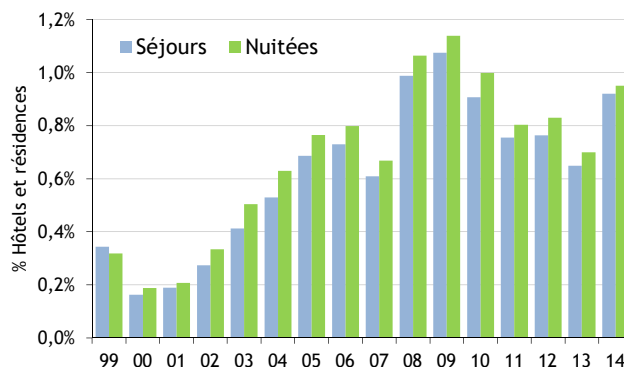
Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Irlandais (Eire seulement) en réalisent 8,8% sur la Côte d'Azur, un taux qui s'inscrit dans une bonne moyenne. La tendance est très positive, malgré un repli en 2007 et 2013, et le niveau atteint en 2014 est excellent.

Selon les catégories, on note une forte chute puis une stabilisation à 22,7% de la part en 4-5*, en 2012 (ND ensuite). Une relative stabilité en 2-3* (avec renforcement entre 2001 et 2004), et une forte fluctuation de la part en 0-1*.

La part des Irlandais dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences avait fortement progressé jusqu'à un maximum de près de 1,2% en 2009, mais a régressé ensuite. La contribution remonte en 2014 à près de 1%. L'Irlande est un petit marché complémentaire pour le tourisme étranger azuréen.

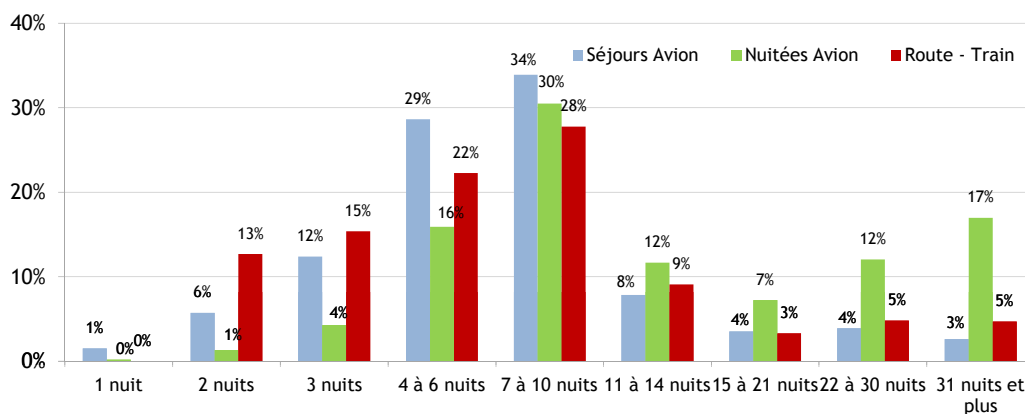
La part des nuitées est généralement plus élevée que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour supérieure à la moyenne.

CONTRIBUTION DES IRLANDAIS A LA FREQUENTATION ETRANGERE

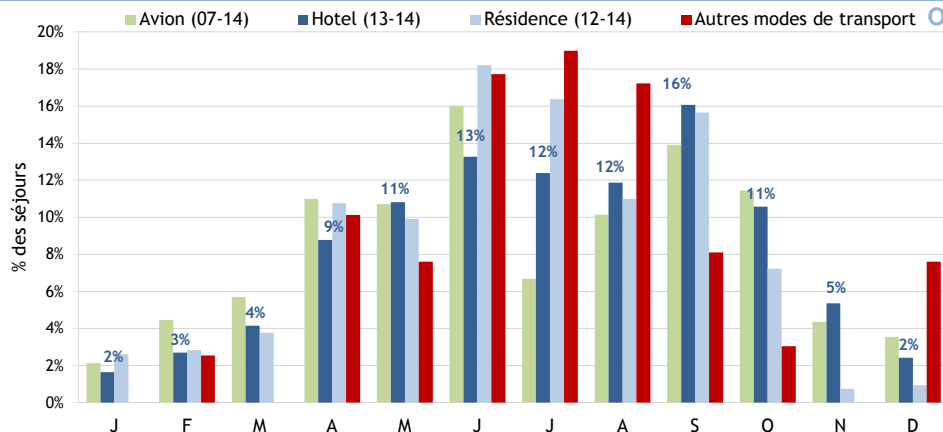


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Irlandais est assez longue sur la Côte d'Azur. Les séjours par avion durent 8,6 nuits en moyenne (8,6 pour le Loisirs et 9,7 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchand durent près de 10 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) ne représentent que 20% sur le segment avion. Dans l'hôtellerie, les séjours sont relativement longs à 2,7 nuits (mais ils duraient 4 nuits avant 90), et dans les résidences ils durent 6,5 nuits. Pour les séjours avion, le principal segment est de loin le 4-6 nuits, soit plus du tiers des séjours. Les séjours de plus de trois semaines génèrent 3 nuitées avion sur 10. Les séjours route-train durent 10 nuits en moyenne et le principal segment est le 7-10 nuits.



	Durée	Nuits
	Hôtels	2,7
	Résidences	6,5
	Hôtels+Rés.	3,5
Avion 12-14	Moyenne	8,6
	Loisirs	8,6
	Dont Hébergement marchand	7,7
	Dont Hébergement non-marchand	9,8
	Affaires	9,7
	Dont MICE	3,8
	Dont Autres affaires	10,2
	Route - Train	9,9



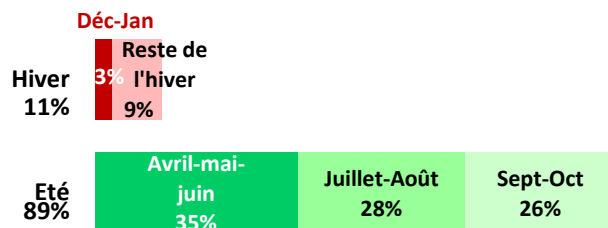
Les séjours irlandais sont fortement concentrés sur les mois d'Avril à Octobre, avec une faible présence en hiver. La pointe annuelle se situe en Juin-Juillet, et l'arrière saison est très bien fréquentée aussi. Les séjours avion sont mieux répartis, mais avec un creux en Juillet.

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 concentrées entre Avril et Octobre. Juin et Juillet réalisent un tiers de l'année. L'hiver ne regroupe que 11% des nuitées marchandes. La période de Juin à Septembre représente 62% du total annuel.

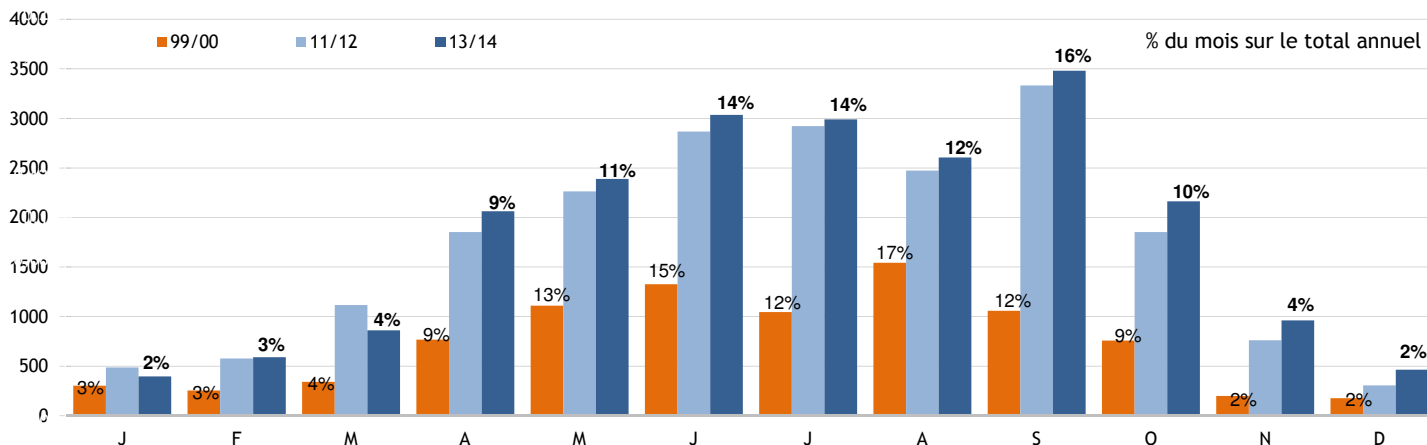
Hotels + Résidences		
13-14	SEJOURS	NUITEES
J	1,8%	1,3%
F	2,7%	2,2%
M	3,9%	3,3%
A	9,4%	8,6%
M	10,9%	9,5%
J	13,8%	16,4%
J	13,6%	15,8%
A	11,8%	12,7%
S	15,8%	17,0%
O	9,8%	8,6%
N	4,4%	3,0%
D	2,1%	1,5%

NUITEES 2013/14 - HOTELS ET RESIDENCES



L'évolution des séjours hébergements depuis 1999 (en volume) montre une croissance de la demande toute l'année, surtout marquée en Novembre (+382%), Septembre (+228%) ainsi qu'en Juillet et Octobre (+185%). Janvier n'a progressé que de 31% et Août de 69%. Concernant la part de chaque mois, on note entre 99 et 2013/14 une croissance de la part des séjours réalisés en Juillet, Septembre, Octobre et Novembre.

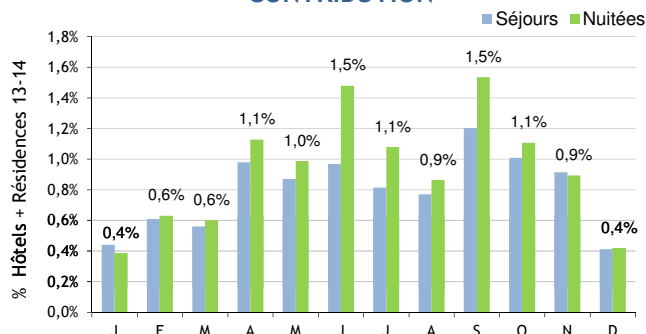
EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



POTENTIEL MENSUEL

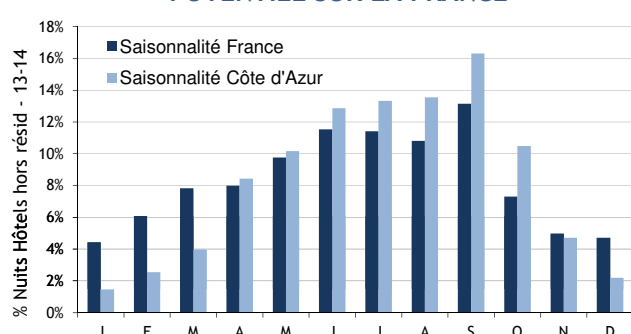
La part des Irlandais sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 0,4% en Décembre-Janvier à 1,5% en Juin et Septembre. Ce marché est donc complémentaire tous les mois entre Avril et Novembre. La part de marché Côte d'Azur/France est très faible en Janvier (2,8%), mais dépasse les 12% en Octobre. Si on compare la distribution mensuelle des nuitées entre la France et la Côte d'Azur, on constate un fort potentiel sur les mois de Décembre à Mars, avec une présence importante en France mais pas sur la Côte d'Azur.

CONTRIBUTION

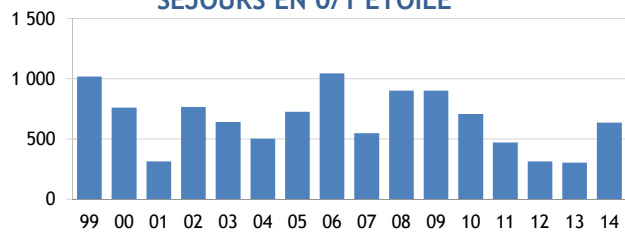


PDM 06/F	
J	2,8%
F	3,5%
M	4,3%
A	8,9%
M	8,7%
J	9,4%
J	9,8%
A	10,5%
S	10,4%
O	12,0%
N	8,0%
D	3,9%

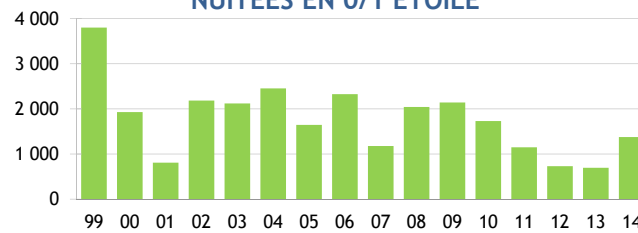
POTENTIEL SUR LA FRANCE



SEJOURS EN 0/1 ETOILE



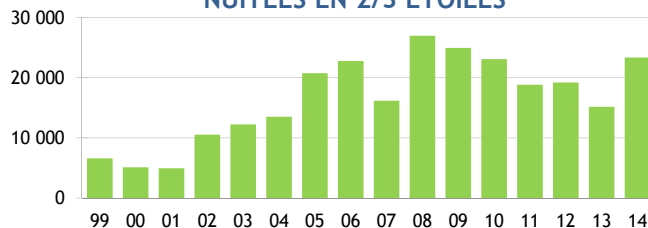
NUITEES EN 0/1 ETOILE



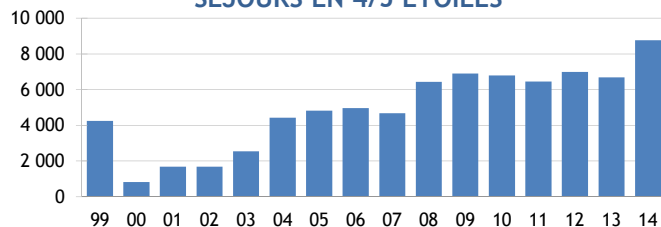
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



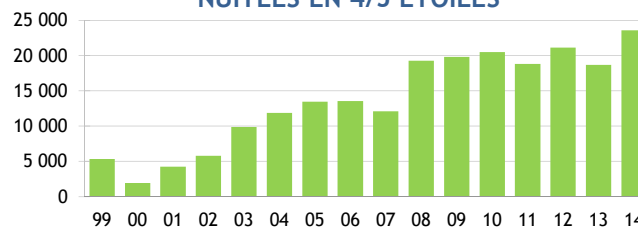
NUITEES EN 2/3 ETOILES



SEJOURS EN 4/5 ETOILES



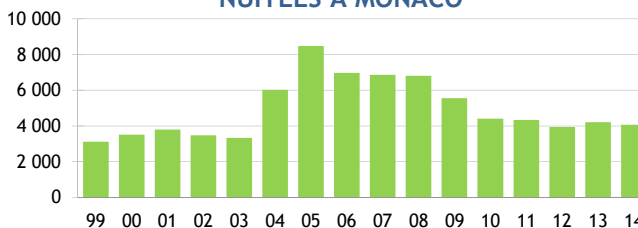
NUITEES EN 4/5 ETOILES



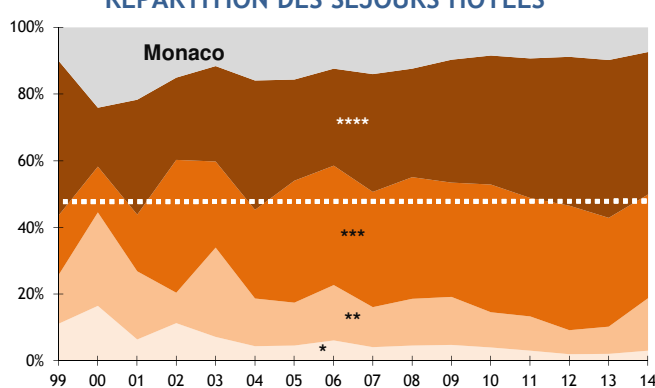
SEJOURS A MONACO



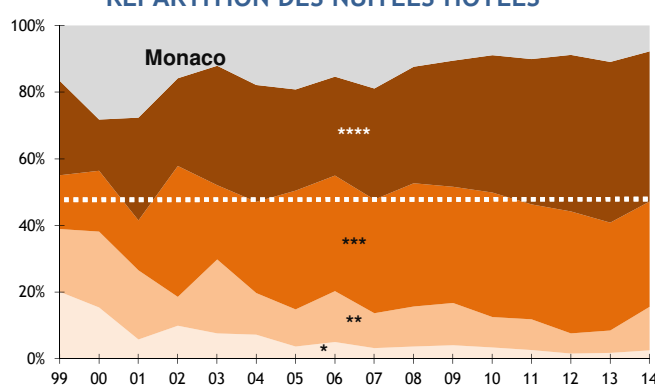
NUITEES A MONACO



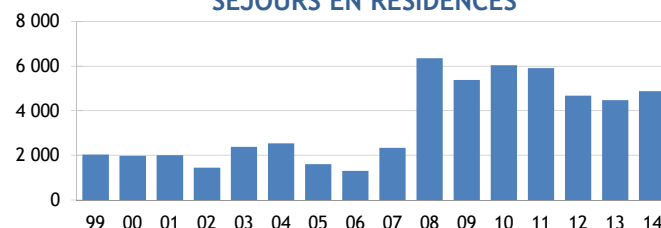
REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



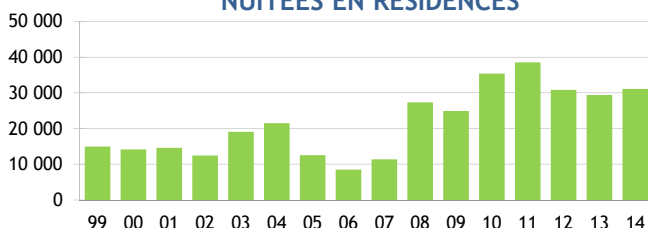
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



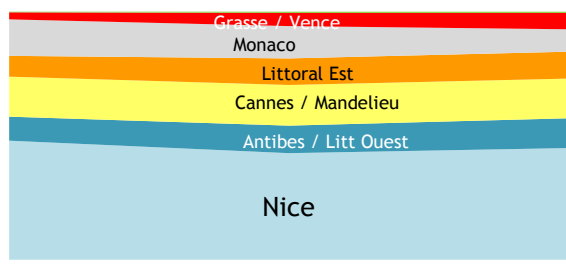
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE

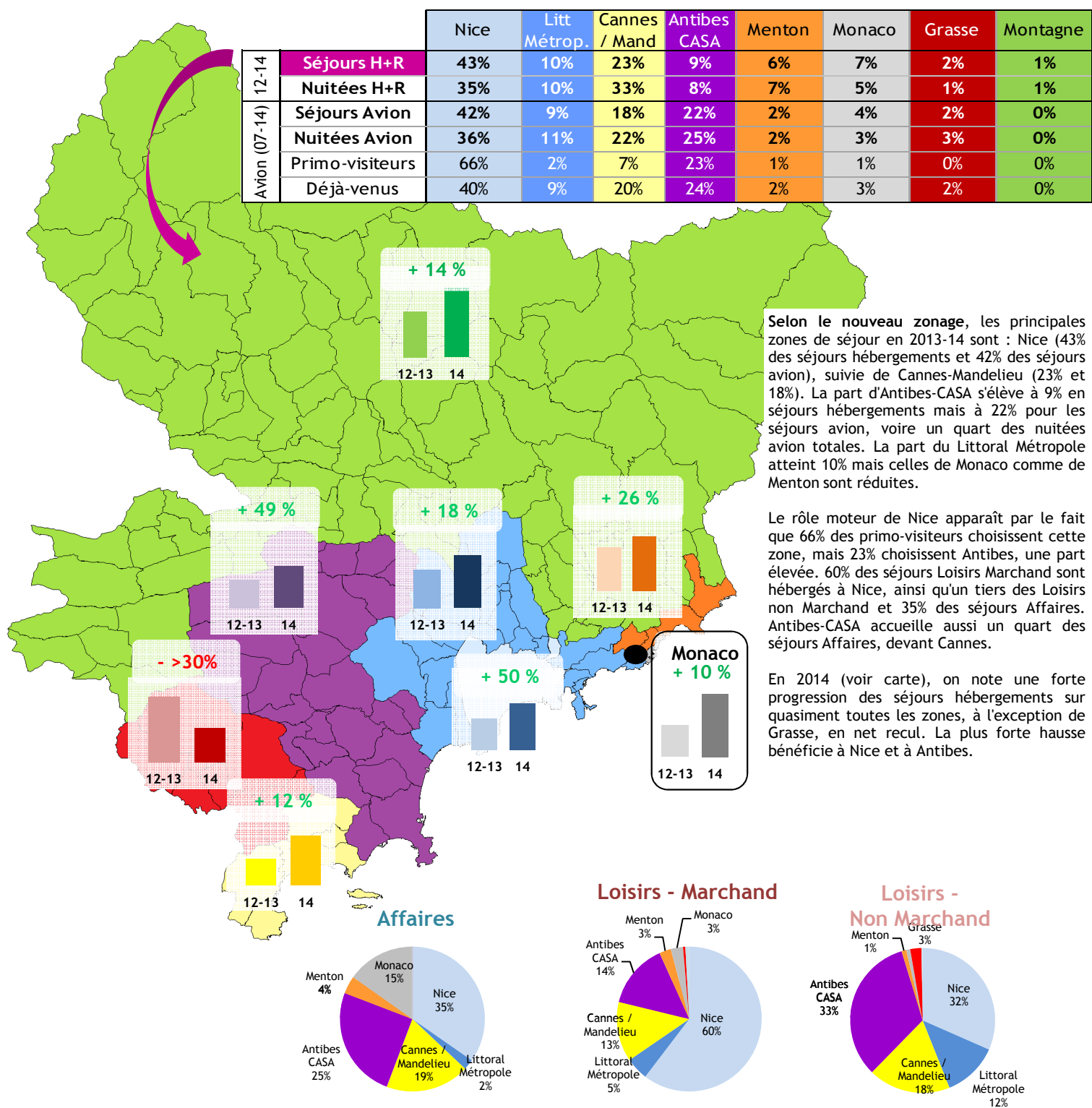


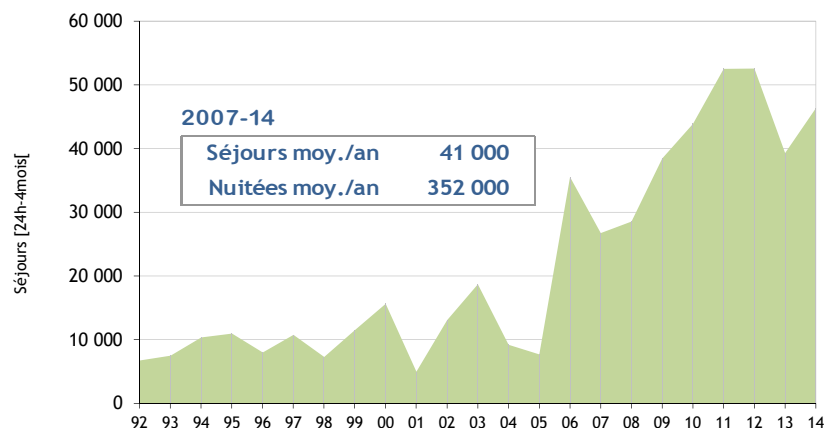
1999 2006 2012

Historiquement, les Danois se répartissaient assez bien sur l'espace azuréen, avec une part de 42%, donc élevée, pour Nice.

Cannes-Mandelieu, en seconde position, a vu sa part s'accroître (+4 points à 23%), tandis qu'Antibes-CASA et Littoral Ouest et Est restaient stables. Monaco gagnait un point à 8%, mais le Moyen Pays reculait fortement (-4 points à 5%).

Une bonne partie de ces évolutions est due au probable transfert au profit des résidences de tourisme et secondaires.





La très grande majorité des Irlandais arrive sur la Côte d'Azur par avion et ce flux est en progression constante, tout particulièrement depuis 2005. La croissance a été forte jusqu'en 2011-12, qui marquent un record absolu à plus de 50000 séjours avion.

Les séjours par avion durent en moyenne 8,6 nuits, et pour les 2 cibles Motifs Loisirs le principal segment est le séjour de 7-10 nuits (près de 4 séjours Loisirs Marchand sur 10). Pour les séjours Affaires le principal segment est le 4-6 nuits. La part des courts séjours est très réduite. La durée moyenne en Loisirs non Marchand est élevée, à près de 10 nuits, et de près de 8 nuits en Loisirs Marchand.

Le taux de satisfaction est excellent avec 90% de "très satisfaits" et seulement 3% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs s'élève à 39%.

La dépense moyenne s'élève à 57€ par jour/pers. et 527€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne 24% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe seulement 5%.

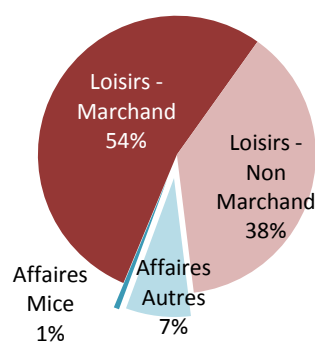
La clientèle est âgée de 43 ans en moyenne, voire 47 ans en Loisirs non Marchand. Le principal segment âge en Loisirs est de loin le 60 ans et + (27%).

2007-14	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	8,6	7,7	9,8	9,7
Age moyen	43	44	47	35
Nb Personnes	2,1	2,3	2,0	1,4
Taux 1 ^{ère} visite	39%	50%	21%	27%
Dépense/séjour	527 €	575 €	409 €	888 €
Dépense/jour	57 €	69 €	39 €	103 €
> 200€ / jour	5%	3%	2%	40%
De 30 à 200€ / jour	71%	82%	58%	47%
<30€ / jour	24%	15%	40%	12%
Satisfaction				
Très satisfaits	90%	91%	91%	79%
Satisfaits	7%	6%	7%	19%
Non entières. Satisf.	3%	3%	2%	2%

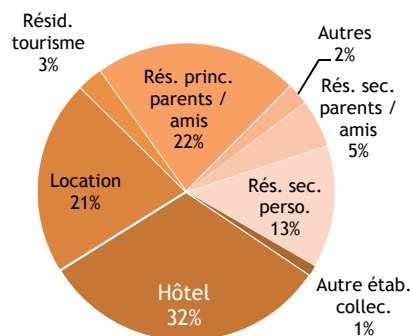
SEGMENTATION CIBLES

Le segment Loisirs Marchand regroupe 54% des séjours avion, et le segment Loisirs non Marchand 38%. La part de l'Affaires se limite à 8% dont seulement 1% en MICE.

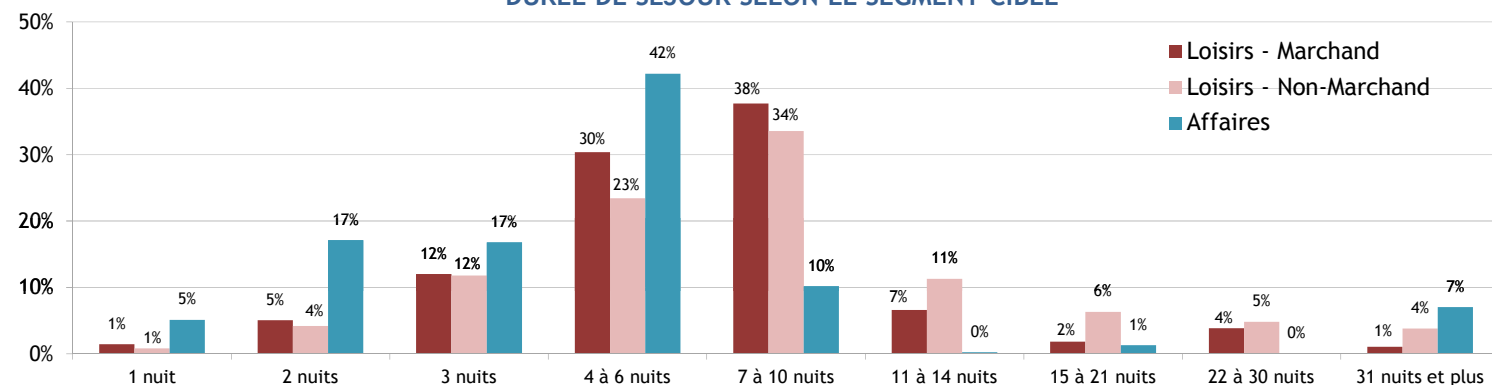
Parmi les séjours Loisirs, la répartition entre modes d'hébergement est équilibrée. L'hôtel se place en tête avec 32%, devant la location (24%, dont seulement 3% en résidences de tourisme) et les parents et amis (22%). 18% des séjours Loisirs sont hébergés en résidences secondaires.



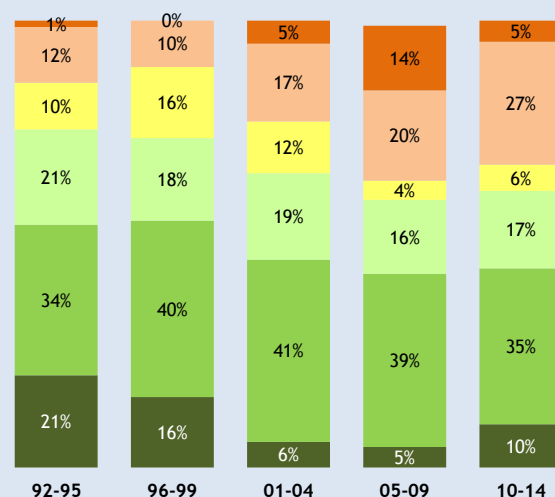
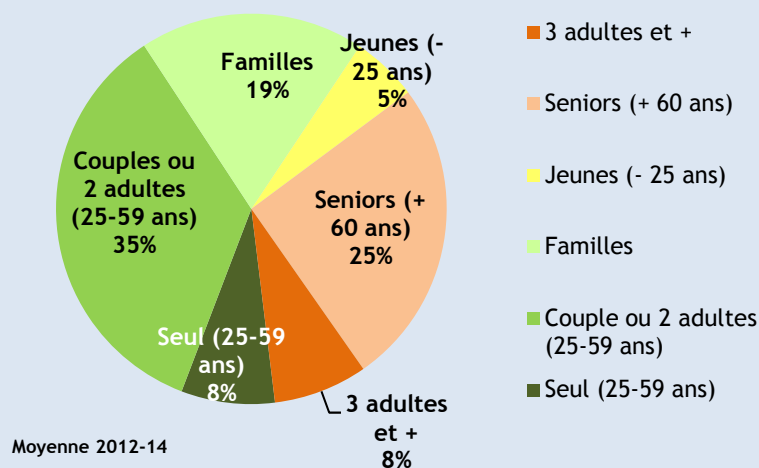
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



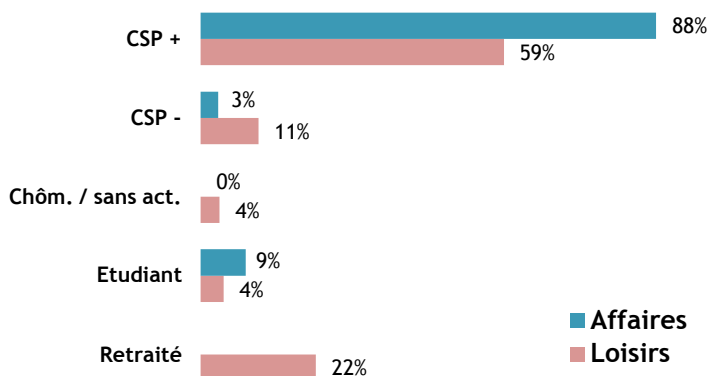
TYPLOGIE LOISIRS AVION



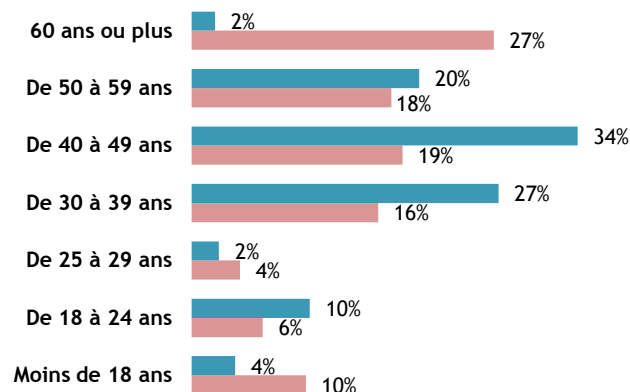
Les Irlandais à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 35% des cas. Le second segment est celui des Seniors qui regroupent le quart de la demande Loisirs, devant les Familles (19%, incluant 2 enfants en moyenne, un record). 8% sont des adultes voyagent seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et 8% également voyagent à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Jeunes se limite à 5% des séjours Loisirs avion.

Sur deux décennies, l'évolution est largement favorable au segment Seniors, qui a plus que doublé sa part, au détriment des Familles et des voyageurs seuls. La part des "couples-2 pax" a augmenté puis réduit sa part du total, et la part des Jeunes a diminué de moitié.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



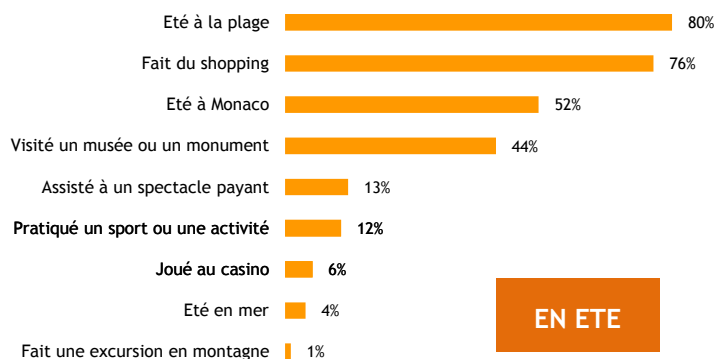
SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



SEGMENT LOISIRS

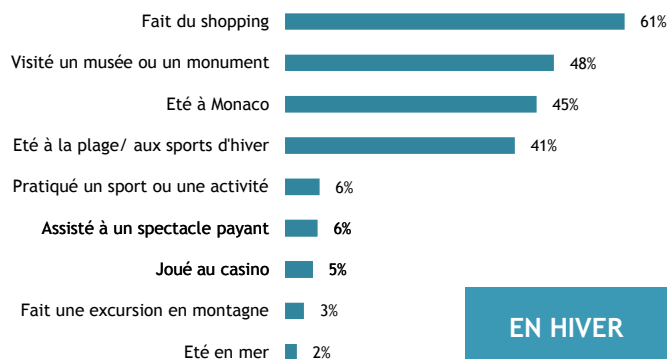
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la plage (80%), le shopping (76%) et la visite de Monaco (52%). En hiver, c'est le shopping qui vient en tête avec 61%, devant la visite de musée-monument (48%) et la visite à Monaco (45%). Sur l'année entière 10% déclarent avoir pratiqué un sport ou une activité durant leur séjour et quasiment autant avoir assisté à un spectacle payant.

ACTIVITES DECLAREES



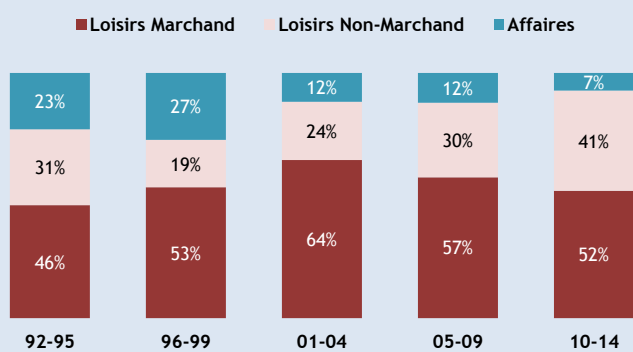
EN ETE

ACTIVITES DECLAREES

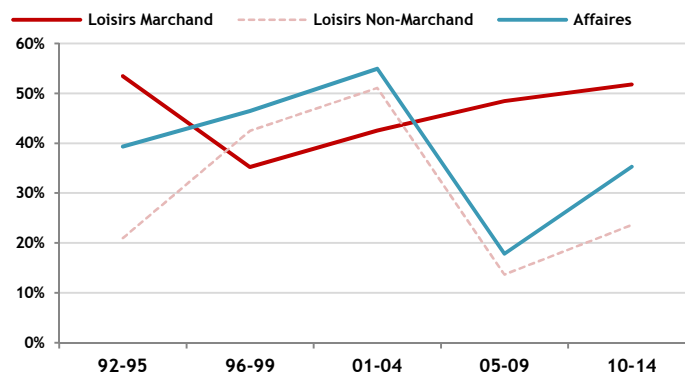


EN HIVER

SEGMENTATION CIBLES

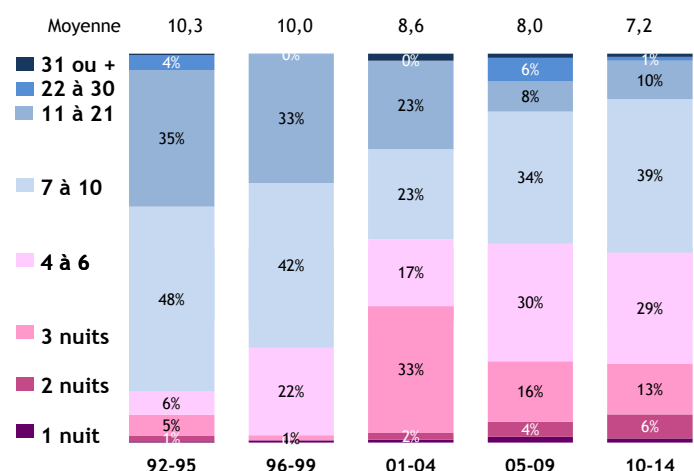


TAUX DE PRIMO-VISITEURS



Tendances Visiteurs avion Loisirs

DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



SEGMENTATION CIBLES

Progression puis consolidation de la part du Loisirs Marchand, croissance plus récente du Loisirs non Marchand, mais très net recul de l'Affaires

TAUX DE PRIMO VISITEURS

Evolution chaotique pour les 3 cibles avec tendance globale plutôt négative mais stabilité pour le Loisirs Marchand

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Nette tendance à la baisse. La part des courts séjours a explosé jusqu'en 2004, stable ensuite. La part des longs séjours est en baisse régulière. Rebond des 4-6 nuits depuis 2004

ZONES DE SEJOUR

Nice a accru sa part et est passée devant Cannes, en baisse. Relative stabilité pour Antibes et Littoral Métropole. Chute de la part de Monaco et Menton

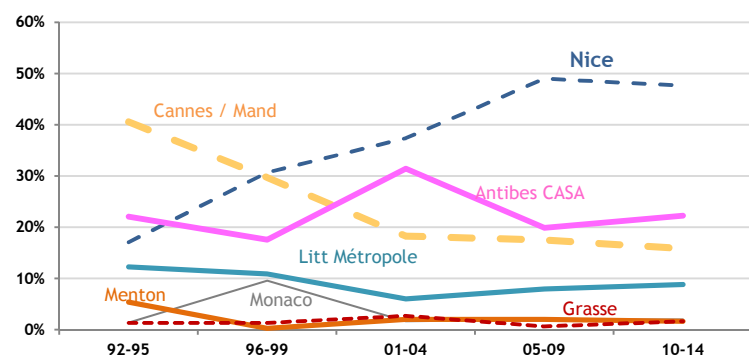
MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel baisse depuis 2004, au profit de la location et de la résidence secondaire. Chute et rebond de la part des parents et amis

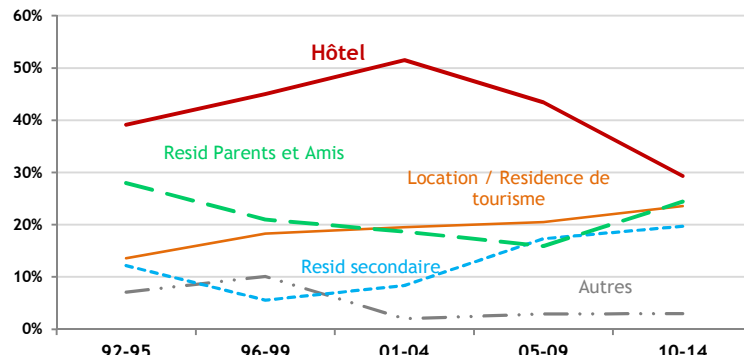
AGE/CSP

Age moyen en nette hausse. Baisse régulière des 50-59 ans au profit des 60 ans et +. Chute de la part des -30 ans. Tendance à la baisse de la part des CSP+, hausse des retraités, quasi-disparition des étudiants

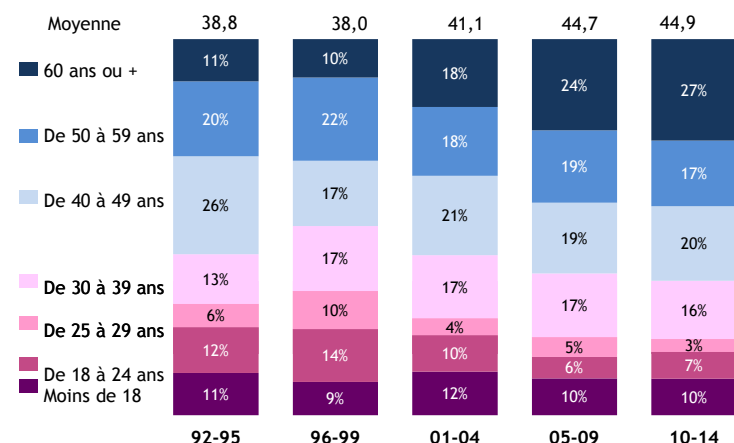
ZONES DE SEJOUR - Loisirs



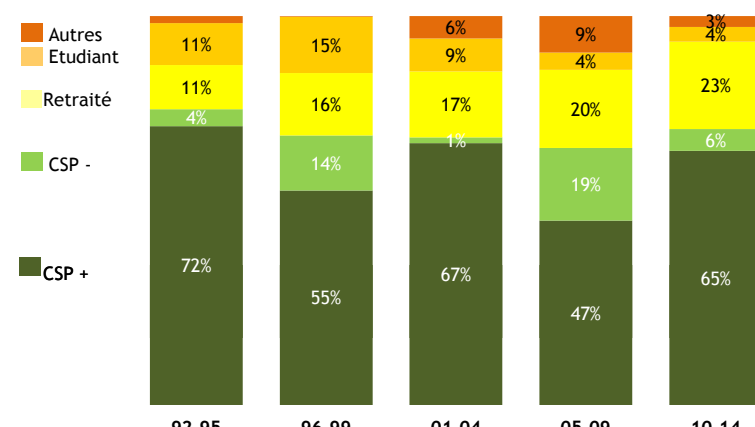
MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)



OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR

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

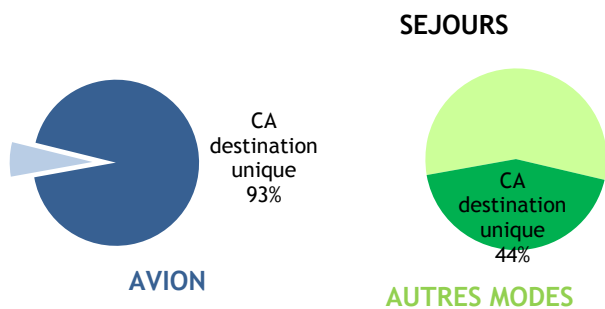
Les Irlandais venant par avion séjournent presque tous sur la Côte d'Azur exclusivement au cours de ce voyage (93%), tandis qu'ils ne sont plus que moins d'un sur deux lorsqu'ils viennent par la route ou le train. Le taux de primo-visiteurs est proche pour les deux modes d'acheminement, à plus de 50% (sur-représentés dans cette enquête).

La dépense par jour apparaît un peu plus élevée pour l'avion, alors que la dépense par séjour est identique, du fait de séjours route-train un peu plus longs.

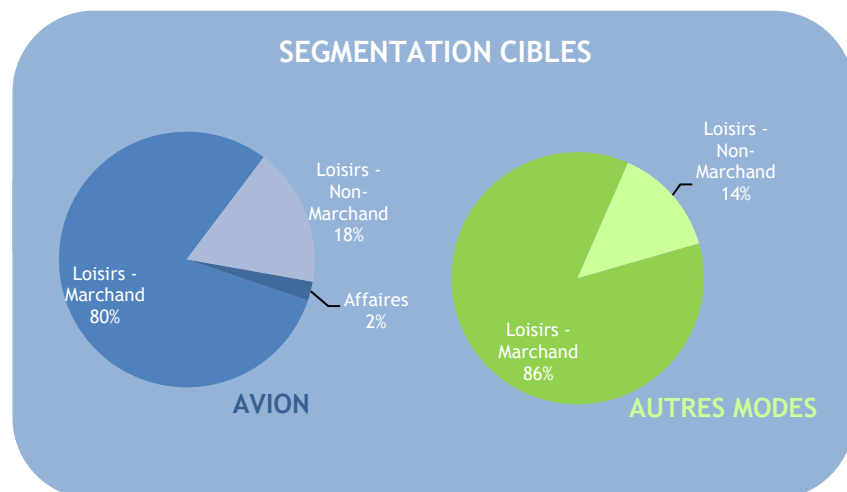
L'âge moyen des Irlandais (âge du répondant uniquement) est élevé quel que soit le mode de transport, soit plus de 50 ans.

Le segment Loisirs Marchand est largement majoritaire, soit 8 séjours sur 10 quel que soit le mode.

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

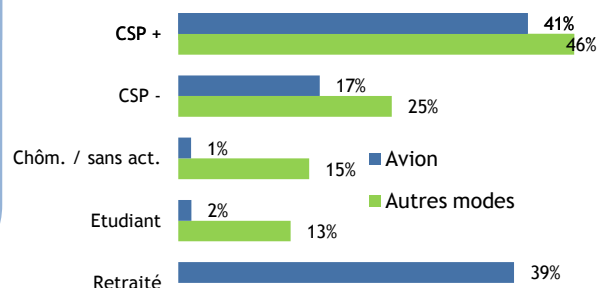


	Avion	Autres modes
Dép. par jour	70 €	53 €
Dép. par séjour	708 €	697 €
Durée de séjour	10,1	13,2
Nb moy de personnes	2,0	2,0
Taux 1ère visite	54%	68%
Age moy. répondant	54	58

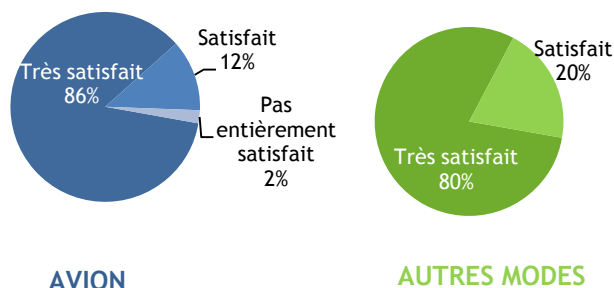


CSP

Les visiteurs Irlandais appartiennent le plus souvent aux catégories CSP+ ou retraités (près de la moitié des visiteurs). Les étudiants sont surtout présents dans le mode route-train et les retraités sont majoritaires dans le mode avion (4 visiteurs sur 10).



SATISFACTION



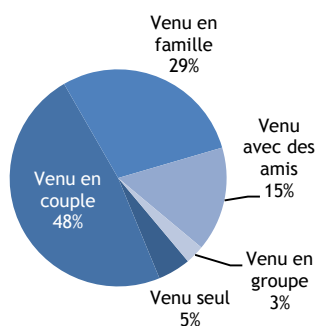
Mots cités spontanément

En positif		En négatif
1 weather	1 weather	1 niceVille
2 people	2 food	2 expensive
3 beautiful	3 people	3 beaches
4 food	4 beautiful	4 weather
5 friendly	5 friendly	5 bus
6 lovely	6 lovely	6 restaurants
7 scenery	7 scenery	7 streets
8 transport	8 transport	8 hotel
9 see	9 excellent	9 dog
10 nice	10 nice	10 lack

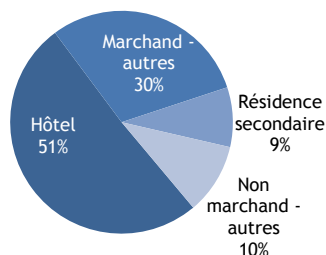
Les Irlandais sont très satisfaits de leur séjour dans 86% des cas pour les séjours avion et 80% pour les autres modes. Le taux de satisfaction est par conséquent excellent, avec seulement 1 à 2% ne se déclarant pas entièrement satisfaits. 79% donnent spontanément un commentaire, positif dans 93% des cas. Parmi ces commentaires positifs, le mot "weather", suivi de "people" et "food" sont les noms communs signifiants qui sont le plus fréquemment formulés par les primo-visiteurs, et les mots "weather", "food" et "people" pour les visiteurs déjà venus. Les mots qualifiants les plus fréquents sont "beautiful", "friendly" et "lovely". En négatif apparaissent surtout les termes signifiants "Nice (ville)", "expensive" et "beaches".

% avec commentaires	79%	Nb. Moyen de com.	2,9	Nb. Moyen com. %	Positif 93%	Négatif 7%
---------------------	-----	-------------------	-----	------------------	-------------	------------

SEJOURS LOISIRS PAR TYPE DE GROUPE

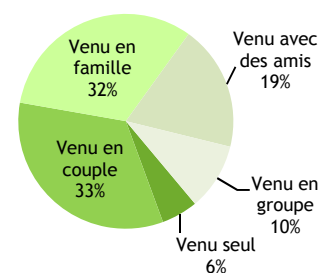


AVION

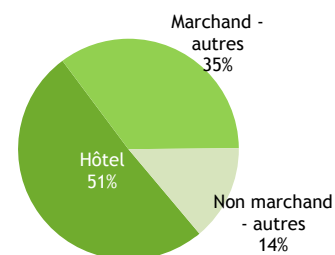


HEBERGEMENT SEJOURS LOISIRS

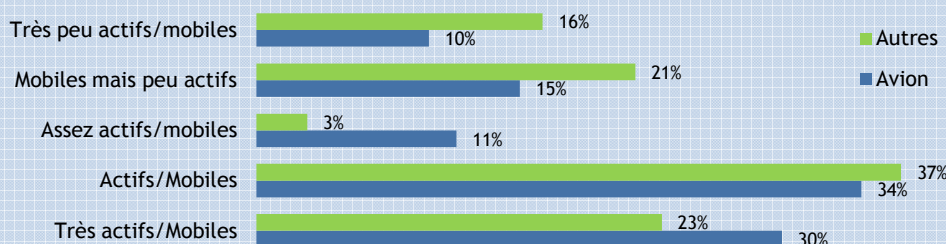
Les visiteurs par avion séjournent à l'hôtel dans la moitié des cas, quel que soit le mode de transport. Les hébergements Marchand autres sont un peu plus représentés dans la route-train, et le non marchand parmi les séjours avion.



AUTRES MODES



TPOLOGIE LOISIRS MOBILITE / ACTIVITES



Les Irlandais séjournant sur la Côte d'Azur sont plutôt actifs/mobiles (35% environ), voire très actifs/mobiles (27%). Seulement 13% des séjours environ sont sédentaires/inactifs. Concernant les lieux ou activités les plus souvent cités sur la période été, on note surtout la plage, le shopping et Nice, avec des taux de pratique très élevés. Sur la période hiver, il s'agit de Nice, du shopping et de Monaco. La montagne est citée par 34% en été et par 28% en hiver (mais les stations de ski par seulement 2% en hiver). Sur l'année entière, les casinos sont cités par 27% en moyenne.

TAUX DE VISITES OU D'ACTIVITES DECLAREES

