

## Le Marché Sud américain

Le continent sud-américain hors Brésil représente globalement une population comparable à celle du Brésil, mais le niveau de développement économique est variable selon les pays et plutôt instable (grave crise argentine jusqu'en 2002). La demande touristique est très tournée vers les USA et l'Espagne, mais la France jouit d'une image attractive.

En 2014, la Colombie figure parmi les 15 pays du monde ayant une croissance à 2 chiffres de leurs dépenses à l'étranger.

## La Côte d'Azur

Le marché sud-américain hors Brésil fait partie du marché Amérique latine, qui figure au 12<sup>ème</sup> rang des marchés étrangers de la Côte d'Azur. La contribution de ce sous-marché à la fréquentation étrangère se limite à moins de 1%. Toutefois la fréquentation augmente rapidement.

Principales régions d'origine (2007-14) : 54% proviennent d'Argentine, 14% du Chili, 13% de Colombie, 7% du Venezuela, 5% d'Uruguay et 4% du Paraguay

### Chiffres clés

- 39 000 séjours de 5,7 nuits en moyenne, dont :
- 27 000 séjours en hôtels et résidences, dont 2000 à Monaco durant 2,9 nuits (tendance stable les dernières années)
- 15 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 50 résidences secondaires

Dépense : 70€/jour, 593€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : NC

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 46%, juillet-août = 25%, hiver = 23%. Pointe en juillet

Visiteurs avion : 40% repartent vers des vols vers Paris, 17% vers Madrid, 13% vers Barcelone, 5% vers Rome, 4% vers Genève.

## Pouvoir d'achat du Peso argentin en France



Période	Variation
5 ans	-46,05%
3 ans	-38,91%
1 an	+16,10%
6 mois	+12,83%

L'évolution du pouvoir d'achat des Argentins en France (€ pour 1 Peso argentin) a augmenté sur la dernière année (+16%), mais il s'agit d'un petit rattrapage, car sur 5 ans la perte atteint 46%. La valeur du Peso chilien gagne également 12% sur 1 an, mais sur 5 ans sa valeur reste stable.

### 😊 Points forts

- porteur à moyen et long terme
- tourné vers l'arc méditerranéen, au centre duquel se trouve la Côte d'Azur
- image et attractivité de Monaco (60% de taux de visite)
- 88% de touristes très satisfaits

### 😞 Points faibles

- temps et coût du transport, sans desserte directe
- instabilité économique de certains pays
- baisse du pouvoir d'achat des Argentins face à l'€
- obligation et coût du visa pour certains pays
- fidélisation difficile

Ce marché inclut tous les pays d'Amérique du Sud, sauf le Brésil, soit une population de 205 millions d'habitants (âge moyen : environ 28 ans)

#### PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2014 : + 6,8%/an

Dépenses à l'étranger : NC

Nombre de jours de congés payés : voir fiches pays

Visa nécessaire pour la France : **NON** si -3 mois sauf pour Colombie, Guyana, Suriname, Equateur, Pérou, Bolivie, (60€ par adulte)

Particularités du calendrier : NC

## C'est un marché...

- de longue distance, donc de primo-visiteurs (6 sur 10)
- majoritairement de loisirs
- de courts et moyens séjours hôtels (principal segment : 4-6 nuits)
- de groupes et d'individuels, couples ou seniors
- à forte motivation shopping (sur la Côte d'Azur : 60%)



Environ 4 séjours sur la Côte d'Azur sur 10 sont effectués par avion jusqu'à Nice-Côte d'Azur.

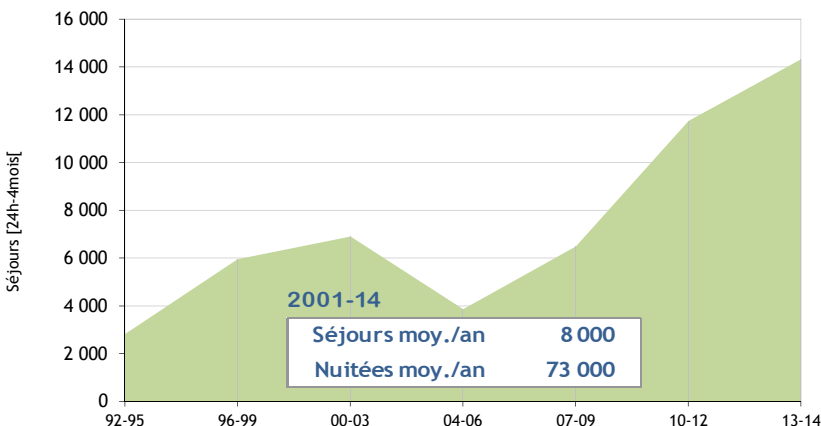
Actuellement, le volume des séjours avion dépasse annuellement les 14 000, et la tendance est très positive depuis une décennie.

Les séjours par avion sont plutôt longs, soit 9 nuits en moyenne, mais seulement 6 nuits en Loisirs Marchand (15 nuits en non Marchand). Les courts séjours représentent 4 séjours Loisirs Marchands sur 10. Le principal segment en Loisirs Marchand est le 4-6 nuits (un sur 3), et en Loisirs non Marchand il s'agit du 7-10 nuits (plus d'un sur 4). Les séjours Affaires durent près de 9 nuits avec comme principal segment le 4-6 nuits (40%).

Le taux de satisfaction est bon avec 88% de "très satisfaits", mais également 6% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs est très élevé avec 58%, voire 64% en Loisirs Marchand (marché de longue distance où la fidélisation est plus difficile).

La dépense moyenne s'élève à 70€ par jour/pers. et à 593€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne 17% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 13%.

La clientèle est âgée de 44 ans en moyenne, mais de 36 ans en Loisirs non Marchand. Le principal segment âge en Loisirs est le 60 ans et + (27%).



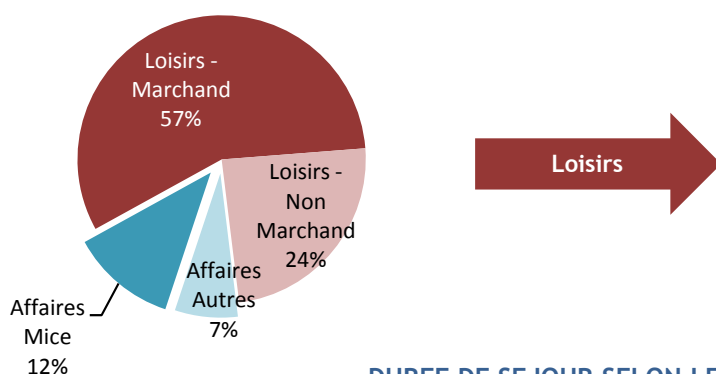
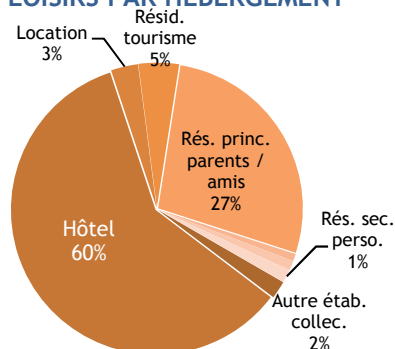
2001-14	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	9,0	6,0	15,2	8,7
Age moyen M2	44	42	36	47
Nb Personnes	1,8	2,2	1,7	1,5
Taux 1 <sup>ère</sup> visite	58%	64%	53%	52%
Dépense/séjour	593 €	503 €	514 €	969 €
Dépense/jour	70 €	100 €	30 €	102 €
> 200€ / jour	13%	12%	6%	23%
De 30 à 200€ /jour	70%	81%	44%	65%
<30€ / jour	17%	8%	50%	11%
Satisfaction				
Très satisfaits	88%	88%	98%	77%
Satisfaits	6%	4%	1%	17%
Non entières. Satisf.	6%	7%	1%	6%

## SEGMENTATION CIBLES

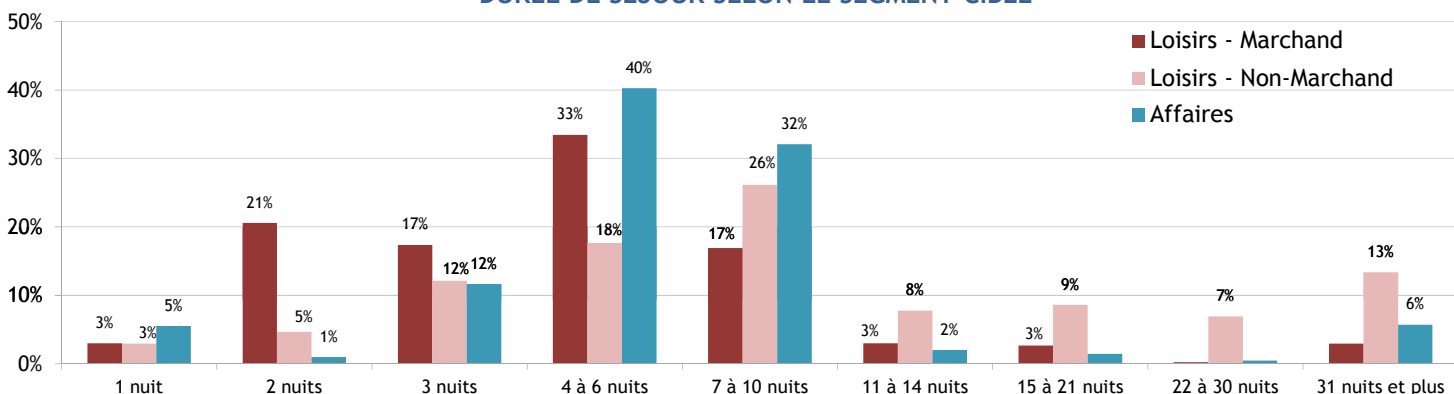
Le segment Loisirs Marchand regroupe 57% des séjours avion. La part du Loisirs Non Marchand est de 24%. Le segment Affaires représente 2 séjours sur 10, dont 12% pour le MICE, segment dominant de l'Affaires.

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin l'hôtel, avec 60%, devant les parents et amis (27%). La location concerne 8% des séjours. Seuls 2% des séjours sont hébergés en résidences secondaires.

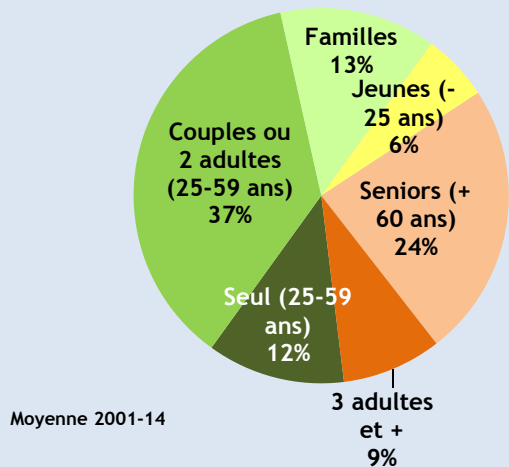
## SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



## DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE

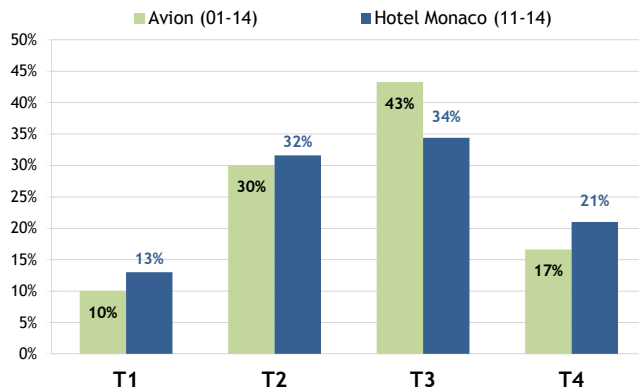


## TYPLOGIE LOISIRS / AVION

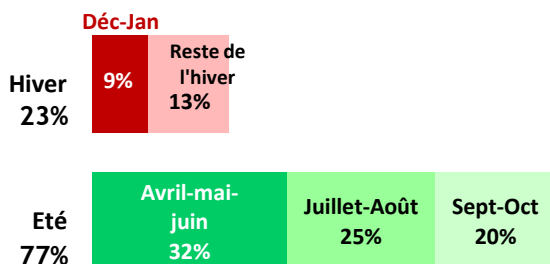


Les Sud-Américains hors Brésil à motif Loisirs venant par avion voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 37% des cas. Le second segment en importance est celui des Seniors, soit 24% des visiteurs. Les Familles représentent 13% (incluant 1,5 enfant en moyenne). 12% voyagent seuls (mais ils peuvent rejoindre d'autres visiteurs sur place) et 9% voyagent à 3 adultes ou + (hors groupes constitués, non dénombrés). La part des Jeunes se limite à 6%.

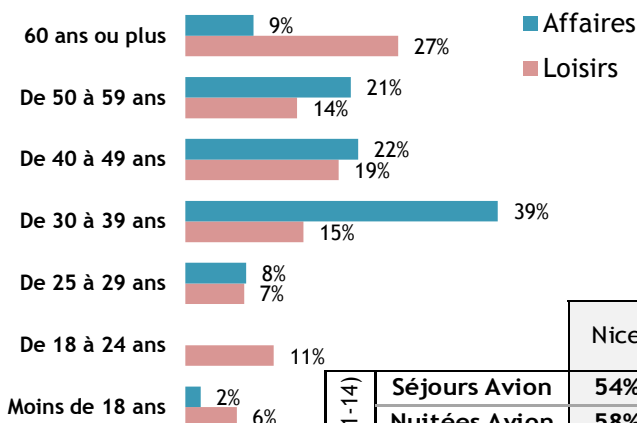
## SAISONNALITE DES SEJOURS



## NUITÉES 2011-14 - HOTELS MONACO



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



**Saisonnalité :** on note un bon équilibre entre le 2<sup>ème</sup> et le 3<sup>ème</sup> trimestre mais une demande plutôt faible au 1<sup>er</sup> trimestre. L'hiver génère 23% des nuitées à Monaco. La période de Juin à Septembre représente 46% des arrivées.

**Age/CSP :** 73% des touristes Loisirs appartiennent aux catégories CSP+, 10% sont des étudiants et 9% des retraités. La classe d'âge la plus fréquente est de loin celle des 30-39 ans pour l'Affaires, mais les 60 ans et + pour le Loisirs.

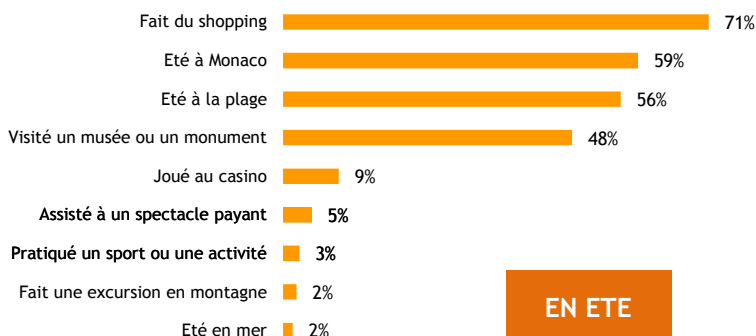
**Zones :** Nice héberge 54% des séjours avion et 6 primo-visiteurs sur 10. Cannes est la seconde zone choisie avec 15%. Monaco héberge 13% des séjours et Antibes réalise 11%. La demande moyen-haut pays reste infime.

	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
<b>Avion (01-14)</b>								
Séjours Avion	54%	5%	15%	11%	1%	13%	0%	1%
Nuitées Avion	58%	6%	11%	12%	1%	11%	0%	1%
Primo-visiteurs	61%	4%	10%	8%	2%	15%	0%	0%
Déjà-venus	44%	5%	25%	8%	3%	16%	1%	0%

## SEGMENT LOISIRS

En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout le shopping (71%), la visite de Monaco (59%), la plage (56%). En hiver, c'est la visite de Monaco qui vient en tête avec 60%, suivie de la visite de musée (56%), puis du shopping (54%). Sur l'année entière plus de 8% jouent au casino, un taux élevé.

### ACTIVITES DECLAREES



### ACTIVITES DECLAREES

