

## Le Marché Tunisien

La Tunisie est le plus petit des trois marchés du Maghreb, mais celui qui émet le plus de séjours vers la Côte d'Azur du fait d'une importante communauté locale. Sa situation politique et économique instable, depuis le printemps arabe, entrave son développement, qui était pourtant prometteur.

Selon Oxford Economics, Tunis sera la 10<sup>ème</sup> plus riche ville d'Afrique en 2030.

## La Côte d'Azur

Le marché tunisien fait partie du marché Afrique du Nord qui figure globalement au 14<sup>ème</sup> rang des marchés étrangers. Parmi les 53 sous-marchés (pays ou groupes) il figure au 26<sup>ème</sup> rang. La contribution de ce marché à la fréquentation étrangère se limite à moins de 1%.

Principales régions d'origine : la majorité provient de Tunis

Ce marché inclut uniquement la Tunisie, soit une population de 11 millions d'habitants (âge moyen : 27 ans).

### PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2014 : + 5,2%/an

### Dépenses à l'étranger

NC

### Nombre de jours de congés payés :

12+12 jours fériés=24

Visa nécessaire pour la France : OUI (60€ par adulte)

Particularités du calendrier : fête de l'indépendance le 20 mars, ramadan en juillet 2015

## C'est un marché...

- essentiellement affinitaire (8 séjours Loisirs sur 10 hébergés chez parents et amis)
- majoritairement de loisirs (80%)
- partiellement francophone
- de séjours plutôt longs

## Chiffres clés

- 42 000 séjours de 15 nuits en moyenne, dont :
- 8 000 séjours en hôtels et résidences, dont 400 séjours à Monaco (tendance stable) avec une durée moyenne de 2,9 nuits.
- 15 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 60 résidences secondaires

Dépense : 55€/jour, 769€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : NC

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 35%, juillet-août = 15%, hiver = 39%. Pointe en juin ou juillet.

Visiteurs avion : 74% repartent sur des vols directs vers Tunis, 15% vers Monastir, 6% vers Paris, 2% vers Djerba, 1% vers Genève



## Pouvoir d'achat du Dinar tunisien en France



Période	Variation
5 ans	-16,82%
3 ans	-14,48%
1 an	-0,37%
6 mois	-2,48%

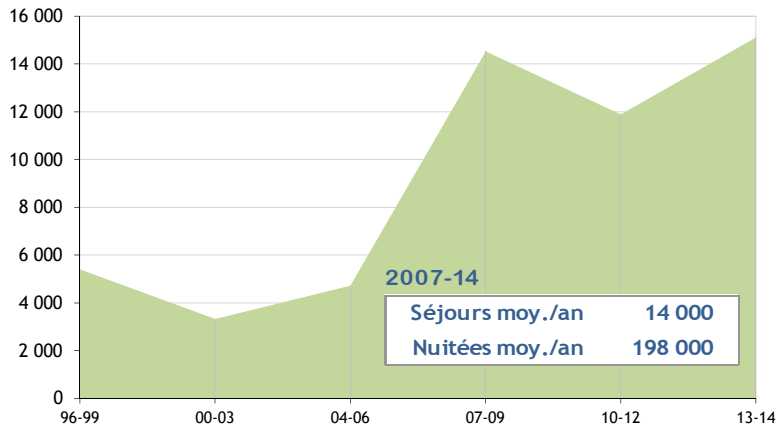
L'évolution du pouvoir d'achat des Tunisiens en France (€ pour 1 Dinar) est en forte chute depuis 2006, soit un recul de 17% en 5 ans, mais relativement stable sur la dernière année

## 😊 Points forts

- séjours plutôt longs avec 15 nuits pour les visiteurs avion, 10 nuits en modes marchands
- des liens forts avec la communauté tunisienne de la Côte d'Azur
- très bon étalement des séjours sur l'année (hiver = 35%)

## 😞 Points faibles

- ouverture aux low cost régulièrement reportée
- net affaiblissement du Dinar face à l'€
- poids écrasant du secteur non marchand
- dépense moyenne par jour limitée
- faible taux de primo-visiteurs (20%)
- forte concentration sur Nice (60%)



Environ 40% des séjours de Tunisiens sont effectués par avion jusqu'à Nice-Côte d'Azur. Malgré la non ouverture du ciel tunisien aux compagnies low cost jusqu'à présent, le volume de séjours avion vers Nice est en constante progression, malgré un petit reflux en 2010-12 consécutif au "printemps arabe". La croissance a repris ensuite et le volume actuel est de l'ordre de 15 000 séjours avion annuels.

Les séjours par avion sont longs et durent en moyenne près de 15 nuits, et même plus de 10 nuits en modes marchands. Le principal segment, pour la cible Loisirs est le 7-10 nuits (3 séjours sur 10). Les séjours Affaires durent le plus souvent de 4 à 6 nuits (4 sur 10).

Le taux de satisfaction est bon avec 86% de "très satisfaits", mais également 5% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs est assez faible avec 20%.

La dépense moyenne reste limitée par jour, avec 55€, mais est assez élevée sur le séjour, soit 769€, du fait de la durée de séjour longue. Le segment "basse contribution" concerne 35% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 18%.

La clientèle est âgée de 43 ans en moyenne, voire 47 ans en Loisirs Marchand. Le principal segment âge en Loisirs est le 60 ans et + (3 sur 10).

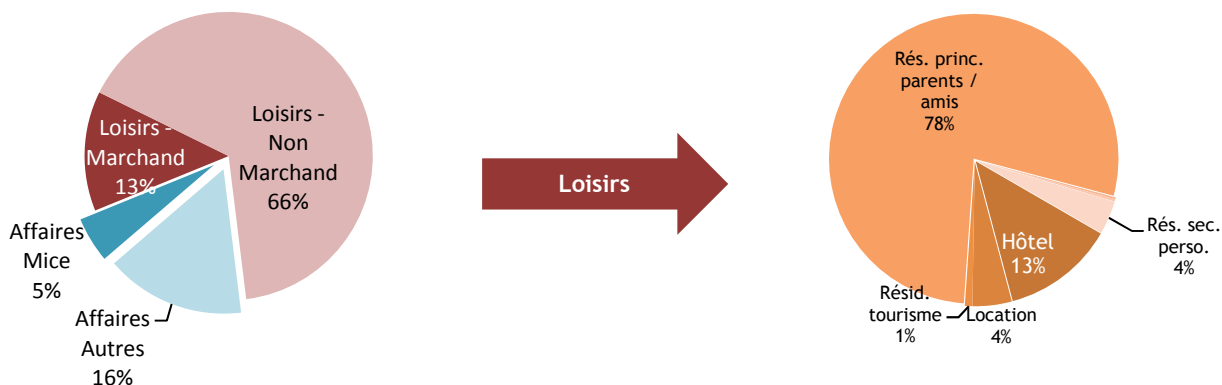
2007-14	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	14,5	10,1	16,6	10,7
Age moyen	43	47	46	39
Nb Personnes	1,5	1,8	1,6	1,3
Taux 1 <sup>ère</sup> visite	20%	19%	17%	23%
Dépense/séjour	769 €	1 217 €	553 €	1 169 €
Dépense/jour	55 €	114 €	37 €	93 €
> 200€ / jour	18%	37%	7%	43%
De 30 à 200€ / jour	47%	59%	44%	44%
<30€ / jour	35%	4%	48%	13%
Satisfaction				
Très satisfaits	86%	73%	93%	74%
Satisfaits	9%	11%	7%	12%
Non entièr. Satisf.	5%	16%	0%	14%

## SEGMENTATION CIBLES

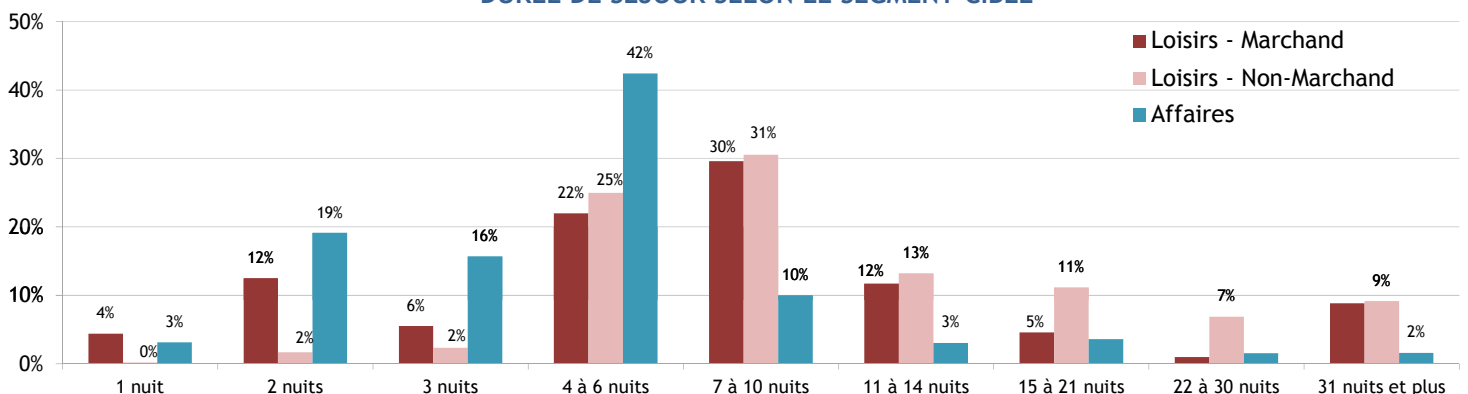
Le segment Loisirs Marchand ne représente que 13% des séjours avion, car le Loisirs non Marchand accapare les deux-tiers de la demande. Le segment Affaires représente 21% des séjours avion, dont seulement 5% pour le MICE.

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est la résidence des parents et amis, soit 79% des séjours Loisirs, devant l'hôtel qui en accueille 12%, la location 5% et la résidence secondaire seulement 4%.

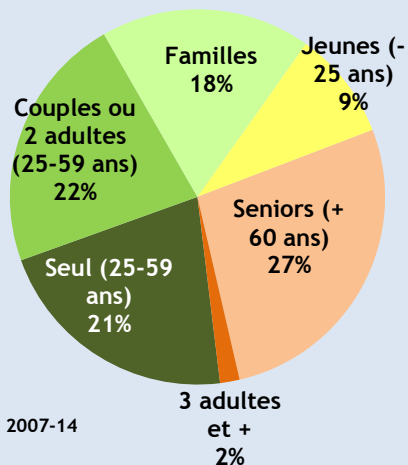
## SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGERMENT



## DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE

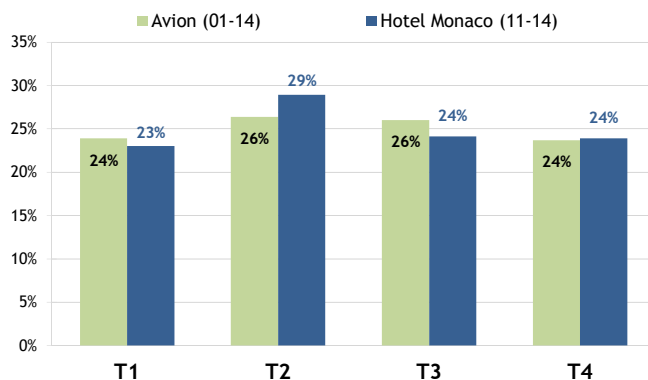


## TIPOLOGIE LOISIRS / AVION

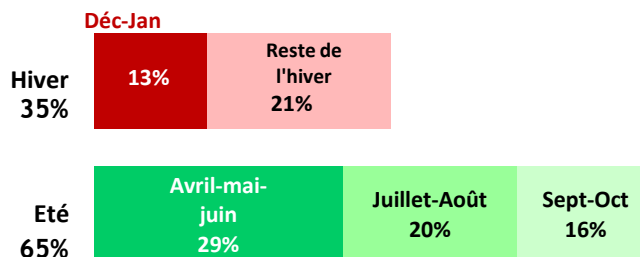


Les Tunisiens à motif Loisirs venant par avion sont surtout des Seniors (27%) et des Couples-2 adultes (22%). 21% sont des voyageurs seuls, mais qui peuvent éventuellement rejoindre d'autres visiteurs sur place. Les Familles représentent 18% des séjours (incluant 1,8 enfant en moyenne). Le segment Jeunes représente 9%, et les groupes de 3 personnes ou plus 2% (hors groupes constitués, non dénombrés).

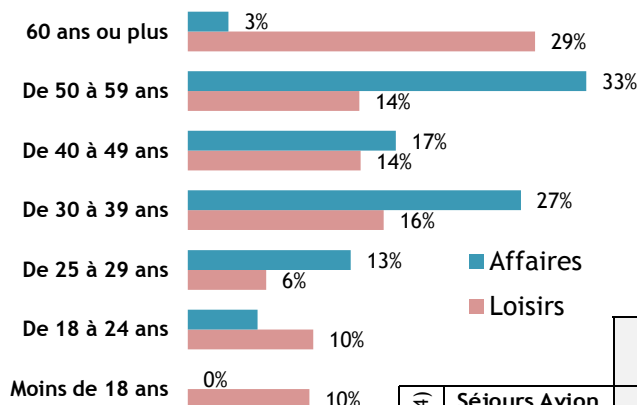
## SAISONNALITE DES SEJOURS



## NUITÉES 2011-14 - HOTELS MONACO



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



**Saisonnalité :** la demande est très bien répartie sur l'année, avec une part quasiment égale pour chacun des trimestres. La période de Juin à Septembre représente 41% des arrivées.

**Age/CSP :** 42% des touristes Loisirs appartiennent aux catégories CSP+, 22% sont des retraités et 11% des étudiants. 15% sont sans activité. La classe d'âge la plus fréquente est celle des 60 ans et + (près de 3 séjours Loisirs sur 10).

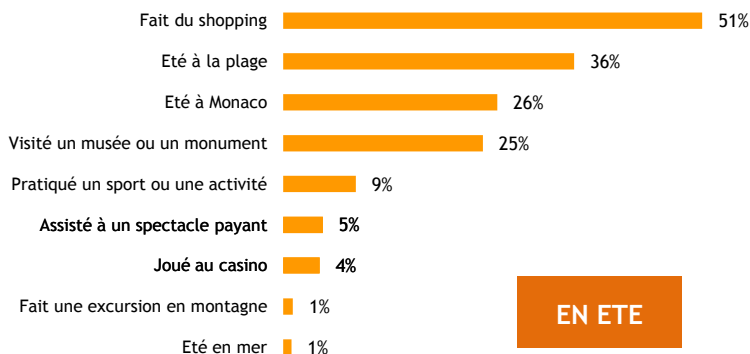
**Zones :** Nice héberge 60% des séjours avion et 7 primo-visiteurs sur 10. Cannes est la seconde zone choisie avec 13%, devant Antibes-CASA, qui se place devant en nuitées (17%). Le Littoral Métropole accueille 7% des séjours. La présence sur les autres zones reste marginale.

	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
Avion (01-14)	Séjours Avion	60%	7%	13%	10%	4%	3%	1%
	Nuitées Avion	58%	7%	11%	17%	2%	1%	1%
	Primo-visiteurs	71%	3%	7%	13%	2%	2%	0%
	Déjà-venus	58%	7%	12%	10%	4%	3%	1%

## SEGMENT LOISIRS

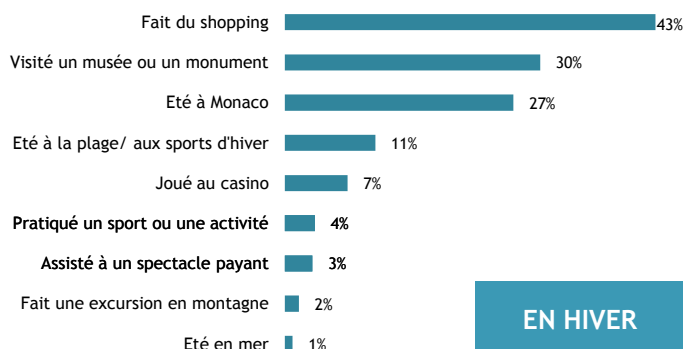
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout le shopping (51%), la plage (36%) et la visite de Monaco (26%). En hiver, c'est le shopping aussi qui vient en tête avec 43%, devant la visite de musées et monuments (30%) et la visite de Monaco (27%). Sur l'année entière 7% indiquent avoir pratiqué un sport ou une activité durant le séjour, et 4% assisté à un spectacle payant.

### ACTIVITES DECLAREES



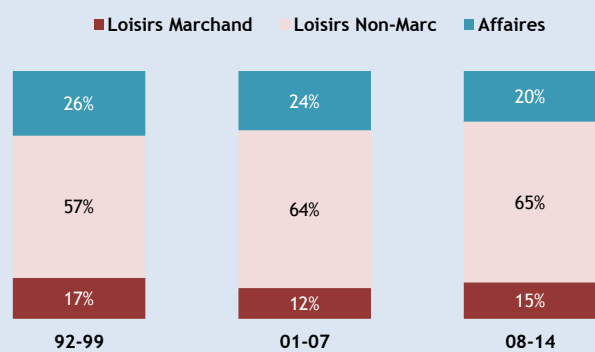
EN ÉTÉ

### ACTIVITES DECLAREES

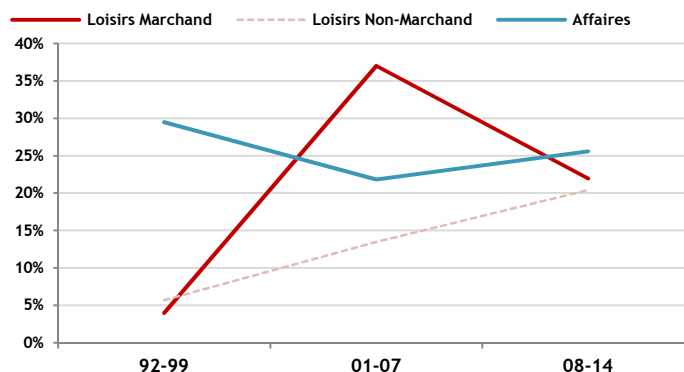


EN HIVER

## SEGMENTATION CIBLES

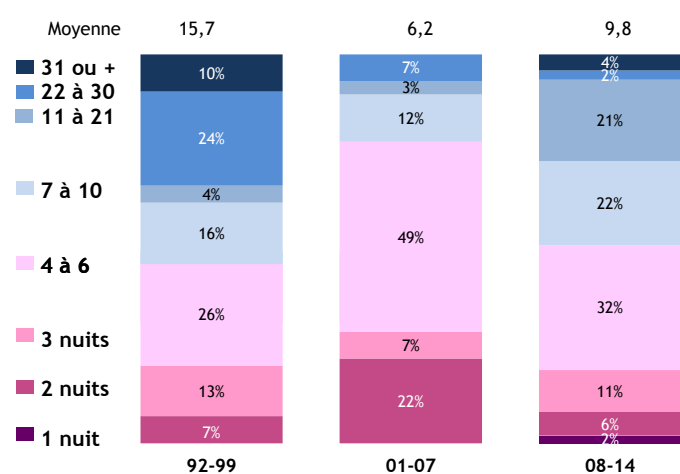


## TAUX DE PRIMO-VISITEURS



## Tendances Visiteurs avion Loisirs

### DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



### SEGMENTATION CIBLES

Progression de la part du Loisirs non Marchand, relative stabilité de la part de Loisirs Marchand à un très faible niveau et baisse de la part de l'Affaires

### TAUX DE PRIMO VISITEURS

En très forte progression pour le Loisirs Marchand, forte et plus régulière pour le non Marchand et légère baisse pour l'Affaires

### DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Forte chute de la durée moyenne. La part des courts séjours a augmenté puis recheté, au profit des 4-6 nuits. La part des longs séjours est en baisse.

### ZONES DE SEJOUR

Nice reste largement en tête et progresse, au détriment de toutes les autres zones sauf Antibes

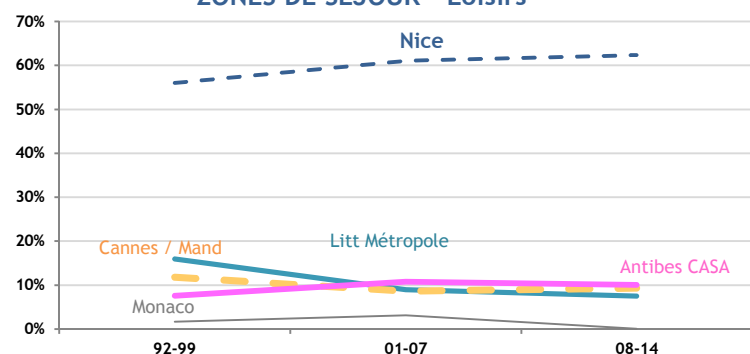
### MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel subit une érosion. Les parents et amis restent largement en tête

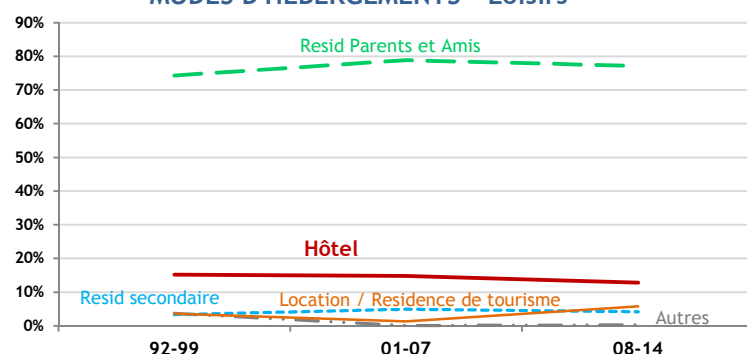
### AGE/CSP

Age moyen en hausse. Baisse des -18 ans au profit des 18-29 ans. Forte hausse de la part des 60 ans et +. Baisse régulière de la part des CSP+ au profit des retraités.

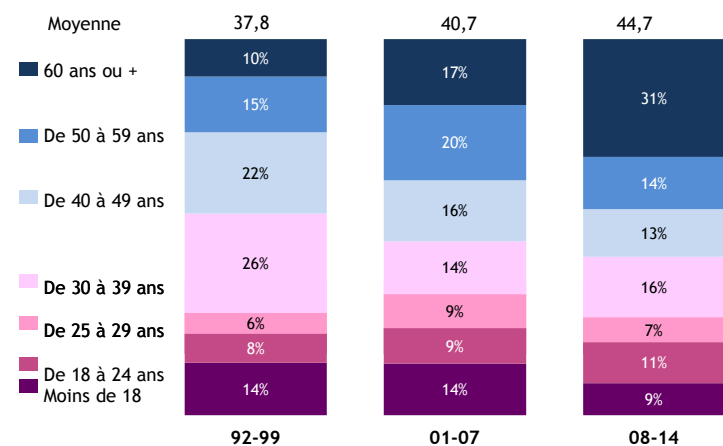
### ZONES DE SEJOUR - Loisirs



### MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



### ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



### CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)

