

Le Marché Malais-Indonésien

Ce marché regroupe trois pays, dont le géant indonésien (250 millions d'habitants), peuplé mais moins développé que la Malaisie et surtout que Singapour, surnommée la Suisse asiatique (5 millions d'habitants). Si Singapour consitue pour l'instant le principal pôle émetteur, un rééquilibrage se produira au cours des années à venir en faveur de l'Indonésie.

Il s'agit de marchés émergents au fort potentiel de croissance. Les dépenses à l'étranger s'accroissent rapidement.

La Côte d'Azur

Le marché malais-indonésien fait partie du marché Asie hors Chine/Japon, qui figure au 17^{ème} rang. Parmi les 53 sous-marchés (pays ou groupe) il figure au 40^{ème} rang. Sa contribution à la fréquentation étrangère se limite à moins de 1%. Monaco accueille plus de 2000 séjours hôteliers de 2,6 nuits en moyenne

Principales régions d'origine : Singapour représente 50% des séjours avion vers la Côte d'Azur, la Malaisie 31% et l'Indonésie 19%. Dans les hôtels de Monaco ce sont les Malaisiens qui dominent avec 39%, puis l'Indonésie 33% et Singapour 24% (résidus pour Brunei, les Iles Salomon et la Papouasie).

Chiffres clés

- 22 000 séjours de 6,0 nuits en moyenne, dont :
- 14 000 séjours en hôtels et résidences, dont 2000 à Monaco (x2 depuis 2008) avec une durée de séjour de 2,6 nuits
- 12 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 20 résidences secondaires

Dépense : 129€/jour, 900€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : NC

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 42%, juillet-août = 21%, hiver = 31%. Pointe en août.

Visiteurs avion : 41% repartent sur des vols vers Paris, 17% vers Londres, 10% vers Dubaï, 4% vers Genève, 4% vers Francfort, 4% vers Amsterdam.

Pouvoir d'achat du Dollar de Singapour en France



Ce marché inclut la Malaisie, Singapour et l'Indonésie, soit une population de 285 millions d'habitants (âge moyen : 24 ans).

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2014 : +4,1%/an

Dépenses à l'étranger

9,2 milliards €, au 25^{ème} rang mondial en 2014 - Tendance annuelle moyenne 2005-2014 : +13,3%

Nombre de jours de congés payés

Indonésie 12+14 jours fériés = 26 ; Malaisie 16+16 = 32 ; Singapour 14+11 = 25

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

Particularités du calendrier : ramadan en juillet 2015

C'est un marché...

- de longue distance, donc de primo-visiteurs (6 sur 10, voire 8 sur 10 en Loisirs Marchand)
- de loisirs et d'affaires, en hôtels haut de gamme
- de couples et de familles, très jeunes
- de groupes et d'individuels
- à forte motivation shopping (sur la Côte d'Azur : +50%) et intérêt pour Monaco et les casinos



Période	Variation
5 ans	+28,81%
3 ans	+6,29%
1 an	+5,37%
6 mois	+5,92%

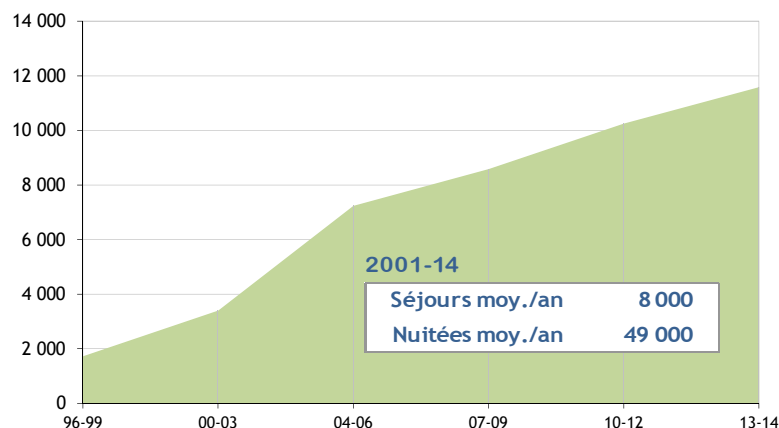
L'évolution du pouvoir d'achat des Singapouriens en France (€ pour 1 Dollar) a fortement augmenté en 5 ans (+29%). Celui des Malaisiens (Ringgit) est relativement stable, mais celui des Indonésiens (Roupie) a perdu 20% en 5 ans et regagné 10% sur la dernière année.

😊 Points forts

- très porteur à long terme, et une des rares clientèles Côte d'Azur composée majoritairement de jeunes adultes
- forte dépense moyenne (129€/jour) et segment haute contribution important (26%)
- taux élevé de pratique d'activités et de shopping (57%)
- très bonne répartition des arrivées sur l'année, avec un tiers des séjours en hiver

☹️ Points faibles

- temps de transport, sans desserte directe
- courte durée de séjour, surtout en Loisirs Marchand (4 nuits)
- cours de la Roupie indonésienne en baisse, freinant le décollage de ce grand marché émergent
- obligation et coût du visa
- fidélisation difficile



Les Malaisiens et Indonésiens séjournant sur la Côte d'Azur y arrivent par avion plus d'une fois sur deux. Ce segment progresse régulièrement, atteignant bientôt les 12 000 séjours annuels, contre moins de 2000 en 96-99.

Les séjours par avion durent en moyenne 6,3 nuits, et sont donc très courts. Pour le Loisirs Marchand, le principal segment est le 2 nuits, puis le 3 nuits. Pour le Loisirs non Marchand, il s'agit du 4-6 nuits mais il existe aussi un fort segment de très longs séjours, la durée moyenne globale dépassant ainsi les 14 nuits. Pour l'Affaires le principal segment est le 4-6 nuits.

Le taux de satisfaction est bon avec 82% de "très satisfaits", et seulement 2% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs est élevé à 56% (marché neuf et de longue distance).

La dépense moyenne est élevée à 129€ par jour/pers. et 900€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne 8% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 26%.

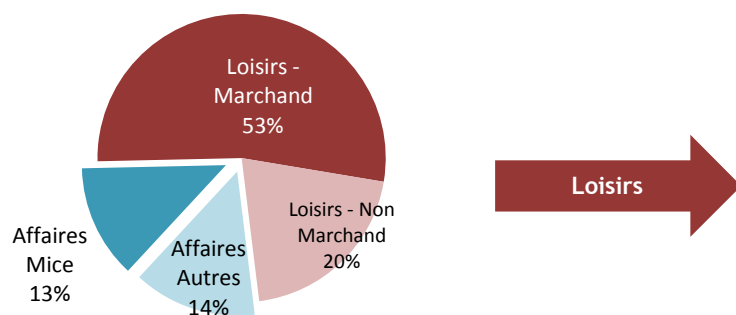
La clientèle est jeune, âgée de 38 ans en moyenne. Le principal segment âge en Loisirs est le 30-39 ans (un séjour avion sur 4).

2001-14	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	6,3	4,3	14,3	4,7
Age moyen	38	40	38	39
Nb Personnes	1,9	2,4	1,5	1,6
Taux 1 ^{ère} visite	56%	80%	15%	34%
Dépense/séjour	900 €	626 €	864 €	1 309 €
Dépense/jour	129 €	128 €	62 €	274 €
> 200€ / jour	26%	30%	10%	32%
De 30 à 200€ /jour	66%	65%	70%	66%
<30€ / jour	8%	5%	20%	2%
Satisfaction				
Très satisfaits	82%	76%	92%	86%
Satisfaits	16%	22%	8%	9%
Non entièr. Satisf.	2%	2%	0%	5%

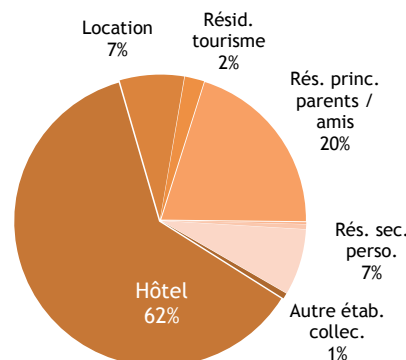
SEGMENTATION CIBLES

Le segment Loisirs Marchand regroupe 53% des séjours avion. Le Loisirs non Marchand représente 20%. Le poids de l'Affaires atteint 27%, dont 13% en MICE.

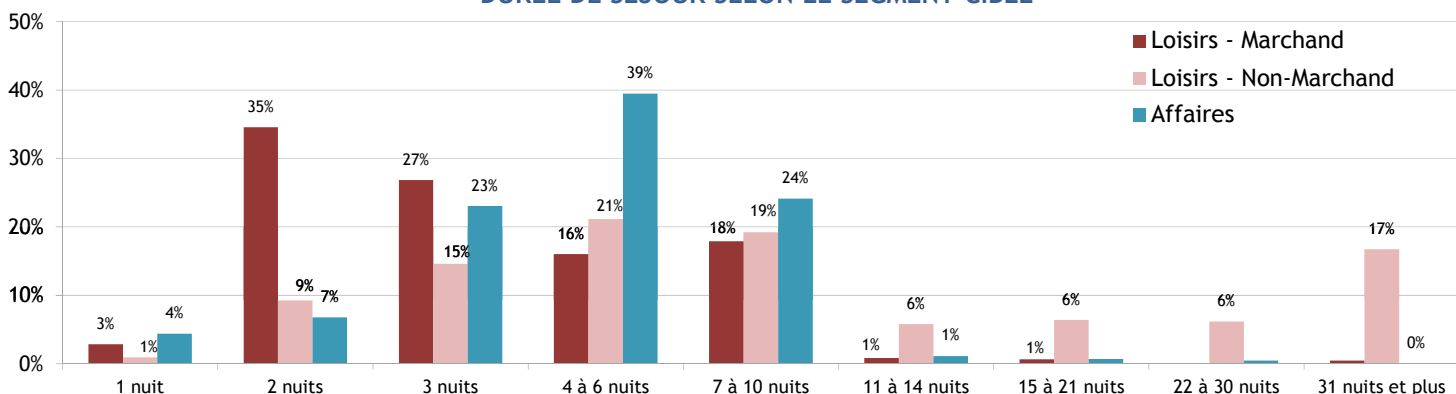
Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin l'hôtel, avec 62%, devant les parents et amis (20%). La location concerne 9% des séjours et le poids de la résidence secondaire est limité à 7%.



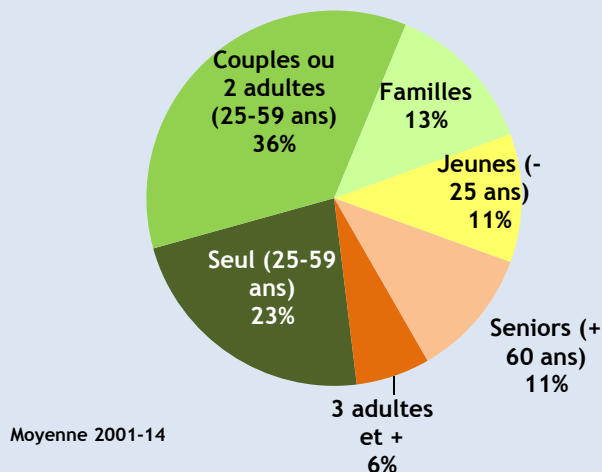
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE

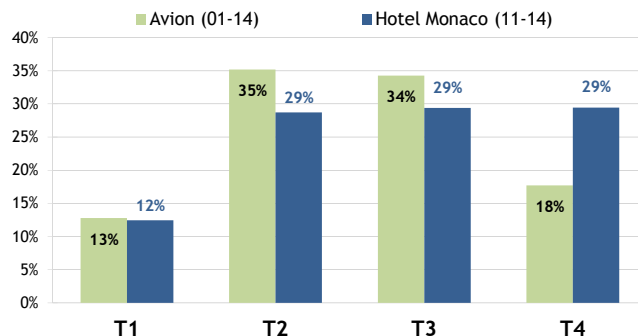


TYOLOGIE LOISIRS / AVION

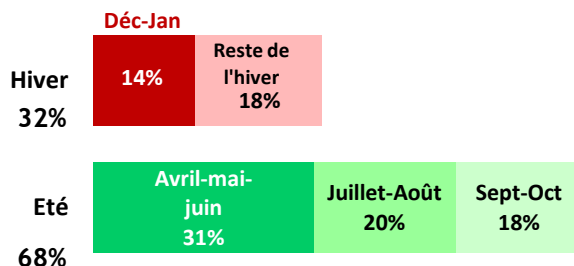


Les Malaisiens-Indonésiens à motif Loisirs venant par avion voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 36% des séjours. Le second segment en importance est celui des voyageurs seuls, soit 23% (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place). Les Familles représentent 13% des visiteurs (incluant 1,4 enfant en moyenne). 6% voyagent à 3 ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Jeunes représente 11%, une faible part, identique à celle des Seniors.

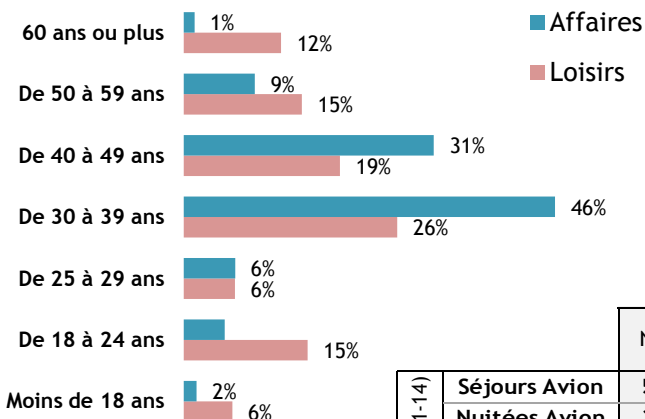
SAISONNALITE DES SEJOURS



NUITEES 2011-14 - HOTELS MONACO



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



Saisonnalité : du fait du poids de l'Affaires, on observe une excellente répartition des arrivées sur les trimestres 2 à 4, avec cependant un creux au 1^{er} trimestre. La part de l'hiver est élevée (un tiers). La part de Juin à Septembre représente 42% des nuitées.

Age/CSP : plus de 6 touristes Loisirs avion sur 10 appartiennent aux catégories CSP+, et 16% aux CSP-. 14% sont des étudiants. La classe d'âge la plus fréquente est celle des 30-39 ans (un séjour Loisirs sur 4, près d'un séjour Affaires sur 2).

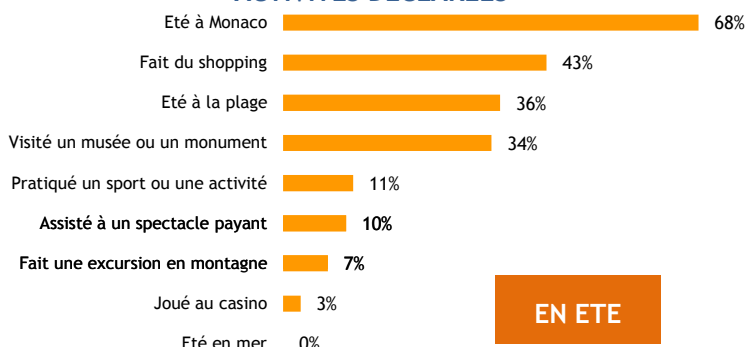
Zones : Nice héberge 53% des séjours avion et les 3/4 des primo-visiteurs. Cannes est au second rang avec 23% des séjours et un tiers des nuitées, et passe au 1^{er} rang pour les visiteurs déjà venus. Monaco accueille plus d'un séjour sur 10.

	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
Avion (01-14) Séjours Avion	53%	2%	23%	9%	0%	11%	2%	0%
Nuitées Avion	39%	3%	34%	11%	1%	8%	4%	0%
Primo-visiteurs	74%	0%	6%	6%	0%	12%	2%	0%
Déjà-venus	22%	3%	44%	16%	1%	9%	5%	0%

SEGMENT LOISIRS

En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la visite de Monaco (68%), le shopping (43%), et la plage (36%). Les taux de pratique estivale des autres activités restent assez élevés avec 34% pour les musées, 11% pour la pratique d'activités et 10% pour les spectacles payants. En hiver, c'est le shopping qui vient en tête avec un fort taux de 74%, devant la visite à Monaco (56%) et la visite de musée (40%).

ACTIVITES DECLAREES



ACTIVITES DECLAREES

