

Le Marché Indien

C'est le géant du XXI^e siècle, qui ne s'est pas encore éveillé, mais affiche une forte croissance. Après un ralentissement des dépenses à l'étranger, l'Inde figure de nouveau en 2014 parmi les pays ayant une croissance à 2 chiffres de ses dépenses. Le potentiel à moyen et long terme est très important. Il faut souligner l'intérêt particulier des Indiens pour le cinéma ("Bollywood") et l'importance culturelle de la famille et de la religion.

La France a accueilli 400 000 touristes indiens en 2014 (+16% en 2013 et +18% en 2014), séjournant 7 nuits.

La Côte d'Azur

Le marché indien fait partie du marché Asie hors Chine/Japon, qui figure au 17^{ème} rang. Parmi les 53 sous-marchés (pays) il figure au 31^{ème} rang (40ème en 2006). Sa contribution à la fréquentation étrangère se limite à moins de 1%. La Côte d'Azur accueille environ 6% des séjours avion (GDS) en France. **La part de marché est faible et stable.**

Principales régions d'origine : Inde=92% du marché (Pakistan 4%, Sri Lanka 3%) dont : région de Bombay env. 30%, Delhi 20%, Bangalore-Madras 15%, Karnataka-Kerala 15%, Uttar-Madhy Pradesh 10%

Chiffres clés

- 30 000 séjours de 7,2 nuits en moyenne, dont :
- 17 000 séjours en hôtels et résidences, dont 1 900 séjours à Monaco, tendance 13-14 positive, avec une durée moyenne de 3,0 nuits
- 12 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 20 résidences secondaires

Dépense : 118€/jour, 824€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : 7 sur 10 réservent dans les deux mois précédent le séjour et seuls 11% plus de 3 mois avant

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 43%, juillet-août = 18%, hiver = 27%. Pointe en juin (19%)

Visiteurs avion : correspondance à Dubaï 24%, Paris 20%, Londres 15%, Francfort 6%, Genève 5%, Barcelone 4%, Istanbul 4% (résas via GDS : 29% via Dubaï)

Pouvoir d'achat de la Roupie Indienne en France



😊 Points forts

- très porteur à long terme, et une des rares clientèles Côte d'Azur composée majoritairement de jeunes adultes
- plus proche et mieux desservi que la Chine, notamment via Dubaï, ou avec des vols low cost vers l'Europe
- très présents en Grande-Bretagne et en Suisse, pays bien connectés à la Côte d'Azur
- forte dépense moyenne (118€/jour), notamment en shopping, et segment haute contribution important (22%)
- bonne répartition des arrivées sur l'année, avec 30% des séjours en hiver

Ce marché inclut l'Inde, le Pakistan, le Népal, Sri Lanka et le Bouthan, soit une population de 1 500 millions d'habitants (âge moyen : 24 ans).

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2014 : + 6,9%/an

Dépenses à l'étranger

11,0 milliards €, au 23^{ème} rang mondial en 2014 - Tendance annuelle moyenne 2005-2014 : +9,2%

Nombre de jours de congés payés

21 + 5 jours fériés = 26

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

Particularités du calendrier : 3 fêtes nationales (26 janv., 15 août et 2 octobre, nombreuses fêtes religieuses)

C'est un marché...

- de longue distance, donc de primo-visiteurs (7 sur 10, voire 9 sur 10 en Loisirs Marchand)
- de loisirs et d'affaires, en hôtels haut de gamme
- de couples et de familles, très jeunes, en individuels
- à forte motivation shopping sur la Côte d'Azur : 65%

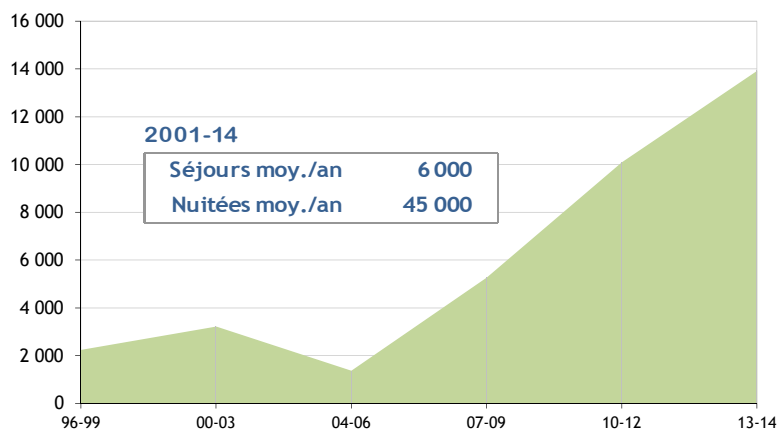


Période	Variation
5 ans	-13,05%
3 ans	-0,55%
1 an	+17,72%
6 mois	+0,81%

L'évolution du pouvoir d'achat des Indiens en France (€ pour 1 Roupie) avait fortement chuté entre 2007 et 2014. Sur la dernière année il rebondit de 18%, sans retour au niveau antérieur, et reste stable sur les 6 derniers mois

☹️ Points faibles

- absence de desserte aérienne directe
- coût et obligation du visa
- perte de pouvoir d'achat face à l'€
- multi-destinations et forte focalisation sur les portes d'entrée en Europe, notamment Londres
- durée de séjour très courte en Loisirs Marchand
- fidélisation difficile



Les Indiens séjournant sur la Côte d'Azur y arrivent par avion dans près d'un cas sur deux. Ce segment a considérablement augmenté en dix ans, approchant à présent les 15 000 séjours alors qu'ils n'étaient que moins de 2000 en 2004-06.

Les séjours par avion durent en moyenne 7 nuits, mais seulement moins de 5 nuits en Loisirs Marchand. Pour le Loisirs Marchand et l'Affaires, le principal segment est de loin le séjour de 4 à 6 nuits. Pour les séjours Loisirs non Marchand, les durées sont nettement plus élevées, soit 18 nuits en moyenne, et le principal segment est le 11-14 nuits (1 sur 4).

Le taux de satisfaction est bon avec 86% de "très satisfaits", mais on compte 10% d'insatisfaits sur le segment Affaires. Le taux de primo-visiteurs atteint un record à 72% (marché neuf et de longue distance).

La dépense moyenne est élevée à 118€ par jour/pers. et 824€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne 17% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 22%.

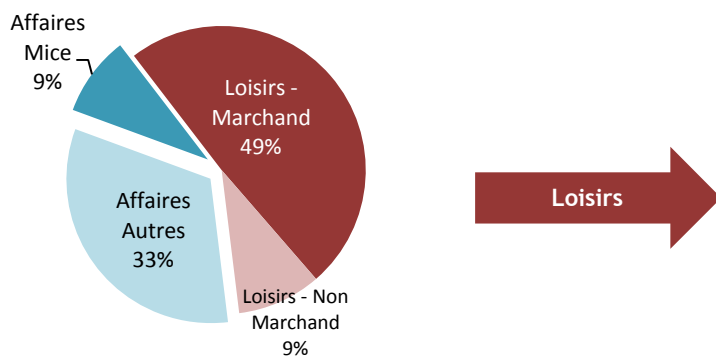
La clientèle est jeune, âgée de 35 ans en moyenne, voire 33 ans en Loisirs Marchand. Le principal segment âge en Loisirs est le 30-39 ans (plus d'un séjour avion sur 4).

2001-14	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	7,0	4,8	18,2	9,0
Age moyen	35	33	42	39
Nb Personnes	1,9	2,4	1,6	1,5
Taux 1 ^{ère} visite	72%	85%	43%	64%
Dépense/séjour	824 €	764 €	489 €	982 €
Dépense/jour	118 €	146 €	36 €	154 €
> 200€ / jour	22%	18%	3%	32%
De 30 à 200€ / jour	61%	74%	49%	54%
<30€ / jour	17%	9%	48%	14%
Satisfaction				
Très satisfaits	86%	87%	98%	81%
Satisfaits	10%	12%	1%	9%
Non entières. Satisf.	4%	1%	1%	10%

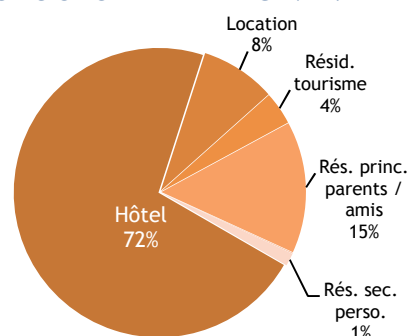
SEGMENTATION CIBLES

Le segment Loisirs Marchand regroupe la moitié des séjours avion. Le Loisirs non Marchand représente moins d'un séjour avion sur 10. Le poids de l'Affaires parmi la clientèle avion est important, soit 42%, avec près d'un séjour sur 10 en MICE.

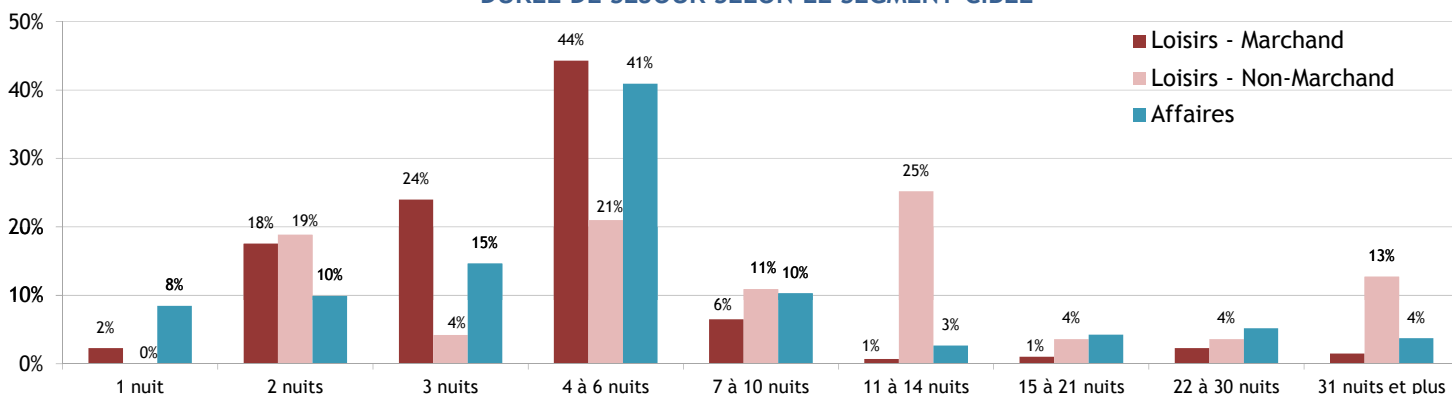
Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin l'hôtel, avec 72%, devant les parents et amis (15%). La location concerne 12% des séjours et le poids de la résidence secondaire est très réduit.



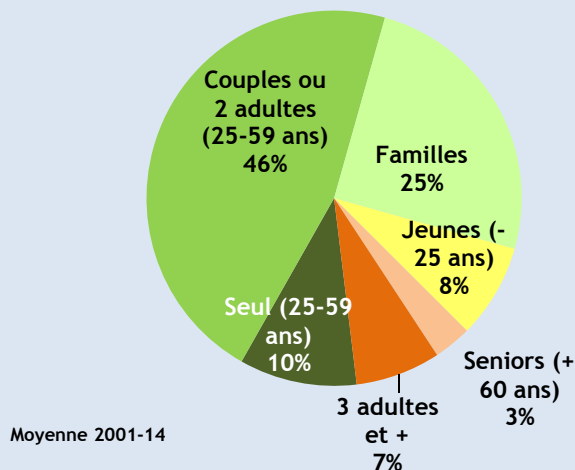
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGERMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE

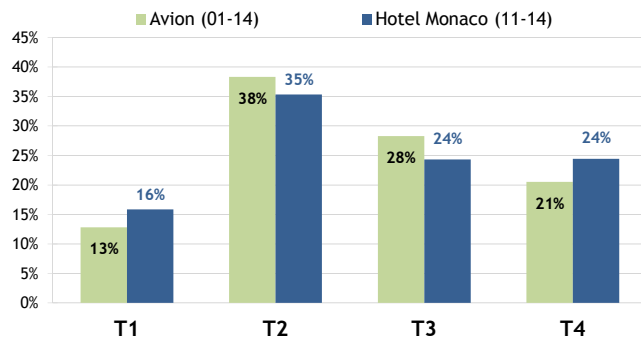


TYPOLOGIE LOISIRS / AVION

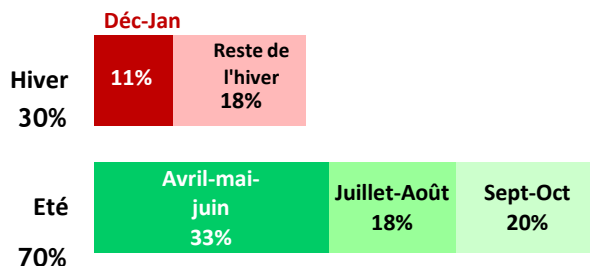


Les Indiens à motif Loisirs venant par avion voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 46% des séjours. Le second segment en importance est celui des Familles, soit 25% des visiteurs (incluant 1,4 enfant en moyenne). 10% voyagent seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et 7% voyagent à 3 ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Jeunes représente 8%, une faible part. D'autre part, les Seniors sont pour l'instant quasiment absents de la demande Loisirs avion (seulement 3%).

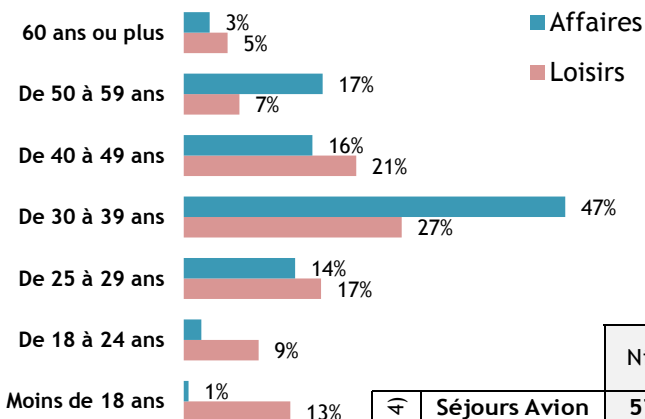
SAISONNALITE DES SEJOURS



NUITEES 2011-14 - HOTELS MONACO



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



Saisonnalité : du fait du poids de l'Affaire, on observe une excellente répartition des arrivées sur les 4 trimestres, avec un creux au 1^{er} trimestre, et une part de l'hiver élevée (30%). La période de Juin à Septembre représente 43% des arrivées.

Age/CSP : plus de 9 touristes Loisirs avion sur 10 appartiennent aux catégories CSP+, et l'on ne compte qu'un autre segment significatif : les étudiants, qui représentent 4% seulement. La classe d'âge la plus fréquente est celle des 30-39 ans (un séjour Loisirs sur 4, un séjour Affaires sur 2).

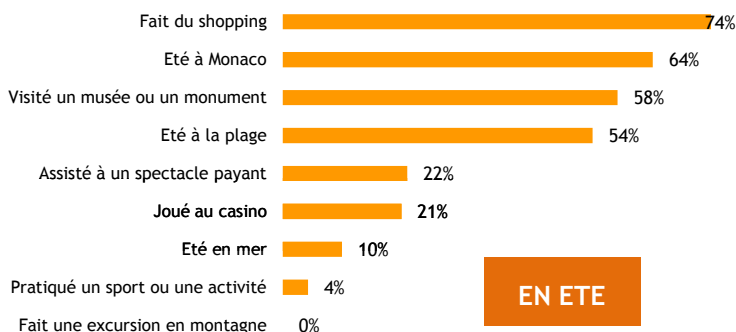
Zones : Nice héberge 57% des séjours avion et les 71% des primo-visiteurs. Antibes est au second rang avec près de 2 séjours sur 10 et plus du quart des nuitées (poids de l'hébergement non marchand). Cannes est la 3^{ème} zone choisie avec 13%. Monaco héberge 8% de la demande.

		Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
Avion (01-14)	Séjours Avion	57%	1%	13%	19%	1%	8%	1%	0%
	Nuitées Avion	49%	2%	12%	26%	2%	8%	1%	0%
	Primo-visiteurs	71%	1%	6%	13%	0%	8%	1%	0%
	Déjà-venus	41%	2%	23%	19%	2%	11%	2%	0%

SEGMENT LOISIRS

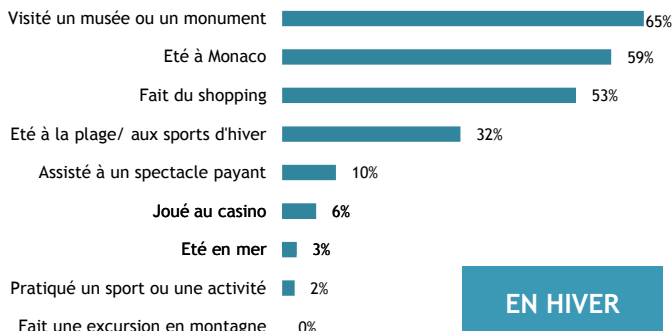
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout le shopping (74%), la visite de Monaco (64%) et la visite de musée-monument (58%). Très peu pratiquent un sport ou une activité. En hiver, c'est la visite de musée-monument qui vient en tête avec 65%, devant la visite à Monaco (59%) et le shopping (53%). Sur l'année entière 10% déclarent assister à un spectacle payant durant le séjour et 6% jouent au casino.

ACTIVITES DECLAREES



EN ÉTÉ

ACTIVITES DECLAREES

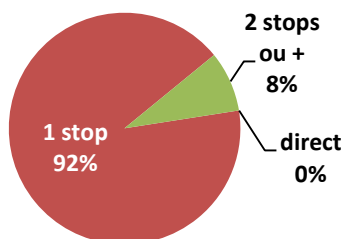


EN HIVER

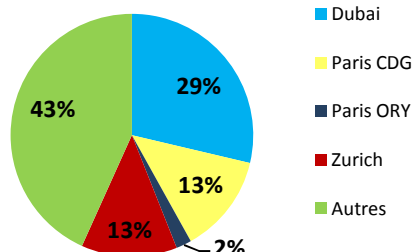
Les séjours avion réservés via les GDS

La base de données ForwardKeys® agrège les données de réservations aériennes des principaux GDS mondiaux (global distribution systems, tels qu'Amadeus et Sabre, utilisés par les agences de voyages), et extrait le flux en réception à l'aéroport de Nice Côte d'Azur. Une petite partie de ces séjours sont effectués hors du département des Alpes-Maritimes. Seuls les **séjours avec aller et retour réservés simultanément** sont pris en compte, et le séjour est affecté au marché du pays d'embarquement du vol aller, qui peut différer du pays de résidence du passager. La base de données n'inclut pas les réservations effectuées en direct auprès des compagnies aériennes. Il faut aussi souligner que la plus grande partie de l'offre des compagnies low cost n'est pas vendue via les GDS.

Stops pour arriver à Nice Côte d'Azur



Hubs de correspondance

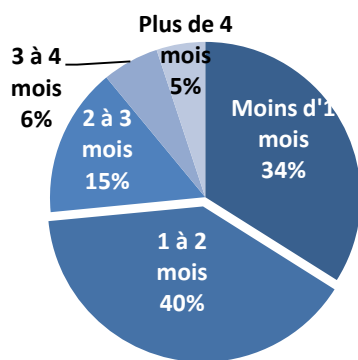


Les séjours FRANCE sont à destination de 1/Paris 2/Nice 3/Lyon 4/Basel Mulhouse

Les voyages à destination de Nice-Côte d'Azur sont tous effectués via un ou plusieurs autres aéroports, Dubaï en tête (29%), suivi de Paris (15% pour les 2 aéroports) et Zurich.

SEJOURS	2010	2011	2012	2013	% Moy 12-13	Tendance
Nice	3 628	4 361	4 050	4 747		→
France	66 320	70 990	71 582	76 618		→
Part de marché Nice (%)	5,5	6,1	5,7	6,2		→
Durée des séjours Nice Côte d'Azur						
courts (1-3 nuits)	624	751	645	914	17,7	→
moyens (4-8 nuits)	1 623	1 687	1 638	1 981	41,1	→
longs (9-21 nuits)	1 003	1 494	1 388	1 359	31,2	→
très longs (+22 nuits)	378	429	379	493	9,9	→
Part des groupes 6 pax et +	0,6	3,8	6,1	4,1	5,0	→

Nombre de jours entre dates de réservation et d'arrivée



Les séjours Nice-Côte d'Azur sont réservés le plus souvent (4 fois sur 10) entre 1 et 2 mois avant la date d'arrivée. Un tiers sont réservés dans le mois qui précède. Seuls 11% réservent plus de 3 mois avant.

Les pics de réservation sont en semaines 9, 14, 15 et 18.

Les pics d'arrivée sont en semaines 19, 20 et 24 (pointe annuelle).

Saisonnalité hebdomadaire des réservations et des arrivées à Nice

