

Le Marché Argentin/Chilien

C'est le second principal pôle d'émission du continent sud-américain après le Brésil. Il totalise plus de 40% de la demande provenant d'Amérique latine.

Cosmopolite et de culture majoritairement latine, l'Argentine reste proche de l'Europe, et bien sûr de l'Espagne en particulier. Cependant, son économie est instable, alternant périodes de forte croissance et périodes de forte récession. Le Chili bénéficie d'une économie exportatrice forte, en forte croissance jusqu'en 2013.

La Côte d'Azur

Ce marché fait partie de l'Amérique latine, qui figure globalement au 13^{ème} rang des marchés étrangers de la Côte d'Azur. Parmi les sous-marchés (pays), l'Argentine-Chili figure au 34^{ème} rang. Sa contribution à la fréquentation étrangère se limite à moins de 1%.

Principales régions d'origine : 55% proviennent d'Argentine, 11% du Chili et 3% d'Uruguay

Chiffres clés

- 27 000 séjours de 6,7 nuits en moyenne, dont :
- 18 000 séjours en hôtels et résidences, dont 1000 à Monaco durant 2,9 nuits (volume plutôt stable sur les dernières années)
- 8 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 30 résidences secondaires

Dépense : 68€/jour, 570€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : NC

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 50%, juillet-août = 26%, hiver = 21%. Pointe entre juin et octobre

Visiteurs avion : 42% repartent sur des vols vers Paris, 17% vers Madrid, 15% vers Barcelone, 7% vers Rome, 3% vers Venise. Résas GDS : NC

Ce marché inclut l'Argentine, l'Uruguay et le Chili, soit une population de 63 millions d'habitants (âge moyen : 30 ans)
PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2014 : +3,3%/an

Dépenses à l'étranger

Argentine : 4 milliards €, au 37^{ème} rang mondial en 2014 -
Tendance annuelle moyenne 2005-2014 : +6,9%

Nombre de jours de congés payés

10 + 19 jours fériés (record mondial) = 29

Visa nécessaire pour la France : NON si -3 mois

Particularités du calendrier : fête des Malouines le 2 avril et fête révolution le 25 mai (Argentine), grandes vacances scolaires d'été de mi décembre à février

C'est un marché...

- de longue distance, donc de primo-visiteurs (7 séjours marchands sur 10)
- majoritairement de loisirs
- francophile, sinon francophone
- de courts séjours hôtels ou famille-amis (principal segment : 4-6 nuits)
- de groupes et d'individuels, actifs des catégories supérieures ou retraités (4 visiteurs Loisirs sur 10 âgés de 50 ans ou +)
- attirés par Monaco (visité par plus des 2/3)



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%

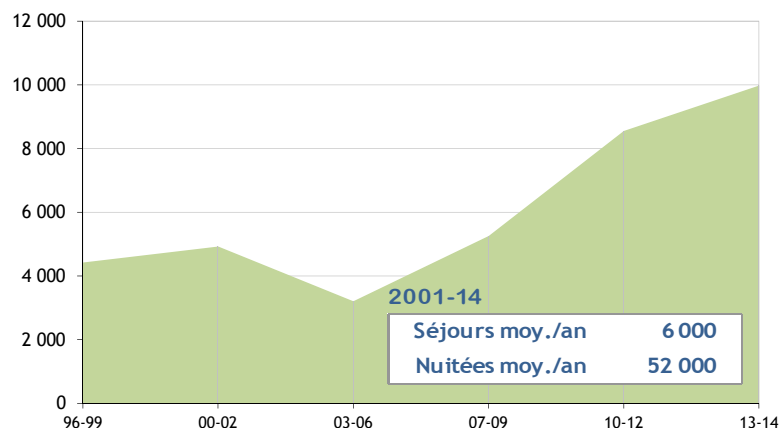
L'évolution du pouvoir d'achat des Argentins en France (€ pour 1 Peso argentin) a augmenté sur la dernière année (+16%), mais il s'agit d'un petit rattrapage, car sur 5 ans la perte atteint 46%. La valeur du **Peso chilien** gagne également 12% sur 1 an, mais sur 5 ans sa valeur reste stable.

😊 Points forts

- le Chili est un marché émergent en Amérique latine
- excellente image de la France et forte attractivité
- intérêt pour la culture latine, localisation de la destination entre l'Espagne et l'Italie
- 89% de touristes très satisfaits

😞 Points faibles

- temps et coût du transport, sans desserte directe
- multi-destinations et donc durée limitée des séjours Marchands sur la Côte d'Azur
- concentration sur les grandes stations littorales
- dépense par personne relativement faible
- pouvoir d'achat en baisse sur les dernières années (baisse du Peso argentin face à l'€)



Environ le tiers des visiteurs de ce marché arrivent par avion jusqu'à Nice Côte d'Azur. L'absence de liaison aérienne directe pénalise la destination.

Le volume des séjours réalisés avion atteint à présent les 10 000, en forte progression depuis dix ans.

Les séjours par avion durent 8,7 nuits en moyenne, mais seulement 6,7 nuits pour les séjours marchands. Le segment 4-6 nuits domine largement pour les séjours Loisirs Marchand et Affaires, mais pour le segment Loisirs non Marchand la durée la plus fréquente est le 7-10 nuits, avec une durée moyenne de plus de 14 nuits. Les séjours Affaires durent près de 9 nuits en moyenne.

Le taux de satisfaction est très bon avec 89% de "très satisfaits", mais également 4% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs atteint quasiment un record à 57%, voire 67% en Loisirs Marchand (marché de longue distance où la fidélisation est plus difficile).

La dépense moyenne est plutôt peu élevée à 68€ par jour/pers. et 570€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne 18% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe seulement 12%.

La clientèle est âgée de 44 ans en moyenne, mais 34 ans en Loisirs non Marchand. Le principal segment âge en Loisirs est le 60 ans et + (26%).

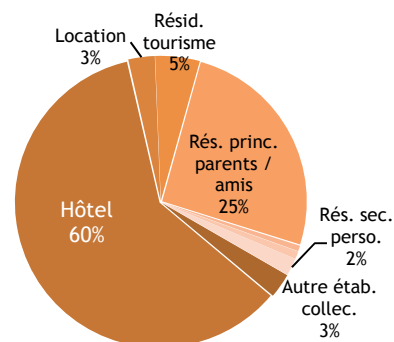
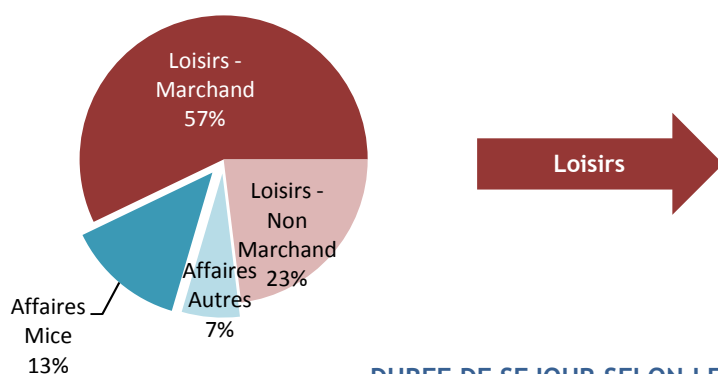
2001-14	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	8,7	6,6	14,2	8,9
Age moyen	44	45	34	49
Nb Personnes	1,8	2,1	1,6	1,4
Taux 1 ^{ère} visite	57%	67%	39%	41%
Dépense/séjour	570 €	473 €	432 €	1 028 €
Dépense/jour	68 €	93 €	25 €	103 €
> 200€ / jour	12%	10%	8%	26%
De 30 à 200€ / jour	69%	81%	42%	61%
<30€ / jour	18%	10%	50%	14%
Satisfaction				
Très satisfaits	89%	89%	99%	80%
Satisfaits	7%	5%	0%	19%
Non entier. Satisf.	4%	6%	1%	0%

SEGMENTATION CIBLES

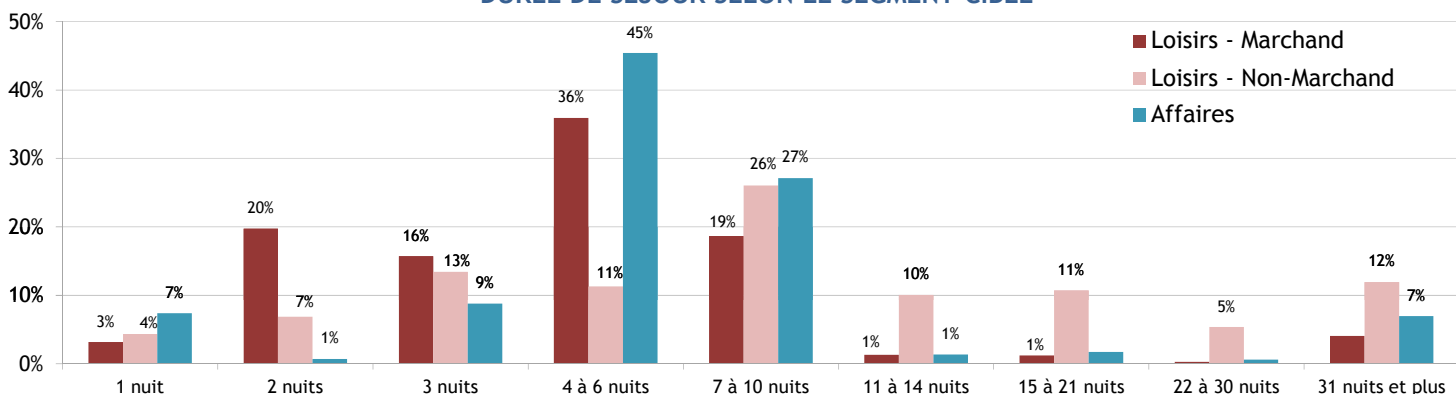
Le segment Loisirs Marchand regroupe 57% des séjours avion. La part du Loisirs Non Marchand est de 23%. Le segment Affaires représente 2 séjours sur 10, dont 13% pour le MICE, segment dominant de l'Affaires.

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin l'hôtel, avec 60%, devant les parents et amis (un séjour sur 4). La location concerne 8% des visiteurs Loisirs. Seuls 2% des séjours sont hébergés en résidences secondaires.

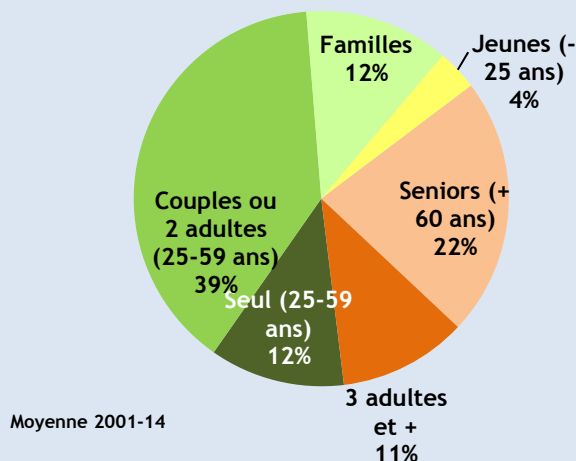
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE

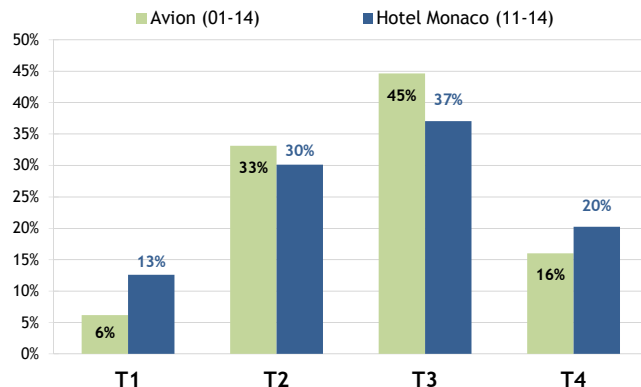


TYPLOGIE LOISIRS / AVION

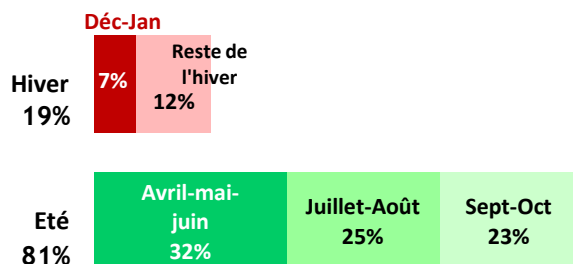


Les Argentins-Chiliens à motif Loisirs venant par avion voyagent le plus souvent à deux adultes, soit près de 40% des cas. Le second segment en importance est celui des Seniors, soit 22%. Les Familles représentent 12% (incluant 1,4 enfant en moyenne), mais les Jeunes ne sont que 4%. 12% voyagent seuls (mais ils peuvent rejoindre d'autres personnes sur place). 11% voyagent à 3 ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés).

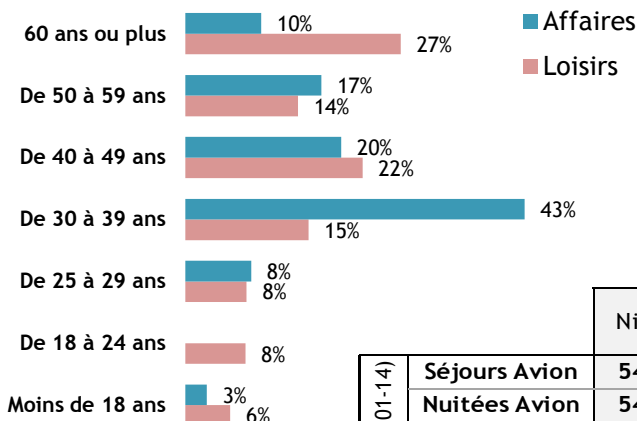
SAISONNALITE DES SEJOURS



NUITÉES 2011-14 - HOTELS MONACO



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



Saisonnalité : on note un bon équilibre entre le 2^{ème} et le 3^{ème} trimestre et une demande plutôt faible au 1^{er} trimestre. L'hiver regroupe 21% des séjours annuels. La période de Juin à Septembre représente la moitié des arrivées.

Age/CSP : 79% des touristes Loisirs appartiennent aux catégories CSP+, 7% sont des étudiants et 10% des retraités. La classe d'âge la plus fréquente est celle des 60 ans et + pour le Loisirs et les 30-39 ans pour l'Affaires.

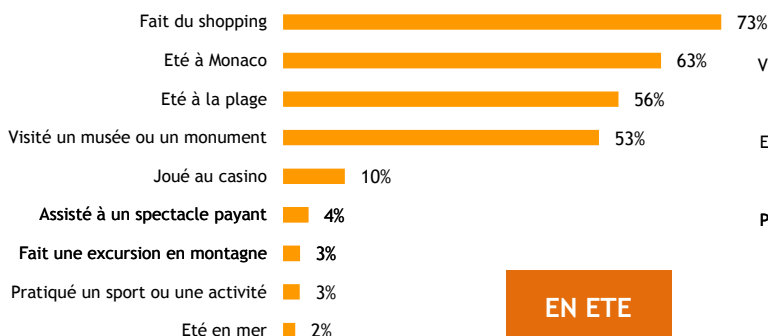
Zones : Nice héberge 54% des séjours avion et plus de 6 primo-visiteurs sur 10. Cannes est la seconde zone choisie avec 15%. Monaco héberge 13% des séjours (et 11% des primo, au second rang), et Antibes un sur 10. La demande moyen-haut pays reste infime.

	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
Avion (01-14) - Séjours Avion	54%	6%	15%	10%	2%	13%	0%	0%
Avion (01-14) - Nuitées Avion	54%	8%	13%	13%	1%	10%	0%	1%
Avion (01-14) - Primo-visiteurs	63%	6%	10%	9%	1%	11%	0%	0%
Avion (01-14) - Déjà-venus	43%	6%	22%	9%	4%	15%	1%	0%

SEGMENT LOISIRS

En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout le shopping (73%), la visite de Monaco (63%), la plage (56%) et la visite de musée-monument (53%). En hiver, c'est encore la visite de Monaco qui vient en tête avec un taux aussi élevé de 63%, immédiatement suivie de la visite de musée (56%), puis du shopping (50%). Sur l'année entière plus de 6% jouent au casino.

ACTIVITES DECLAREES - EN ETE



ACTIVITES DECLAREES - EN HIVER

