

Le Marché Algérien

L'Algérie est un pays proche, avec des liens historiques forts avec la France. C'est le plus peuplé des trois pays du Maghreb. Son économie est potentiellement riche et en forte croissance (+9,0%/an depuis 95), grâce aux revenus du gaz et du pétrole. En dépit de l'inégale répartition de la richesse, une partie de la population dispose des moyens de voyager. Selon Oxford Economics, Alger sera la 11^{ème} plus riche ville d'Afrique en 2030.

Même si l'essentiel du flux est le fait de visites à des parents et amis, le potentiel de croissance de la demande marchande est certain.

La Côte d'Azur

Le marché Algérien fait partie du marché Afrique du Nord qui figure globalement au 14^{ème} rang des marchés étrangers. Parmi les 53 sous-marchés (pays ou groupes) il figure au 37^{ème} rang. Il émet moins de séjours que la Tunisie. Monaco accueille entre 250 et 450 séjours hôteliers algériens chaque année. Ces séjours durent en moyenne 2,7 nuits. La contribution de ce marché à la fréquentation étrangère se limite à moins de 1%.

Principales régions d'origine : NC

Chiffres clés

- 29 000 séjours de 14 nuits en moyenne, dont :
- 5 000 séjours en hôtels et résidences, dont 300 à Monaco, tendance stable, avec une durée de séjour de 2,7 nuits
- 9 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 50 résidences secondaires

Dépense : 60€/jour, 807€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : NC

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 37%, juillet-août = 15%, hiver = 32%. Pointe en mai ou juin.

Visiteurs avion : 74% repartent sur des vols directs vers Alger, 14% vers Constantine 14%. Correspondance à Paris pour 7%, Munich 1%

Ce marché inclut uniquement l'Algérie soit une population de 40 millions d'habitants (âge moyen : 24 ans).

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2014 : + 9,0%/an

Dépenses à l'étranger

NC

Nombre de jours de congés payés : 30 + 10 fériés = 40

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

Particularités du calendrier : ramadan en juillet 2015, fêtes indépendance 5 juillet, révolution le 1er novembre

C'est un marché...

- essentiellement affinitaire : 7 séjours Loisirs sur 10 hébergés chez parents et amis
- partiellement francophone
- majoritairement de loisirs (plus de 80%)
- de longs et très longs séjours



Pouvoir d'achat du Dinar algérien en France



Période	Variation
5 ans	-1,05%
3 ans	-6,74%
1 an	+2,18%
6 mois	+0,74%

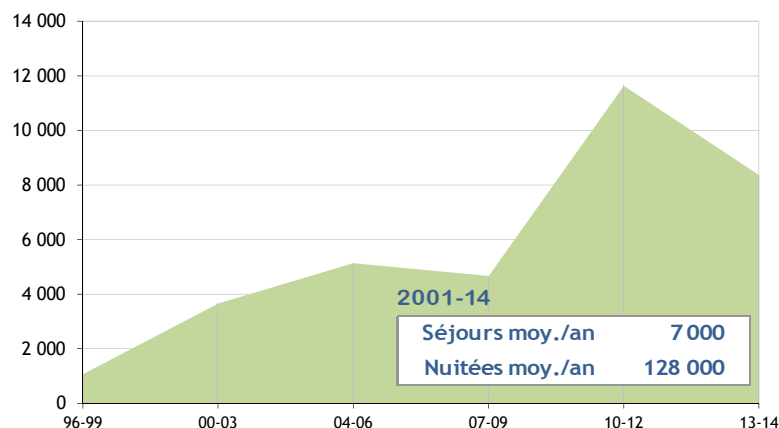
L'évolution du pouvoir d'achat des Algériens en France (€ pour 1 Dinar) est plutôt stable, sur la dernière année comme sur 5 ans. Par rapport au cours d'il y a 3 ans on note toutefois une perte de 7%

😊 Points forts

- une économie potentiellement riche
- record mondial pour le nombre (théorique) de jours de vacances et fériés (40 jours)
- des séjours très longs avec 14 nuits en moyenne, voire 19 nuits pour les séjours avion
- une dépense par séjour élevée
- une motivation shopping importante (1^{ère} activité citée, par 53%)

😞 Points faibles

- non ouvert aux compagnies low cost
- faiblesse du segment Marchand (hôtels : 9%)
- obligation et coût du visa
- des séjours fortement concentrés sur Nice (2 sur 3)
- dépense par jour limitée du fait du poids du non marchand
- 7% de visiteurs se déclarant non entièrement satisfaits



Près de la moitié des séjours sont effectués par avion jusqu'à Nice-Côte d'Azur. Le flux aérien a enregistré une forte croissance entre 2007 et 2012, jusqu'à près de 12 000 séjours avion, puis a reflué. La tendance générale reste bien orientée et le volume de séjours actuels est de l'ordre de 10 000 par an.

Les séjours par avion sont très longs et durent en moyenne plus de 19 nuits, et même plus de 15 nuits en Loisirs Marchand. Le principal segment, pour la cible Loisirs Marchand, est le 7-10 nuits pour un tiers des séjours, et le 11-14 nuits pour le Loisirs non Marchand (20%). Les séjours Affaires durent le plus souvent de 4 à 6 nuits (un tiers) et leur durée moyenne dépasse les 8 nuits.

Le taux de satisfaction est bon avec 87% de "très satisfaits", mais également 7% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs est plutôt faible avec 23%.

La dépense moyenne atteint 60€ par jour/pers. mais plus de 800€ par séjour, un bon niveau du fait de la longue durée de séjour. Le segment "basse contribution" concerne près de 4 séjours sur 10, une forte proportion, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 14%.

La clientèle est âgée de 46 ans en moyenne, mais est plus jeune (36 ans) en Loisirs Marchand. Le principal segment âge en Loisirs est le 60 ans et + (31%).

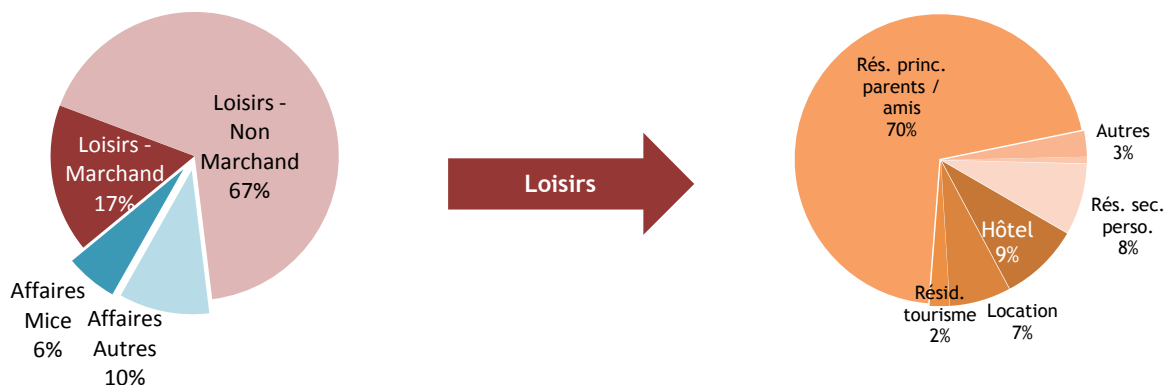
2001-14	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	19,1	15,4	19,3	8,2
Age moyen	46	36	47	45
Nb Personnes	1,5	1,6	1,5	1,2
Taux 1 ^{ère} visite	23%	31%	17%	36%
Dépense/séjour	807 €	1 117 €	714 €	835 €
Dépense/jour	60 €	90 €	46 €	114 €
> 200€ / jour	14%	16%	9%	32%
De 30 à 200€ /jour	47%	55%	40%	64%
<30€ / jour	39%	28%	51%	4%
Satisfaction				
Très satisfaits	78%	92%	76%	75%
Satisfaits	14%	6%	15%	18%
Non entier. Satisf.	7%	2%	8%	8%

SEGMENTATION CIBLES

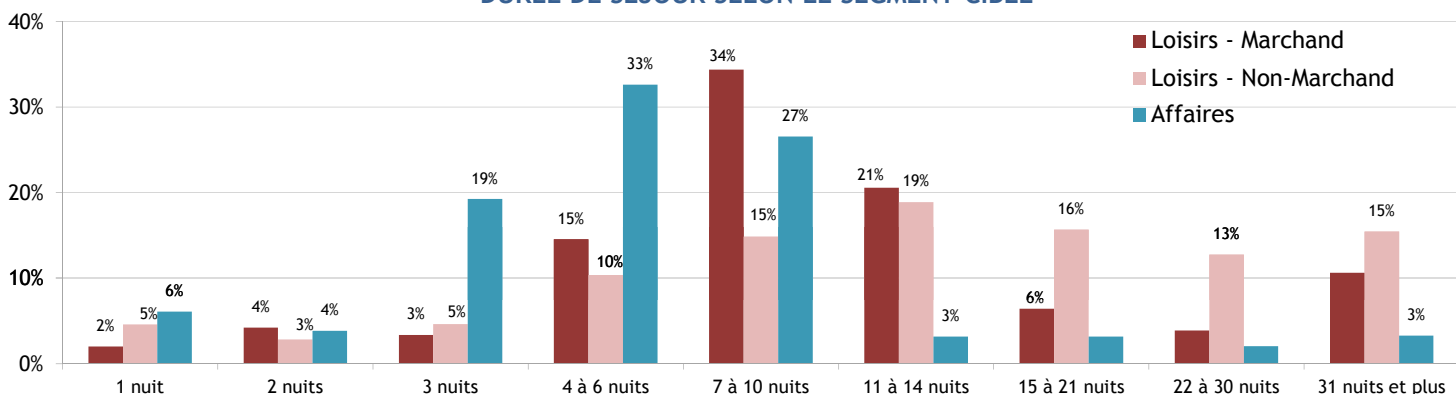
Le segment Loisirs Marchand ne représente que 17% des séjours avion, largement dominé par le Loisirs non Marchand qui regroupe les deux tiers du total. Le segment Affaires représente 16% des séjours avion, dont 6% pour le MICE.

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est, de façon écrasante à 70%, la résidence de parents et amis, devant l'hôtel (9%), les résidences secondaires (9%) et la location (9%).

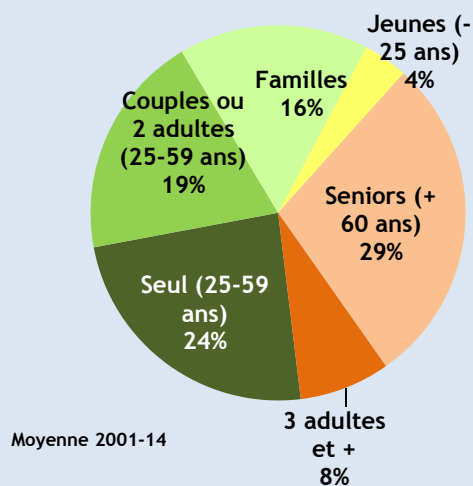
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE

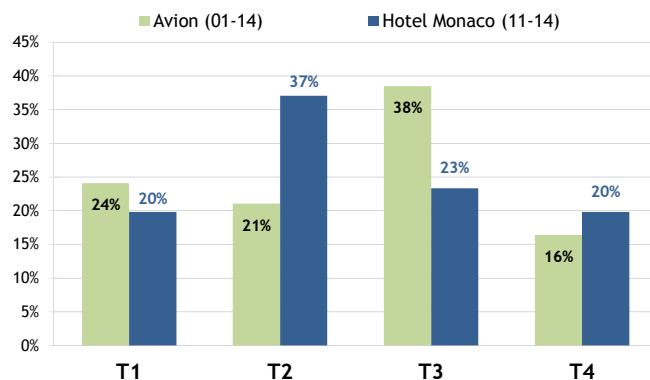


TYPOLOGIE LOISIRS / AVION

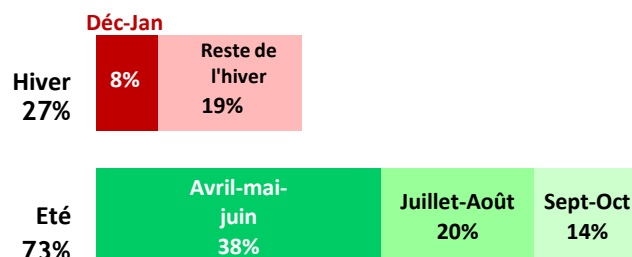


Les Algériens à motif Loisirs venant par avion sont le plus souvent des Seniors (29%), ou bien des voyageurs seuls (24%) qui peuvent éventuellement rejoindre d'autres visiteurs sur place. 19% sont des Couples-2 adultes. Les Familles représentent 16% des séjours (incluant 1,4 enfant en moyenne), les groupes de 3 personnes et + regroupent 8% (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Jeunes se limite à 4% des séjours avion, une très faible part.

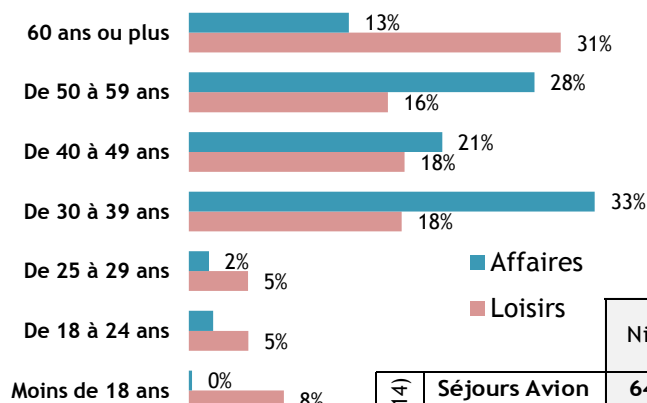
SAISONNALITE DES SEJOURS



NUITÉES 2011-14 - HOTELS MONACO



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



Saisonnalité : la présence est assez bien répartie sur l'année, avec sur la base des séjours hôtels à Monaco une prépondérance du 2^{ème} trimestre (37%), alors que près de 4 séjours avion sont effectués au 3^{ème} trimestre. La période de Juin à Septembre représente 41% des arrivées.

Age/CSP : 51% des touristes Loisirs appartiennent aux catégories CSP+, 27% sont des retraités et seulement 5% des étudiants. La classe d'âge la plus fréquente est celle des 60 ans et + (plus de 3 séjours Loisirs sur 10). Pour l'Affaires ce sont les 30-39 ans (un tiers).

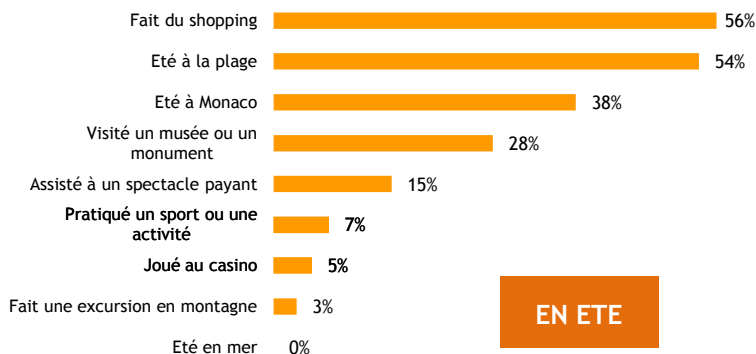
Zones : Nice héberge 64% des séjours avion et 6 primo-visiteurs sur 10. Cannes est la seconde zone choisie avec 12%, devant le Littoral Métropole (9%) et Antibes-CASA (8%). Monaco ne bénéficie que de 2%.

		Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
Avion (01-14)	Séjours Avion	64%	9%	12%	8%	2%	2%	3%	1%
	Nuitées Avion	62%	7%	17%	9%	2%	0%	2%	0%
	Primo-visiteurs	62%	5%	16%	13%	2%	2%	1%	0%
	Déjà-venus	69%	11%	11%	3%	1%	1%	4%	1%

SEGMENT LOISIRS

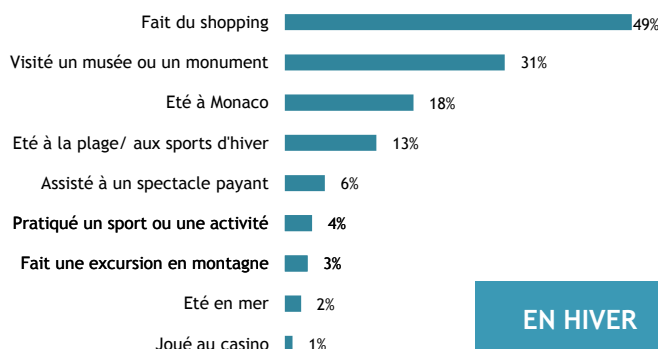
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout le shopping (56%), la plage (54%) et la visite de Monaco (38%). En hiver, le shopping reste en tête avec 49%, devant la visite des musées (31%) et la visite à Monaco (18%). Les taux de pratique sont plutôt bas, mais sur l'année entière 11% indiquent avoir assisté à un spectacle payant durant leur séjour.

ACTIVITES DECLAREES



EN ÉTÉ

ACTIVITES DECLAREES



EN HIVER