

Le Marché Britannique

C'est le plus ancien marché étranger. Les liens avec la Riviera sont historiques et très forts. Nice est le littoral méditerranéen le plus rapidement accessible, relié en direct à 14 aéroports, avec une offre low cost très développée et un véritable pont aérien entre Londres et Nice (20 vols/jour). La France accueille en 2015 plus de 12 millions de séjours (+4%, passé au 1er rang en 2015), séjournant 6,4 nuits.

L'une des économies les plus dynamiques de l'UE (mais hors zone €), mais qui a voté le Brexit, et au 4^{ème} rang mondial pour les sommes dépensées à l'étranger. Londres se place au 1^{er} rang des régions de l'UE pour son PIB par habitant, et l'Ecosse du Nord-Est au 12^{ème} rang (pétrole). La GB peut être considérée comme un paradis fiscal.

La Côte d'Azur

Elle accueillait plus d'1 million de séjours britanniques entre 2004 et 2006, mais a subi une perte de 22% entre 2006 et 2009 (crise financière). La Côte d'Azur accueille près de 8% des nuitées hôtels en France. La part de marché est moyenne et stable sur la dernière décennie.

Principales régions d'origine : 86% viennent de Grande-Bretagne et 14% d'Irlande (Eire et Irlande du Nord). Plus de 47% viennent du Grand Londres-East Anglia, 10% du South East, 8% des Midlands-Yorkshire, 6% du South West, 5% de Scotland, 5% du North West, 4% du North East, 2% de Wales.

Chiffres clés

- 930 000 séjours de 6 nuits en moyenne, dont :
- 420 000 séjours en hôtels et résidences
- 480 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 7 000 résidences secondaires

Dépense : 81€/jour, 559€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : 44% réservent leur vol dans le mois qui précède le séjour, moins du quart plus de trois mois avant

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 51%, juillet-août = 25%, hiver = 19%. Bon étalement entre mai et septembre.

Visiteurs avion GDS : 60% repartent sur vols directs vers Londres, 11% vers Dublin, 4% vers Liverpool, 4% vers Bristol, 2% vers Birmingham, 2% vers Paris

Pouvoir d'achat de la Livre Stlg en France



Période	Variation
5 ans	+1,57%
3 ans	-1,64%
1 an	-18,17%
6 mois	-10,90%

A mi-Août 2016, l'évolution du pouvoir d'achat des Britanniques en France (€ pour 1 Livre) est très défavorable. Il s'était redressé entre 2008 et 2015, mais a perdu près de 20% sur un an.

😊 Points forts

- excellente desserte aérienne au départ des régions
- se sentent bien accueillis et "chez eux" sur la Riviera
- fréquentation très bien répartie entre Mars et Octobre
- assez bonne dispersion sur le territoire (2^{ème} rang des marchés pour la part des séjours sur Antibes-CASA, 1^{er} pour Métropole Littoral Est)
- plus de la moitié des séjours hôtels effectués en 4-5*
- 90% de touristes très satisfaits

☹️ Points faibles

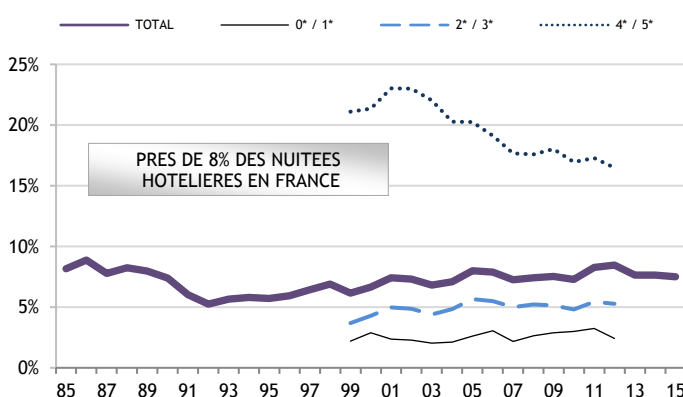
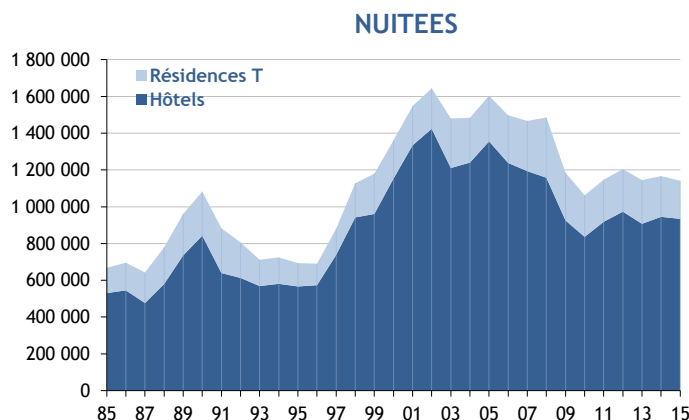
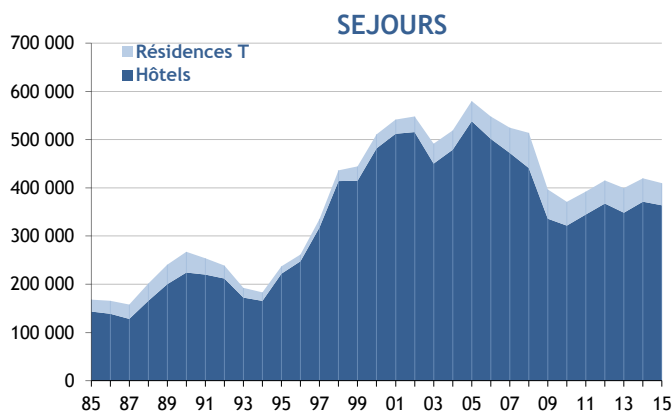
- sortie de l'Europe programmée (Brexit) accentuant la chute de la Livre (-18% en un an)
- chute du tourisme d'affaires
- clientèle relativement âgée et difficulté à attirer les jeunes et étudiants
- L'insatisfaction exprimée porte surtout sur la qualité de l'hébergement, le rapport qualité-prix (notamment propreté), la météo

C'est un marché...

- très bien desservi par les low cost
- majoritairement de loisirs
- de connaisseurs et d'habités, souvent résidents secondaires ou chez parents et amis
- pour l'hôtellerie 3-4-5* et les campings
- plutôt âgé : un visiteur Loisirs sur 2 a 50 ans ou + (moyenne : 45 ans), mais aussi familial (17%)
- de séjours Loisirs plutôt longs (4 à 10 nuits pour 6 séjours sur 10)



Les séjours britanniques en hôtels et résidences ont littéralement explosé entre 95 et 2005, puis ont rechuté jusqu'en 2010. La tendance de long terme reste cependant bien orientée, avec une petite reprise ces dernières années. Les séjours en résidences ont poursuivi leur progression jusqu'en 2008. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 11% des séjours et 18% des nuitées, une part élevée.



PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

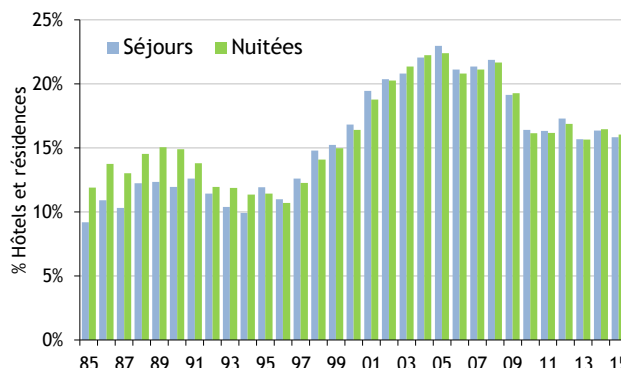
Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Britanniques en réalisent 7,5% sur la Côte d'Azur. Si la part captée avait fortement baissé entre 86 et 92, elle a retrouvé dès 2005 son bon niveau de 8%, atteignant même 8,5% en 2012. La tendance actuelle est à la stabilité un peu en dessous des 8%.

Selon les catégories, on observait à fin 2012 une dégradation sensible de la part en 4-5*, mais qui restait élevée à plus de 15%, une stabilité pour les 2-3* et un niveau assez bas pour les 0-1* (moins de 3%).

La part des Britanniques dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences a connu une forte poussée entre 94 et 2005. De 10% en 85, la part est passée à 15% en 89-90, puis à plus de 20% entre 2001 et 2008 (maximum à 23% en 2005). Depuis, la contribution de ce marché baisse, mais reste stabilisée au dessus de 15%. Entre 2001 et 2007, la fréquentation étrangère de la Côte d'Azur était devenue étroitement dépendante de l'évolution de ce marché, et sa chute en 2009-10 a fortement impacté le bilan touristique.

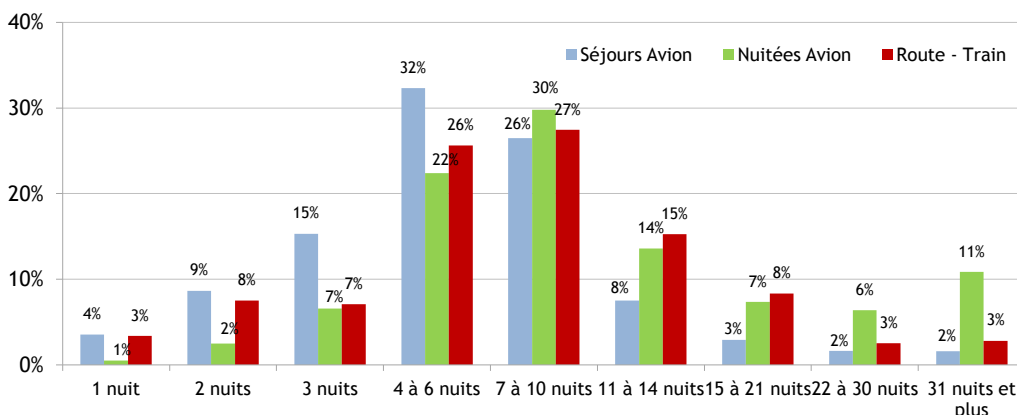
La part des nuitées était jusqu'en 94 nettement plus élevée que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour supérieure.

CONTRIBUTION DES BRITANNIQUES A LA FREQUENTATION ETRANGERE

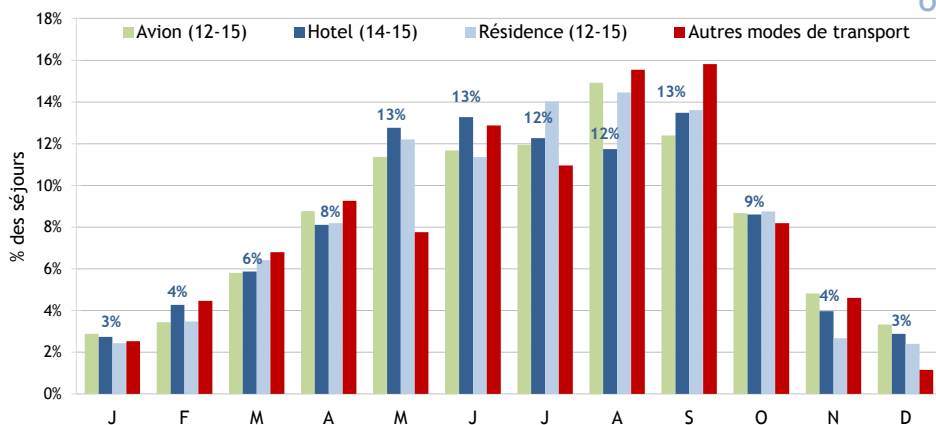


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Britanniques est plutôt faible sur la Côte d'Azur. Les séjours par avion durent 6,9 nuits en moyenne (7,3 pour le Loisirs et 4,8 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchand durent un peu plus longtemps (8,7 nuits). Les courts séjours (1 à 3 nuits) représentent près de 3 séjours avion sur 10 mais seulement 18% des séjours route-train, qui en moyenne durent plus de 9 nuits. Dans l'hôtellerie, les séjours durent 2,7 nuits en moyenne, et dans les résidences 4,6 nuits. Pour les séjours avion, le principal segment est de loin le 4-6 nuits, soit un tiers des séjours. Les séjours de plus de 3 semaines regroupent 17% du total des nuitées avion.



	Durée	Nuits
Hôtellerie	Hôtels	2,7
	Résidences	4,6
	Hôtels+Rés.	2,9
Moyenne	Moyenne	6,8
	Loisirs	7,3
	Dont Hébergement marchand	6,0
	Dont Hébergement non-marchand	8,7
	Affaires	4,8
Affaires	Dont MICE	4,2
	Dont Autres affaires	5,3
Route - Train		9,7



Hotels + Résidences		
13-14	SEJOURS	NUITEES
J	2,7%	2,3%
F	4,1%	3,6%
M	5,8%	5,4%
A	8,0%	8,0%
M	12,6%	12,3%
J	12,7%	12,6%
J	12,5%	13,3%
A	12,1%	13,7%
S	13,3%	13,8%
O	8,5%	8,4%
N	3,8%	3,2%
D	2,8%	2,6%

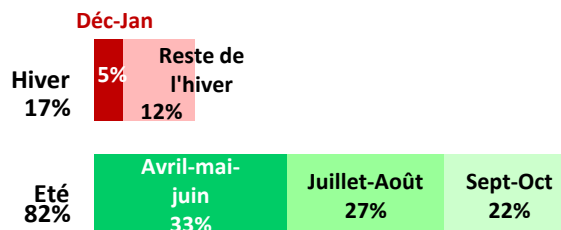
Les séjours britanniques sont bien répartis sur l'année. La fréquentation est soutenue dès Mars et jusqu'en Octobre. Dans les hôtels et résidences l'étalement est presque parfait entre Mai et Septembre. Les deux mois de Mai-Juin totalisent plus du quart des séjours hébergements. Cependant, la présence hivernale reste faible, Décembre étant le mois le plus creux. Pour le segment route-train une pointe est constatée sur Août-Septembre, mais un creux en Mai.

Attention : les taux indiqués portent sur les séjours hôtels ; les séjours en hôtels-résidences sont affectés au mois d'arrivée, tandis que les séjours par avion sont affectés au mois de départ, l'enquête étant réalisée à l'embarquement.

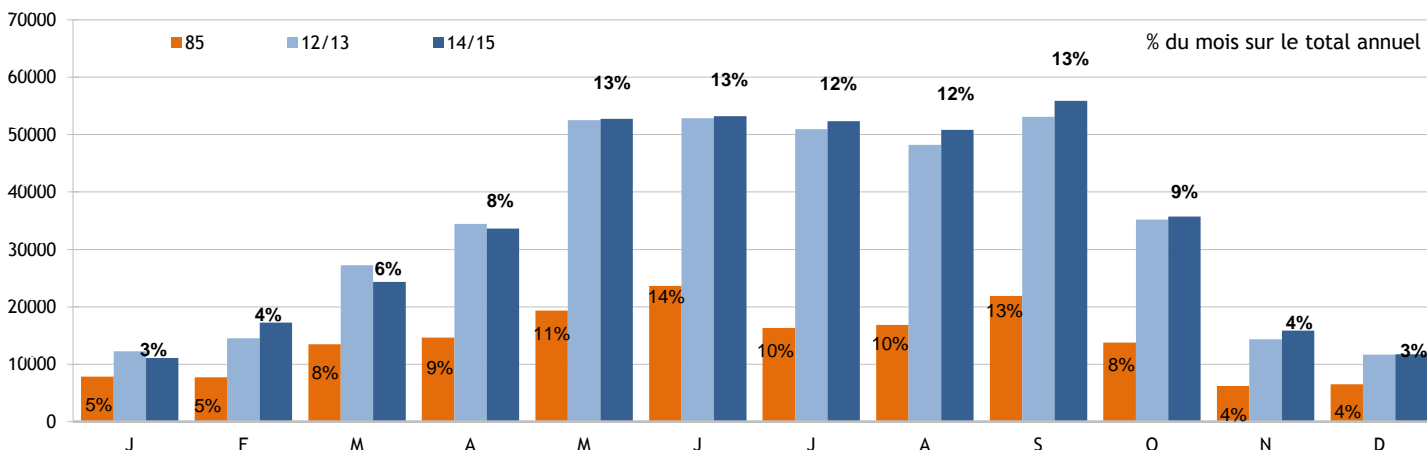
Les nuitées hébergements sont bien réparties entre Avril et Octobre, et la progression du flux est régulière jusqu'en Août, avec quasi absence de pointe estivale. L'hiver est sous-fréquenté (surtout Déc-Jan.) et ne représente que 18% des nuitées. La période de Juin à Septembre représente 53% du total annuel.

L'évolution des séjours hébergements depuis 1985 (en volume) montre une belle croissance de la demande toute l'année, particulièrement marquée sur Juillet (+220%) et Août (+202%), mais restée limitée en Janvier (+41%). Concernant la part de chaque mois, on note entre 85 et 2014/15 une croissance de la part des séjours réalisés en Mars, Mai, Juillet-Août et Octobre.

NUITEES 2014/15 - HOTELS ET RESIDENCES



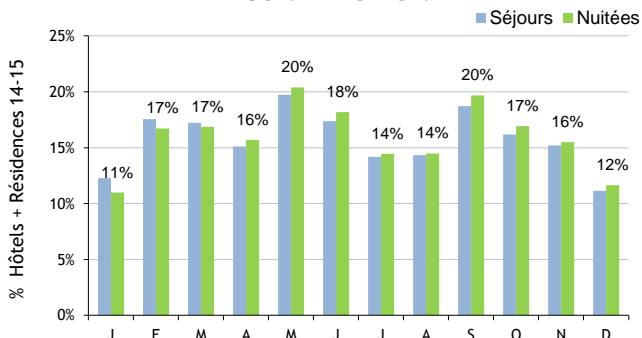
EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



POTENTIEL MENSUEL

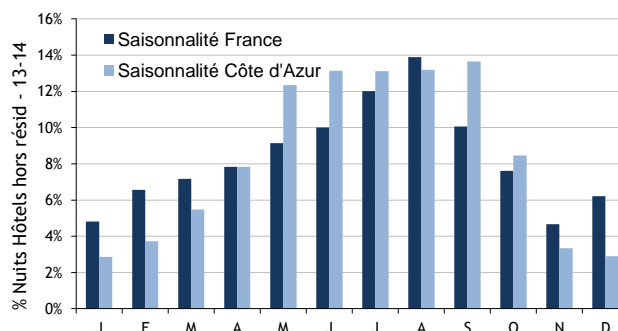
La part des Britanniques sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie entre 11% en Décembre et 20% en Mai et Septembre. C'est un marché essentiel pour tous les mois, mais qui pèse un peu moins en Juillet-Août et en fin d'année. La part de marché Côte d'Azur/France est faible en hiver (seulement 3,6% en Décembre) mais très élevée en Mai et Septembre (10,3%). Si on compare la distribution mensuelle des nuitées entre la France et la Côte d'Azur (13-14), on constate un potentiel élevé entre Novembre et Février, avec une présence importante en France mais moindre sur la Côte d'Azur.

CONTRIBUTION

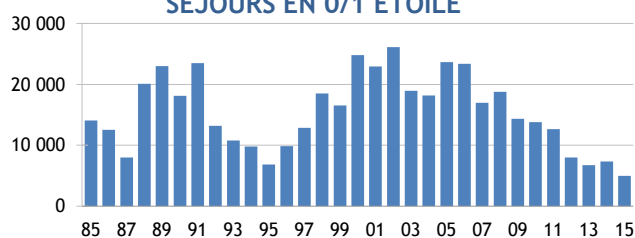


PDM 06/F	
J	4,5%
F	4,3%
M	5,8%
A	7,6%
M	10,3%
J	10,0%
J	8,3%
A	7,2%
S	10,3%
O	8,5%
N	5,4%
D	3,6%

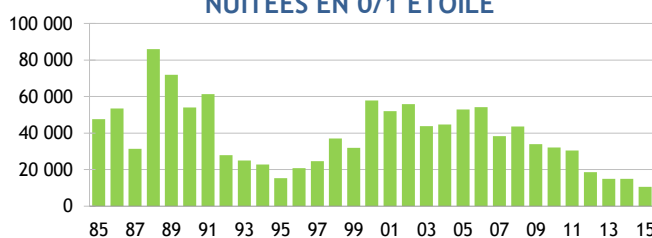
POTENTIEL SUR LA FRANCE



SEJOURS EN 0/1 ETOILE



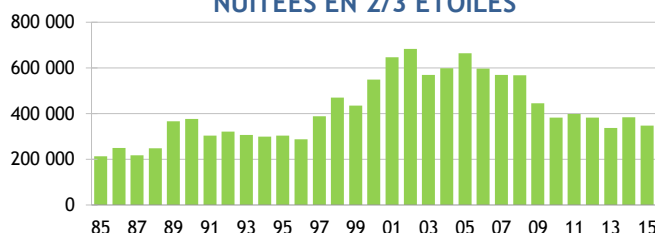
NUITEES EN 0/1 ETOILE



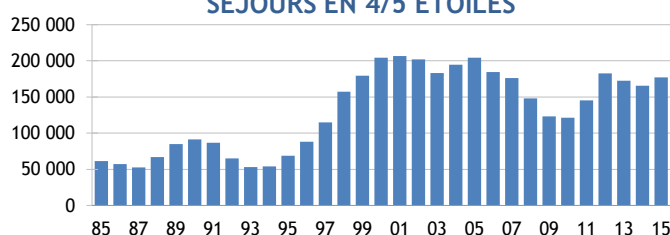
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



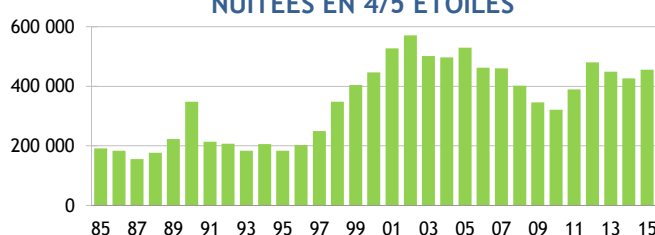
NUITEES EN 2/3 ETOILES



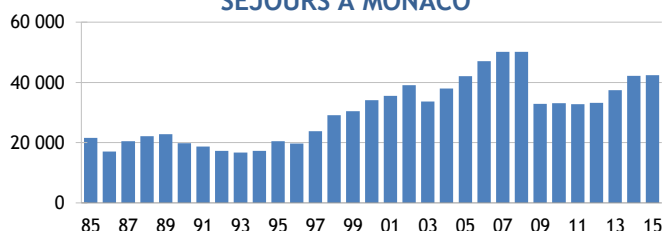
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



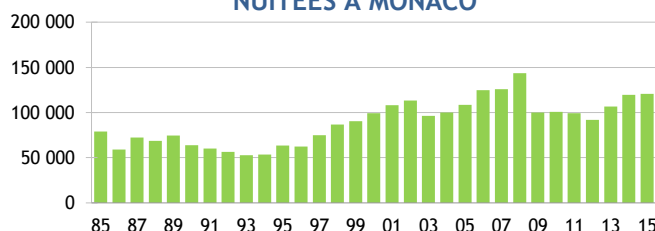
NUITEES EN 4/5 ETOILES



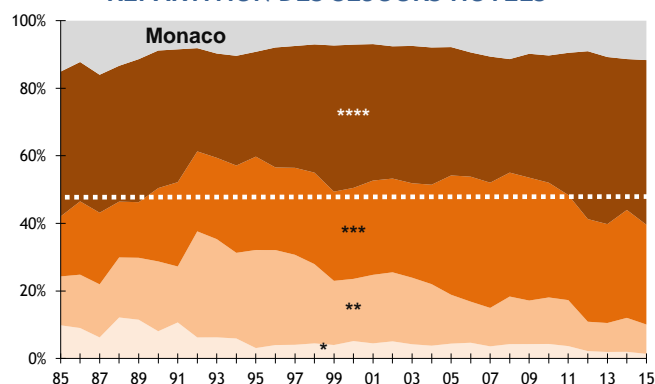
SEJOURS A MONACO



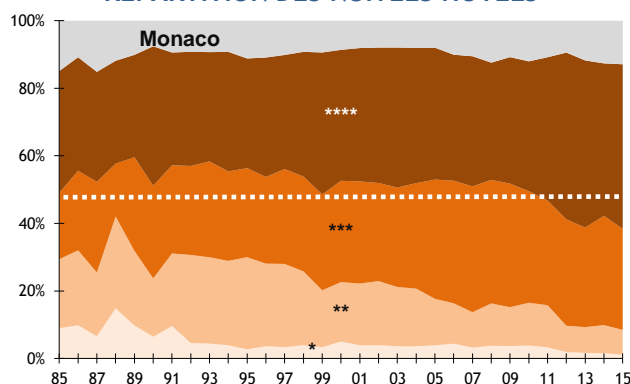
NUITEES A MONACO



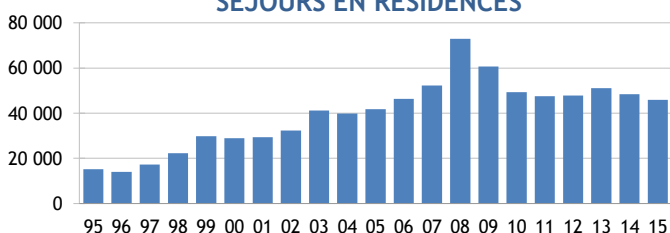
REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



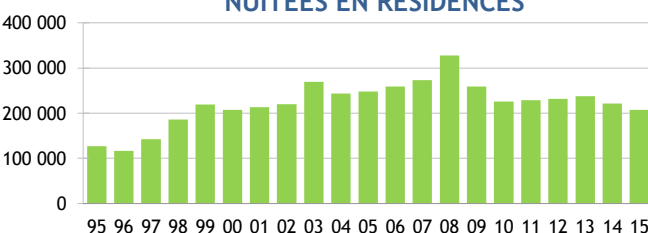
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



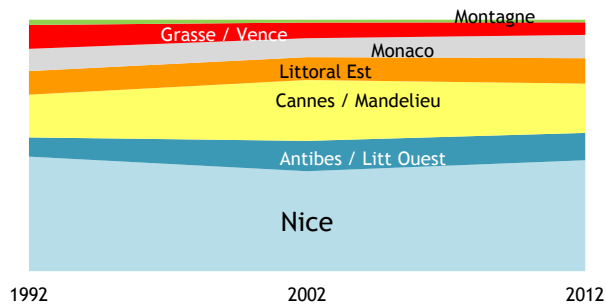
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



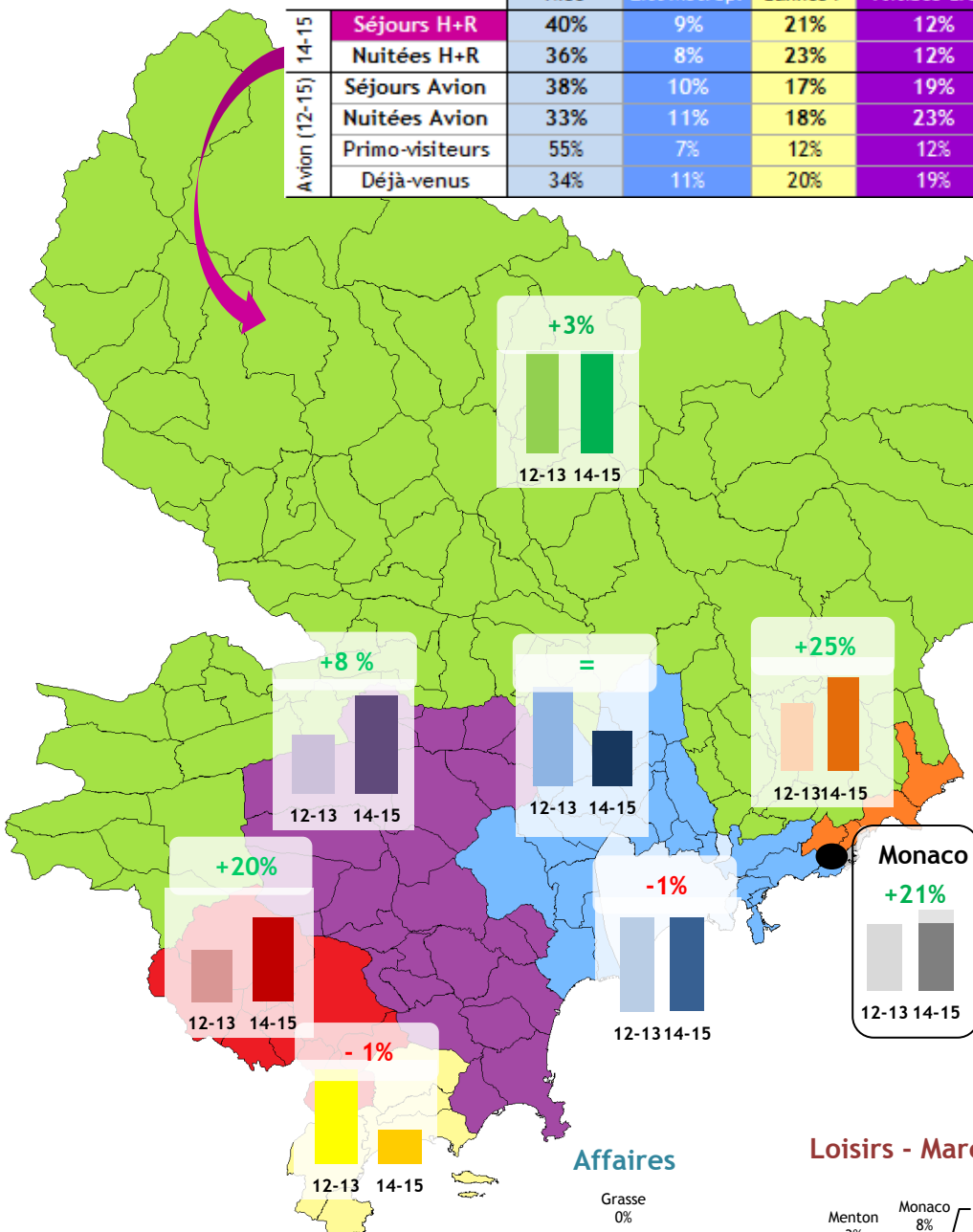
TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



Historiquement, les Britanniques choisissent en priorité Nice, qui hébergeait 46% des séjours en 92, 40% en 2002 et 44% en 2012, suivie de Cannes-Mandelieu (24% en 2002). Antibes-Littoral Ouest a atteint 12% en 2002.

La part de Monaco et du Littoral Est se maintenait bien avec près de 10% chacun. En revanche, on observe une baisse régulière du moyen pays : 9% en 92, 5% en 2012.

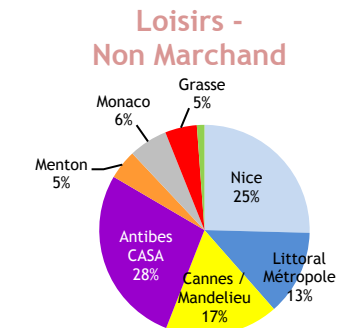
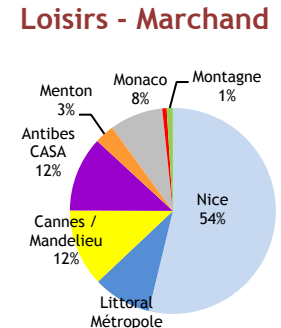
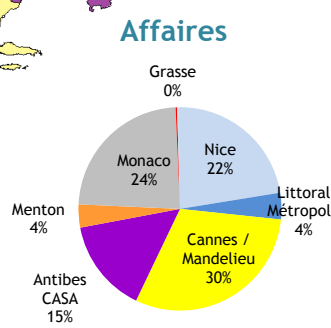
	Nice	Litt Métrop.	Cannes /	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
14-15								
Séjours H+R	40%	9%	21%	12%	6%	10%	1%	1%
Nuitées H+R	36%	8%	23%	12%	7%	13%	1%	1%
Avion (12-15)								
Séjours Avion	38%	10%	17%	19%	4%	9%	2%	1%
Nuitées Avion	33%	11%	18%	23%	4%	6%	3%	1%
Primo-visiteurs	55%	7%	12%	12%	3%	10%	1%	1%
Déjà-venus	34%	11%	20%	19%	4%	8%	3%	1%

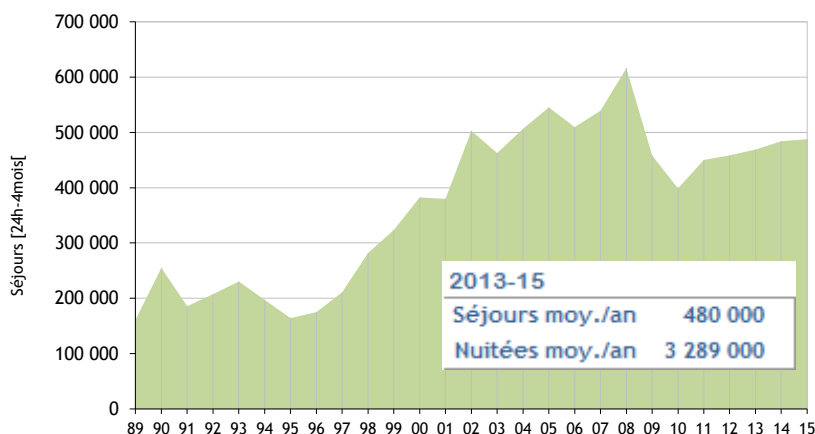


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2014-15 sont : Nice (40% des séjours hébergements et 38% des séjours avion), suivie de Cannes-Mandelieu (21% et 17%) et d'Antibes-CASA (12% et 19% pour l'avion, devant Cannes, et même près du quart des nuitées avion totales). La GB-Irl. est au 1er rang des marchés pour le taux de séjours avion en Métropole Littoral Est et au second rang pour Antibes.

Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 55% des primo-visiteurs choisissent cette zone (et 12% Antibes, au second rang avec Cannes), et que 54% des séjours Loisirs Marchand y sont hébergés. 3 séjours Loisirs non Marchand sur 10 sont hébergés à Antibes-CASA, au 1er rang. Pour le segment Affaires, c'est Cannes qui est en tête avec 30% des séjours, devant Monaco et Nice.

En 2014-15 (voir carte), on note une hausse dans les hébergements sur quasiment toutes les zones, surtout à Monaco, Menton et Grasse. La fréquentation est juste stable à Nice et Cannes.





Environ la moitié des séjours britanniques sont réalisés par avion jusqu'à Nice Côte d'Azur, du fait du fort développement du réseau, des fréquences et des tarifs, depuis l'arrivée de Easy Jet en 96.

Après avoir dépassé la barre des 600 000 séjours avion en 2008, un record absolu, la fréquentation a retrouvé le niveau du début de la décennie 2000. La tendance depuis 2010 est redevenue légèrement positive.

Les séjours par avion durent en moyenne 6,8 nuits. Pour les cibles Loisirs le principal segment est le 4-6 nuits avec environ le tiers des séjours avion. Près du tiers des séjours Loisirs non Marchand durent aussi entre 7 et 10 nuits (ils durent 8,7 nuits en moyenne). Près de 6 séjours Affaires sur 10 sont des courts séjours (4,8 nuits en moyenne).

Le taux de satisfaction est excellent avec 89% de "très satisfaits", mais également 5% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs s'élève à 27%.

2012-15	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	6,8	6,0	8,7	4,8
Age moyen	45	44	46	42
Nb Personnes	1,8	2,1	1,7	1,3
Taux 1 ^{er} visite	27%	41%	13%	26%
Dépense/séjour	559 €	649 €	410 €	726 €
Dépense/jour	81 €	104 €	49 €	156 €
> 200€ / jour	12%	14%	4%	32%
De 30 à 200€ / jour	68%	80%	59%	57%
<30€ / jour	20%	6%	38%	11%
Satisfaction				
Très satisfaits	89%	89%	89%	86%
Satisfaits	7%	4%	8%	9%
Non ent. Satisf.	5%	6%	4%	4%

La dépense moyenne s'établit à 81€ par jour/pers. et 559€ par séjour, un bon niveau, mais tiré vers le bas par le segment non Marchand (49€/jour) tandis qu'en mode marchand la dépense moyenne atteint 104€/jour. Le segment "basse contribution" concerne 20% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" n'en regroupe que 12%.

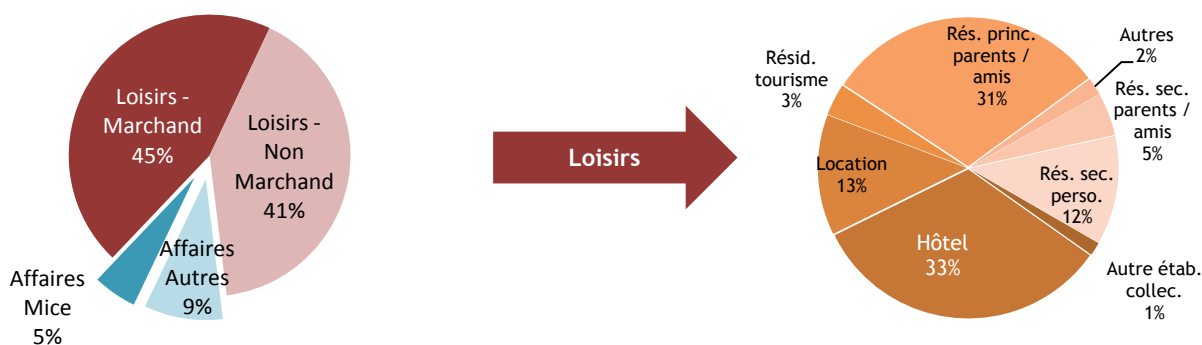
La clientèle est âgée de 45 ans en moyenne. Le principal segment âge en Loisirs est de loin le 60 ans et + (3 séjours avion sur 10).

SEGMENTATION CIBLES

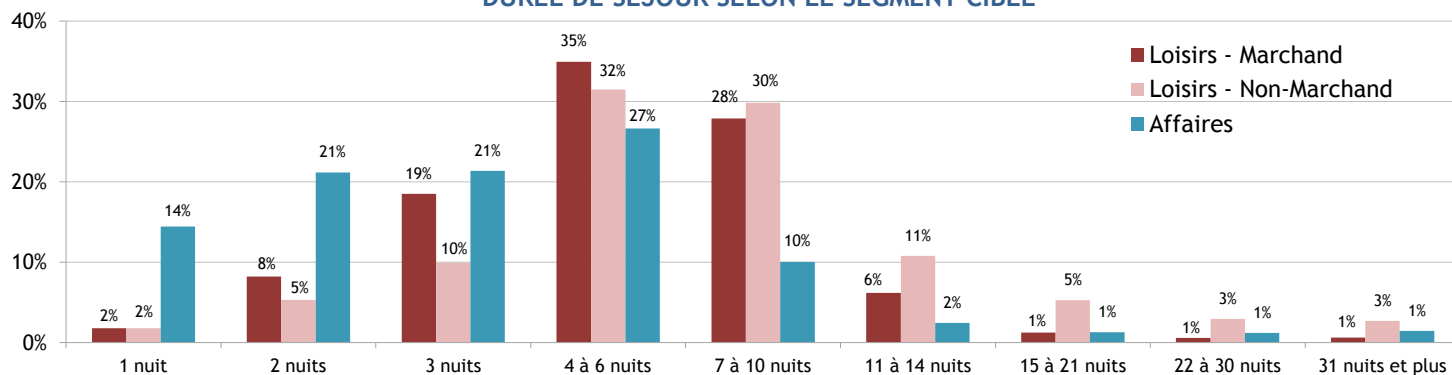
Le segment Loisirs Marchand regroupe seulement 44% des séjours avion, et le segment Loisirs non Marchand quasiment autant (42%). Il pèse donc très lourd. L'Affaires réalise 14% des séjours (5% pour le MICE).

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est l'hôtel, avec un tiers des séjours, juste devant les parents et amis (31%) et les résidences secondaires (17% au global). La location emporte 16% du marché, avec une part assez réduite pour les résidences de tourisme (3%).

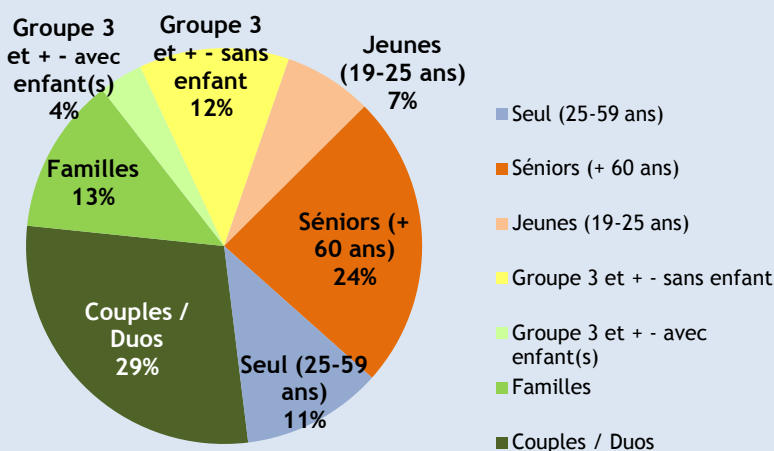
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



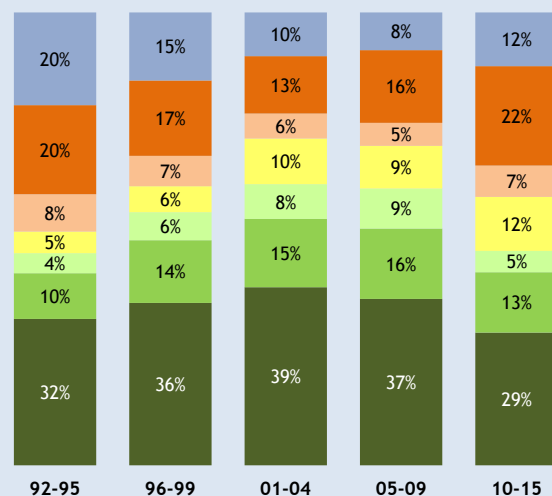
DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



TYOLOGIE LOISIRS AVION



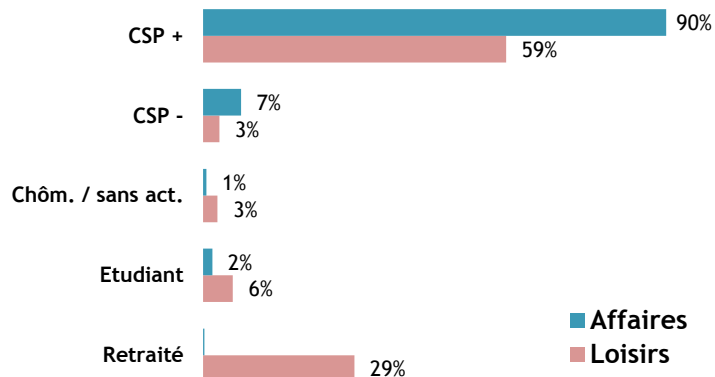
Moyenne 2012-15



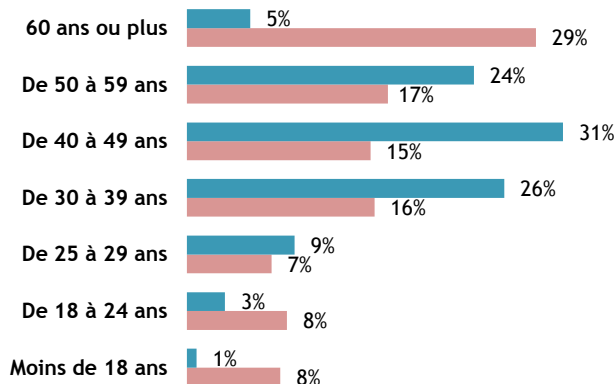
Les Britanniques-Irlandais à motif Loisirs voyagent en couple/duo dans près de trois cas sur dix. Le second principal segment est constitué des Seniors (24%). 11% sont des adultes voyageant seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place). 12% voyagent à 3 adultes ou plus, sans enfant (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Familles est important et représente 13% (incluant 1,8 enfant en moyenne), voire 17% en incluant les groupes de 3 ou + incluant enfant(s). Le segment Jeunes se limite à 7%.

Sur plus de deux décennies, l'évolution est favorable au segment Groupes 3 et + sans enfant (+ 7 points) au détriment des autres, surtout des voyageurs seuls. Le segment Familles avait progressé jusqu'en 2009 (un séjour Loisirs sur 5), mais régresse ensuite. A l'inverse, la part des couples-duos avait gagné 7 points mais en a perdu 10, et domine moins la structure du marché actuel.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



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



SEGMENT LOISIRS

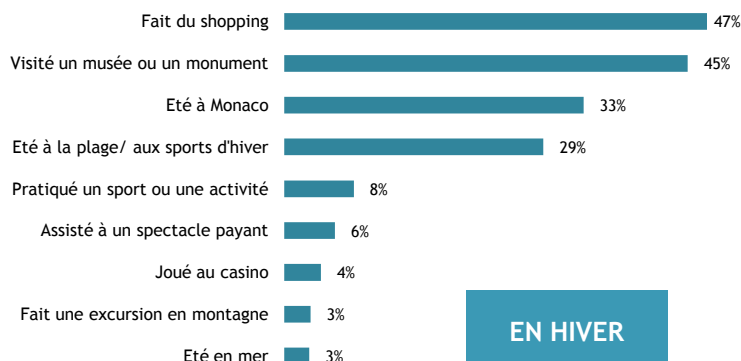
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la plage (63%), la visite de musée-monument et le shopping (47%). En hiver, c'est le shopping qui vient en tête avec 47%, devant la visite de musée ou monument (45%) et la visite à Monaco (33%). Sur l'année entière, la pratique d'activités aini que les spectacles payants sont assez fréquents aussi avec 10% chacun.

ACTIVITES DECLAREES



EN ETE

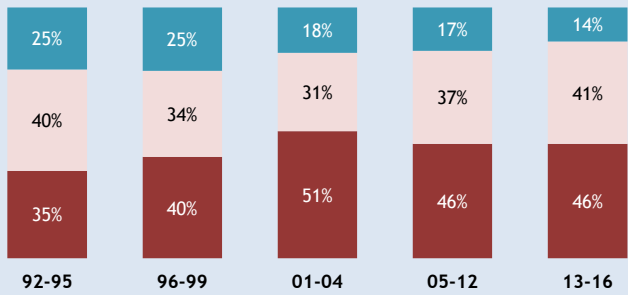
ACTIVITES DECLAREES



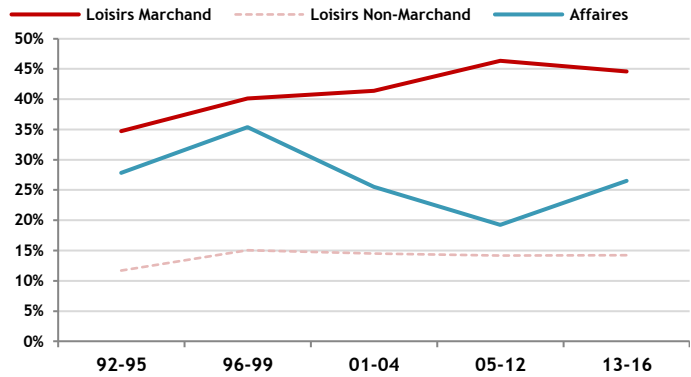
EN HIVER

SEGMENTATION CIBLES

Loisirs Marchand Loisirs Non-Marchand Affaires



TAUX DE PRIMO-VISITEURS



Tendances Visiteurs avion Loisirs

SEGMENTATION CIBLES

Progression de la part du Loisirs Marchand, chute puis rebond du non Marchand mais recul sensible du segment Affaires

TAUX DE PRIMO VISITEURS

En progression régulière 92-2012 pour le Loisirs Marchand, plutôt stable pour le non Marchand mais en nette chute pour l'Affaires

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

En baisse de 2 nuits. La part des courts séjours a progressé jusqu'en 04 puis s'est stabilisée. Hausse de 12 pts de la part des 4-6 nuits. Fort recul des 11 N et +

ZONES DE SEJOUR

Nice est en forte hausse régulière. Antibes l'était jusqu'en 2004 mais recule depuis. Cannes est en chute régulière. Le Littoral Métropole a rebondi et Monaco recule

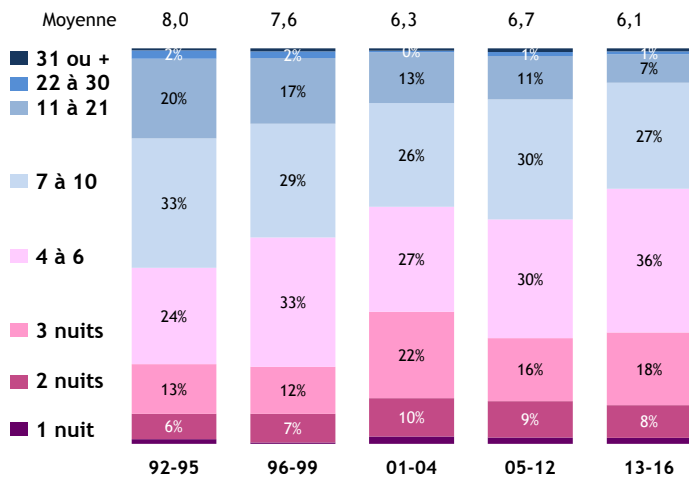
MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel reflue fortement depuis 2004 au profit de la location (qui progresse régulièrement) et des parents et amis (net rebond depuis 2004). La part des résidences sec., stable jusqu'en 2012, baisse ensuite

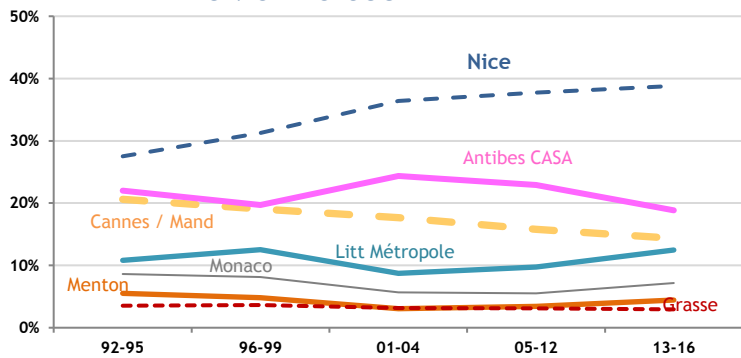
AGE/CSP

Age moyen en hausse. Stabilité des jeunes et net rebond pour les 60 ans et +. Erosion pour les CSP+ au profit des retraités et CSP+

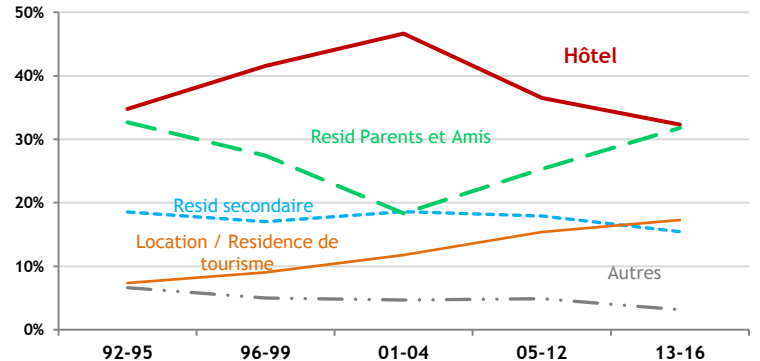
DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



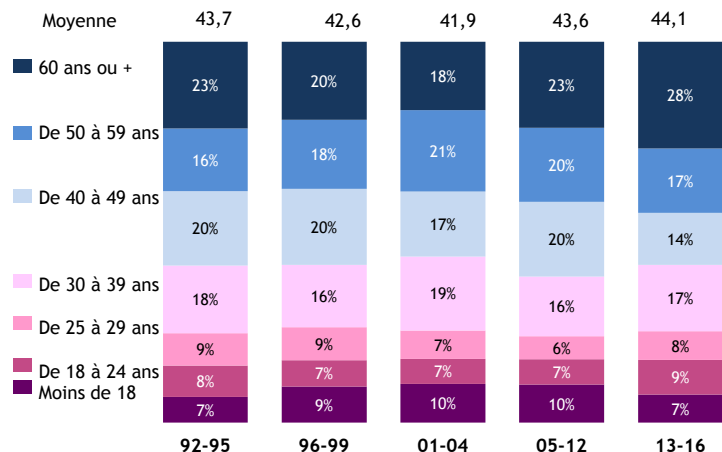
ZONES DE SEJOUR - Loisirs



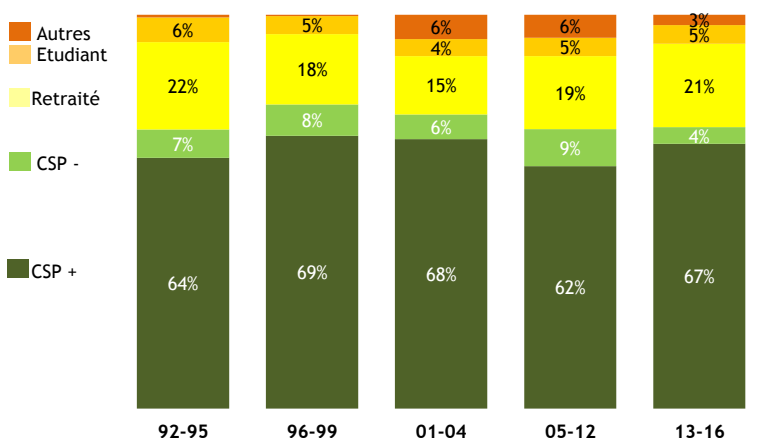
MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



ÂGE DES VISITEURS LOISIRS

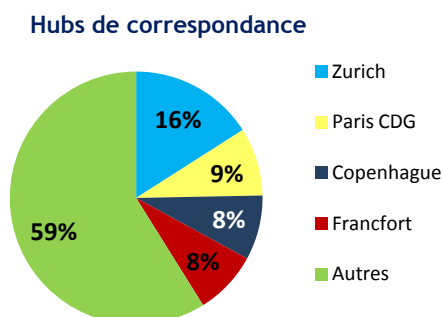
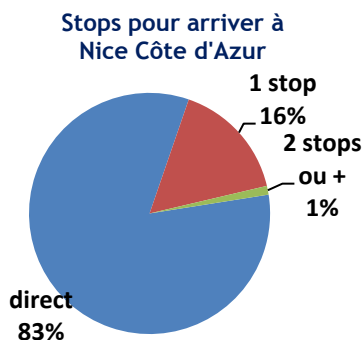


CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)



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.

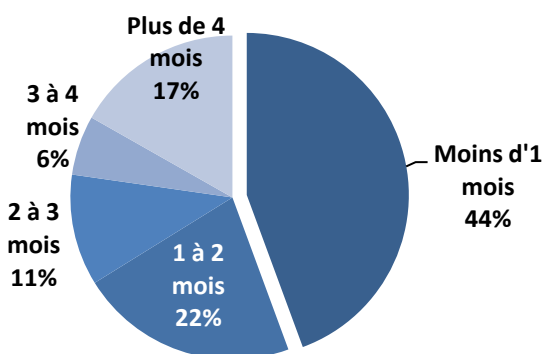


Les séjours FRANCE sont à destination de 1/Paris 2/Nice 3/Lyon 4/Marseille

Les voyages à destination de Nice-Côte d'Azur sont effectués en direct dans 83% des cas, ou via un autre aéroport, Zurich en tête (16%) devant Paris CDG.

SEJOURS	2010	2011	2012	2013	% Moy 12-13	Tendance
Nice	43 838	46 382	52 574	48 789		→
France	425 905	464 802	466 576	498 133		→
Part de marché Nice (%)	10,3	10,0	11,3	9,8		→
Durée des séjours Nice Côte d'Azur						
courts (1-3 nuits)	21 959	22 620	25 689	24158	49,2	→
moyens (4-8 nuits)	15 003	16 320	18 499	17386	35,4	→
longs (9-21 nuits)	5 486	6 203	7 043	6027	12,9	→
très longs (+22 nuits)	1 390	1 239	1 343	1218	2,5	→
Part des groupes 6 pax et +	4,1	4,4	3,5	3,9	3,7	↔

Nombre de jours entre dates de réservation et d'arrivée

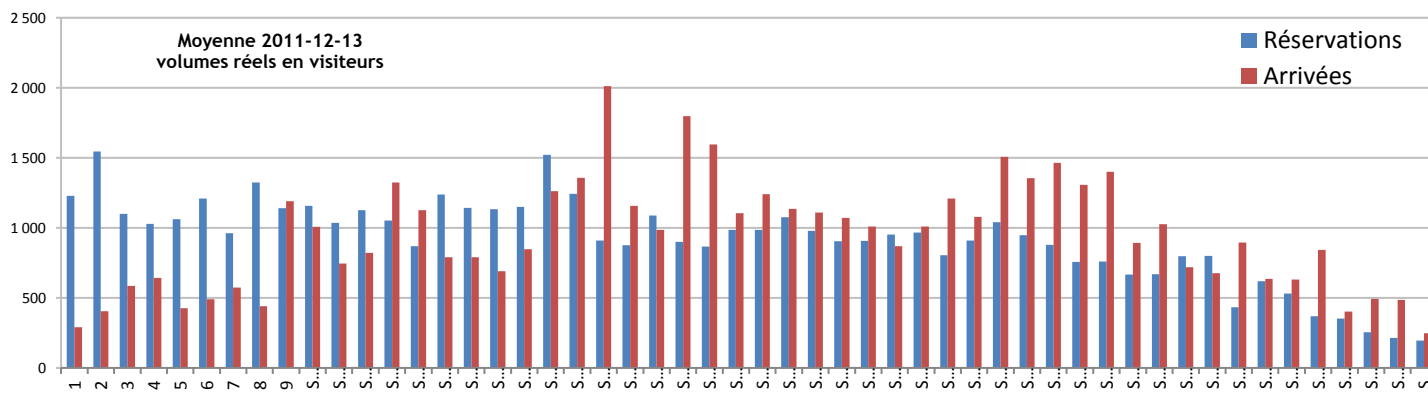


Les séjours Nice-Côte d'Azur sont réservés le plus souvent (44%) dans le mois qui précède la date d'arrivée. Un tiers sont réservés entre un et trois mois avant. Seuls 17% réservent plus de 4 mois à l'avance.

Les pics de réservation sont en semaines 2 (pointe annuelle) et 19, mais les réservations sont bien étalées entre les semaines 1 et 20.

Les pics d'arrivée sont en semaines 21, 24, 25 avec une seconde période entre les semaines 36 et 40.

Saisonnalité hebdomadaire des réservations et des arrivées à Nice



OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR

La source d'enquête Visetran permet de comparer les profils des visiteurs selon le mode de transport utilisé, avion ou autres modes (route et train).

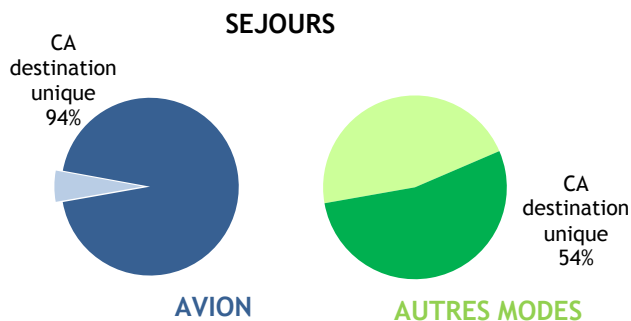
Les Britanniques venant par avion séjournent quasi-exclusivement sur la Côte d'Azur au cours de ce voyage, tandis qu'ils ne sont plus qu'un sur 2 environ lorsqu'ils viennent par la route ou le train. Le taux de primo-visiteurs est identique quel que soit le mode de transport.

La dépense par jour et séjour est comparable pour les deux segments transports, mais les séjours route-train sont plus longs (12 nuits en moyenne contre 9).

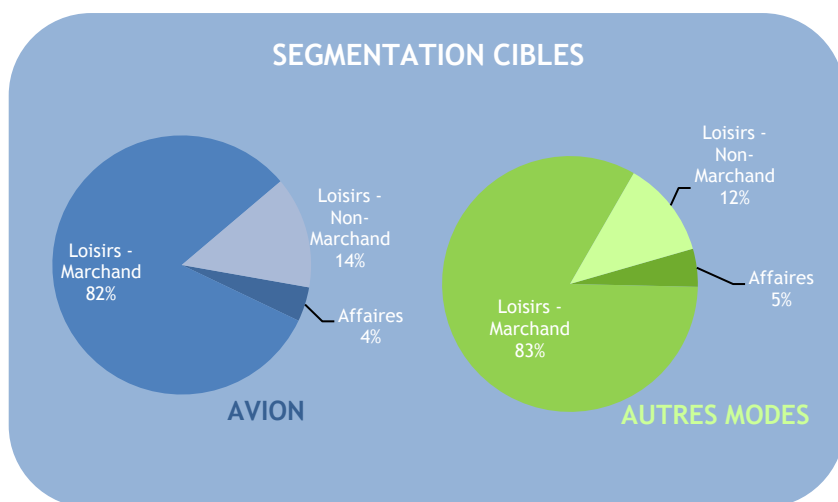
L'âge moyen (âge du répondant uniquement) est quasi-identique quel que soit le mode de transport.

Le segment Loisirs Marchand est largement majoritaire, soit plus de 8 séjours sur 10 quel que soit le mode de transport. La segmentation est identique pour l'avion comme pour la route-train.

Attention : pour des raisons méthodologiques, ces résultats sont surtout représentatifs des visiteurs effectuant un 1^{er} séjour, et les segments "groupes autocars" et "visiteurs affaires" sont sous-représentés dans ces résultats.

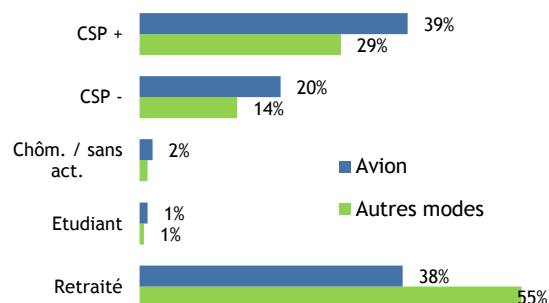


	Avion	Autres modes
Dép. par jour	67 €	53 €
Dép. par séjour	593 €	654 €
Durée de séjour	8,9	12,3
Nb moy de personnes	2,1	2,2
Taux 1ère visite	44%	47%
Age moy. répondant	53	55

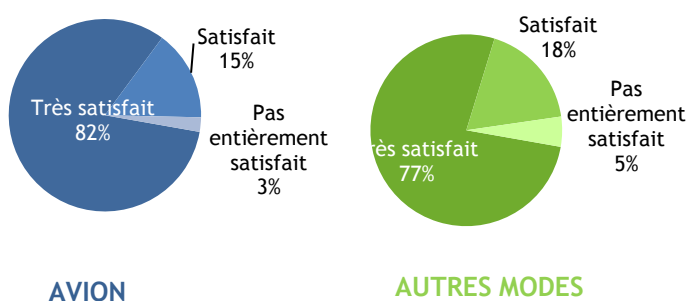


CSP

Les visiteurs appartiennent le plus souvent aux catégories CSP+ ou retraités pour l'avion, et majoritairement retraités pour les autres modes (un sur 2), ou CSP+ (29%). Un séjour avion sur 5 est effectué par les CSP-. Les étudiants sont peu présents dans cette enquête.



SATISFACTION



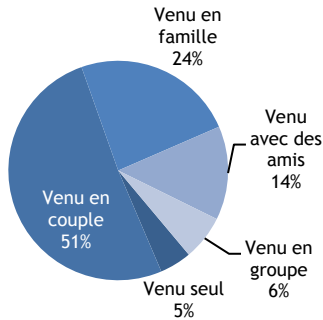
Mots cités spontanément

En positif		En négatif
Primo-visit.	Déjà Venus	
1 weather	1 weather	1 weather
2 people	2 food	2 hotel
3 beautiful	3 people	3 expensive
4 food	4 beautiful	4 niceVille
5 friendly	5 friendly	5 dog
6 lovely	6 excellent	6 poor
7 scenery	7 lovely	7 traffic
8 transport	8 transport	8 accommodation
9 excellent	9 scenery	9 bus
10 see	10 hotel	10 beaches

Les Britanniques sont très satisfaits de leur séjour dans 82% des cas pour les séjours avion et 77% pour les autres modes. Le taux de satisfaction est par conséquent très bon, mais à l'opposé on trouve 4% de Britanniques ne se déclarant pas entièrement satisfaits. 75% donnent spontanément un commentaire, positif dans 91% des cas. Parmi ces commentaires positifs, le mot "weather", suivi de "people" et "food", sont les noms communs signifiants qui sont le plus fréquemment formulés par les primo-visiteurs, et les mots "weather", "food" et "people" pour les visiteurs déjà venus. Les mots qualifiants les plus fréquents sont "beautiful", "friendly" et "lovely". En négatif apparaissent surtout les termes signifiants "weather", "hotel" et "expensive".

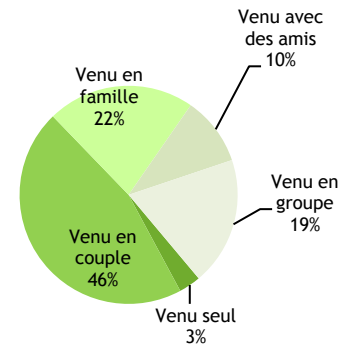
% avec commentaires	75%	Nb. Moyen de com.	2,6	Nb. Moyen com. %	Positif 91%	Négatif 9%
---------------------	-----	-------------------	-----	------------------	-------------	------------

SEJOURS LOISIRS PAR TYPE DE GROUPE

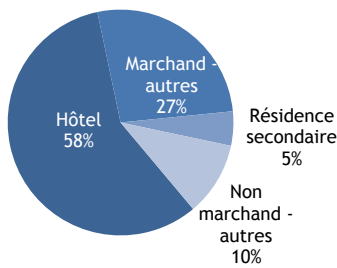


La structure est identique quel que soit le mode de transport. Les visiteurs venus en couple sont les plus nombreux (autour d'un sur deux). Les familles représentent le quart des visiteurs. Entre 10 et 14% viennent avec des amis.

Au moins 5% des Britanniques voyageant par la route ou le train séjournent en groupe (sous-estimé par l'enquête). Environ 5% des séjours sont effectués seuls.



AVION



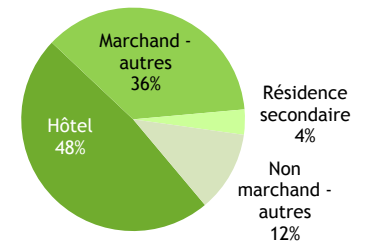
HEBERGEMENT SEJOURS LOISIRS

Les visiteurs par avion séjournent à l'hôtel dans 58% des cas, contre 48% des séjours autres modes.

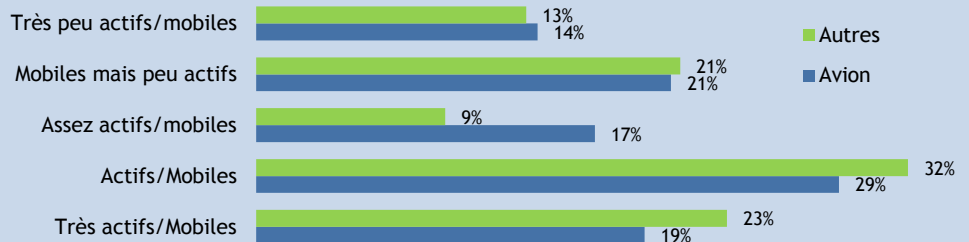
Le secteur marchand non hôtelier (location) pèse pour 27% parmi les séjours avion mais pour 36% des séjours autres modes.

Les parts du non Marchand sont comparables quel que soit le mode de transport, soit autour de 10-12% pour les parents et amis et de 5% pour les résidences secondaires.

AUTRES MODES



TYPOLOGIE LOISIRS MOBILITE / ACTIVITES



Les Britanniques séjournant sur la Côte d'Azur sont plutôt mobiles/actifs que sédentaires. Seulement 13% des séjours environ sont sédentaires/inactifs. Le principal segment est celui des "actifs/mobiles" (environ 30% de tous les séjours). Concernant les lieux ou activités les plus souvent cités sur la période été, on note surtout Nice, la plage et le shopping. Sur la période hiver, il s'agit surtout de Nice, du shopping et de Monaco. La montagne est citée par 30% en été et par 26% en hiver. Les casinos sont cités par plus de 20% des visiteurs, été comme hiver. L'Italie est souvent visitée aussi en été (un quart des visiteurs).

TAUX DE VISITES OU D'ACTIVITES DECLAREES

