

Le Marché Britannique

C'est le plus ancien marché étranger de la "Riviera", avec des liens historiques et très forts. Nice est le littoral méditerranéen le plus rapidement accessible, relié en direct à une quinzaine d'aéroports, avec une offre low cost très développée et un véritable pont aérien entre Londres et Nice. La France accueille plus de 13 millions de séjours (au 1er rang devant l'Allemagne), séjournant 6,5 nuits.

Les économies britannique et irlandaise sont dynamiques, mais le Brexit rend les perspectives à moyen terme plus incertaines. Cela étant, ce grand marché proche hors zone € reste essentiel à la diversification des clientèles. Londres se plaçait il y a quelques années 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 en 2005, mais a subi une forte perte de 20% du fait de la crise financière en 2009-10. 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 : 90% viennent de Grande-Bretagne et 10% d'Irlande (Eire et Irl. du Nord). Plus de 63% des Britanniques viennent du Grand Londres-East Anglia, 8% du North West, 7% du South East, 6% du South West, 6% des Midlands-Yorkshire, 4% de Scotland, 3% du North East, 2% de Wales.

Chiffres clés

- 870 000 séjours de 6 nuits en moyenne, dont :
- 400 000 séjours en hôtels et résidences
- 480 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 6 500 résidences secondaires dont 900 irlandaises

Dépense : 87€/jour, 553€/séjour

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 50%, juillet-août = 24%, hiver = 20%. Bon étalement entre mai et septembre.

Visiteurs avion : 63% repartent sur vols directs vers Londres, 8% vers Dublin, 6% vers Liverpool, 6% vers Bristol, 3% vers Leeds/Bradford, 3% vers Manchester, 3% vers Paris, 2% vers Birmingham, 2% vers Edimbourg

Pouvoir d'achat de la Livre St. en France



😊 Points forts

- excellente desserte aérienne en direct des régions
- se sentent bien accueillis et "chez eux" sur la Riviera et nombreux résidents secondaires
- fréquentation très bien répartie entre Mars et Octobre
- assez bonne dispersion sur le territoire (2^{ème} rang des marchés pour la part des séjours en Métropole Littoral Est et Antibes)
- 6 séjours hôtels sur 10 effectués en 4-5*

Ce marché inclut la Grande-Bretagne, le pays de Galles, l'Ecosse, l'Irlande du Nord (Royaume Uni) ainsi que la République d'Irlande, soit une population de 67 millions d'habitants (âge moyen : 39 ans).

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2019 : +2%/an (+1,2% en 2019)

Dépenses à l'étranger

63,4 milliards €, au 4^{ème} rang mondial en 2019 devant la France
- Tendance annuelle moyenne 2005-2019 : +1,7%

Nombre de jours de congés payés

20 + 10 jours fériés = 30

Visa nécessaire pour la France : NON

Particularités du calendrier : 2 "bank holidays" en Mai

C'est un marché...

- très bien desservi par les low cost
- majoritairement de loisirs (Affaires : 11%)
- de connaisseurs et d'habités, souvent résidents secondaires ou chez parents et amis
- pour l'hôtellerie 3-4-5* et les campings
- plutôt âgé : 4 visiteurs Loisirs sur 10 ont 50 ans ou + (moyenne : 43 ans), mais aussi familial (17%)
- de séjours plutôt longs (4 à 10 nuits pour 6 séjours sur 10)

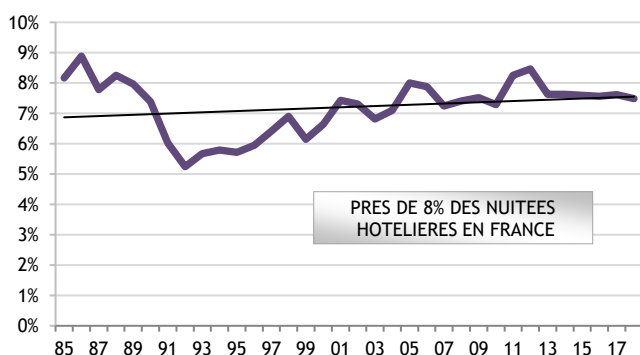
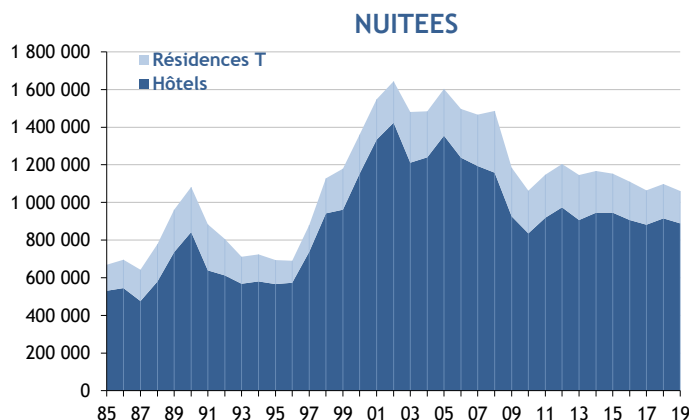
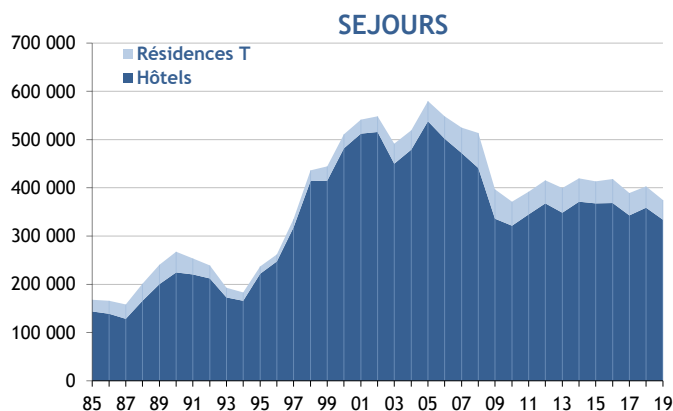


A mi-October 2020, l'évolution du pouvoir d'achat des Britanniques en France (€ pour 1 Livre) est très défavorable. Il s'était redressé entre 2008 et 2015, mais a perdu près de 25% à la mi 2017. Le rebond du second semestre 2019 n'a pas tenu et la tendance récente est à la baisse (taux passé de 1,2 à 1,1€).

😞 Points faibles

- sortie de l'Europe (Brexit) entraînant une forte chute de la Livre (-25% depuis 2015)
- forte baisse 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

Les séjours britanniques en hôtels et résidences ont littéralement explosé entre 95 et 2005, puis ont fortement rechuté, avec la crise financière, jusqu'en 2010. La fréquentation est restée plutôt stable ensuite, mais la tendance de long terme est encore bien orientée. Les séjours en résidences se sont réduits ces dernières années. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 11% des séjours et 16% 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.

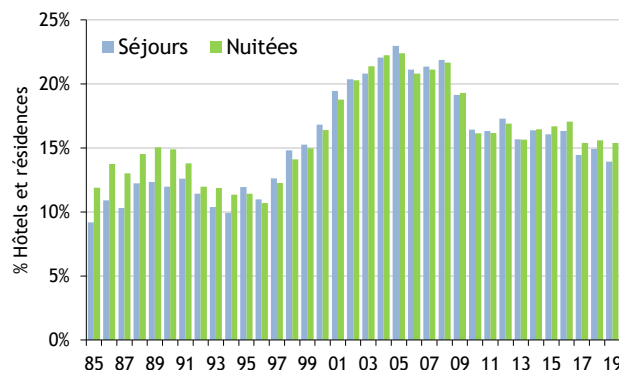
Si la part captée avait fortement baissé entre 86 et 92, elle avait retrouvé dès 2005 son bon niveau de 8%, atteignant même 8,5% en 2012.

Malgré une forte chute jusqu'en 92 et une simple stabilité sur les dernières années, la tendance de long terme reste plutôt positive.

La part des Britanniques dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences a connu une très 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, sa contribution baisse, mais reste élevée à plus 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.

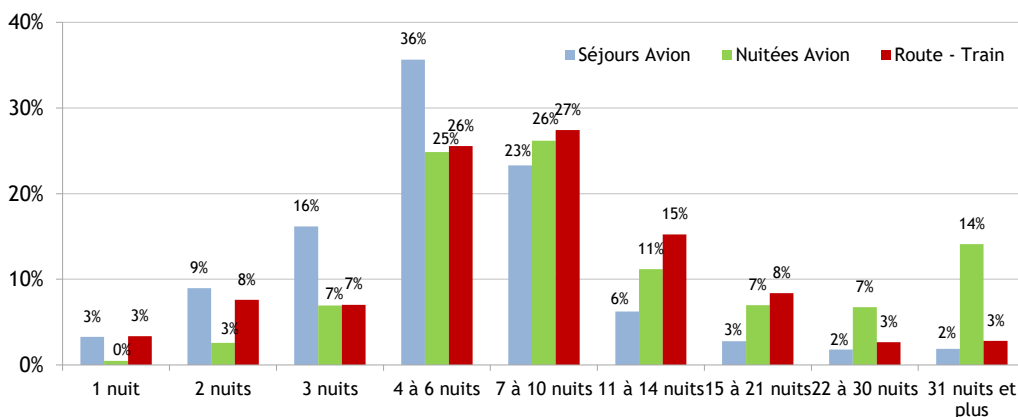
La part des nuitées était jusqu'en 94 nettement plus élevée que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour supérieure. C'est de nouveau le cas sur les dernières années.

CONTRIBUTION DES BRITANNIQUES A LA FREQUENTATION ETRANGERE

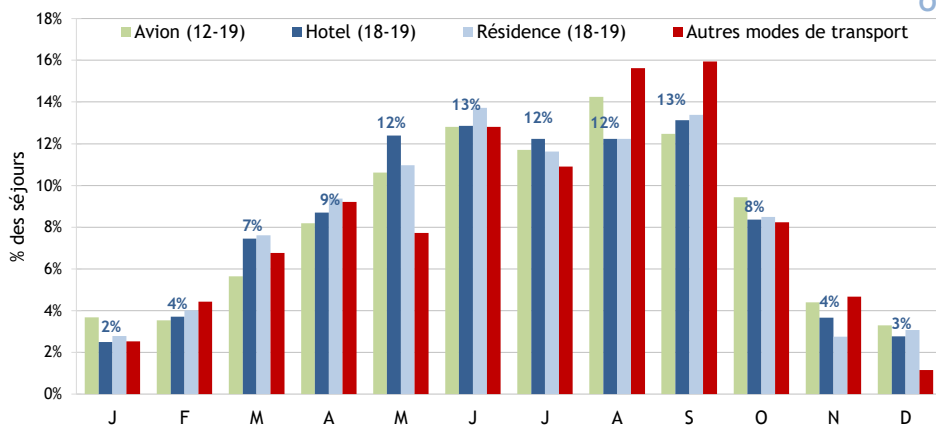


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Britanniques est plutôt faible sur la Côte d'Azur. Les séjours par avion durent 7 nuits en moyenne (7,3 pour le Loisirs et 5,2 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchand durent plus longtemps (9 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 2,6 nuits en moyenne, et dans les résidences 4,1 nuits. Pour les séjours avion, le principal segment est de loin le 4-6 nuits, pour plus du tiers des séjours. Les séjours de plus de 3 semaines regroupent 21% du total des nuitées avion.



	Durée	Nuits
Hôtellerie	Hôtels	2,6
	Résidences	4,1
	Hôtels+Rés.	2,8
Avion 12-19	Moyenne	7,0
	Loisirs	7,3
	Dont Hébergement marchand	5,9
	Dont Hébergement non-marchand	9,0
	Affaires	5,2
Route - Train	Dont MICE	4,6
	Dont Autres affaires	5,6
	Route - Train	9,7



18-19	Hotels + Résidences	
	SEJOURS	NUITEES
J	2,5%	2,1%
F	3,7%	3,3%
M	7,4%	6,3%
A	8,7%	8,6%
M	12,1%	11,8%
J	12,8%	12,6%
J	12,0%	12,8%
A	12,0%	13,6%
S	12,9%	13,7%
O	8,3%	8,5%
N	3,5%	3,0%
D	2,8%	2,6%

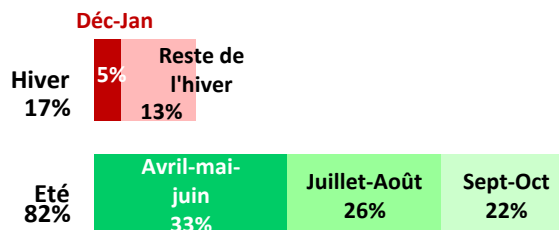
Les séjours britanniques sont bien répartis sur l'année. La fréquentation est soutenue dès Mars et jusqu'en Octobre. Dans les hôtels et résidences l'étalement est presque parfait entre Mai et Septembre. Les deux mois de Mai-Juin totalisent le quart des séjours hébergements. Cependant, la présence hivernale reste faible, Janvier 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.

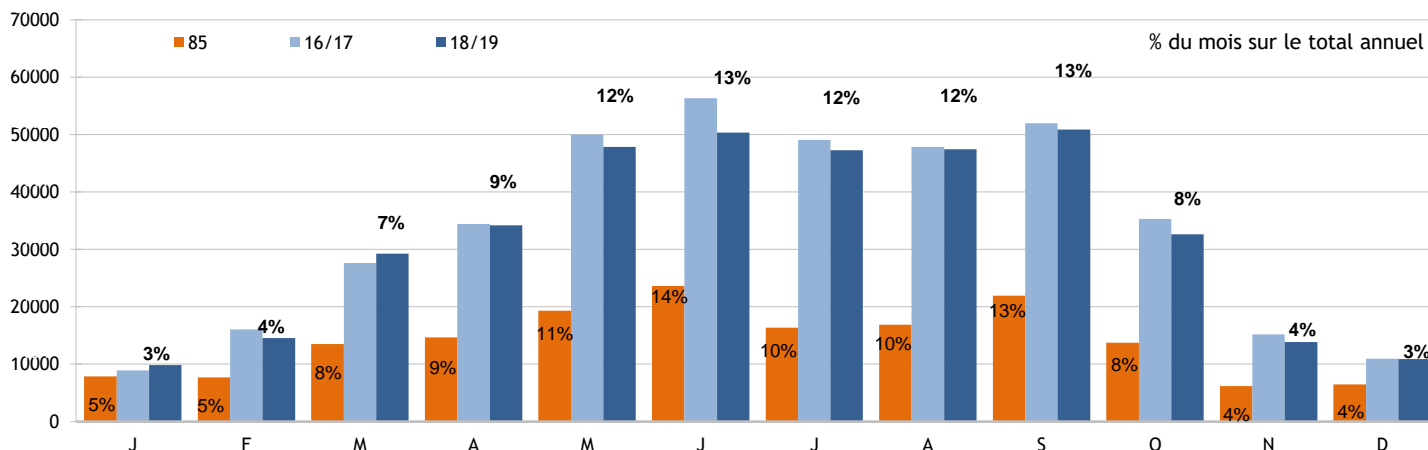
Les nuitées hébergements sont bien réparties entre Avril et Octobre, et la progression du flux est régulière jusqu'en Août, avec quasi absence de pointe estivale. L'hiver est sous-fréquenté (surtout Déc-Jan.) et ne représente que 17% des nuitées. La période de Juin à Septembre représente 53% du total annuel.

L'évolution des séjours hébergements depuis 1985 (en volume) montre une belle croissance de la demande toute l'année, particulièrement marquée sur Juillet et Août (+180%), et en Mai (+148%), mais restée très limitée en Janvier (+25%). Concernant la part de chaque mois, on note entre 85 et 2018/19 une croissance de la part des séjours réalisés en Mai, Juillet et Août. La part des mois d'hiver a reculé.

NUITEES 2018/19 - HOTELS ET RESIDENCES



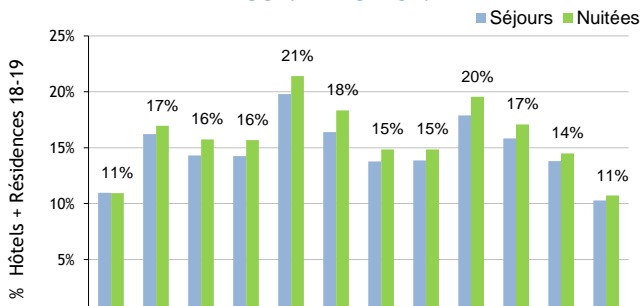
EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



POTENTIEL MENSUEL

La part des Britanniques sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie entre 11% en Déc.-Jan. et 21% en Mai. C'est un marché essentiel pour tous les mois, mais qui pèse un peu moins en Juillet-Août et en début/fin d'année. 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 Mars, avec une présence importante en France mais moindre sur la Côte d'Azur.

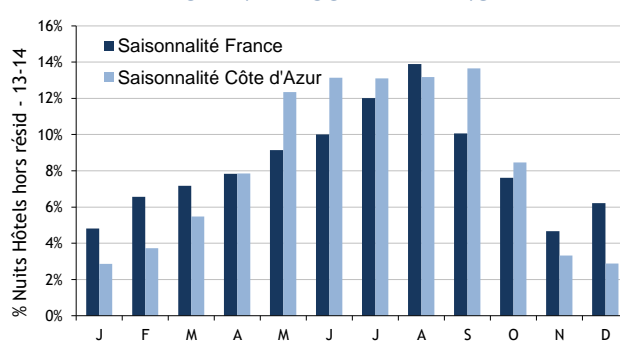
CONTRIBUTION



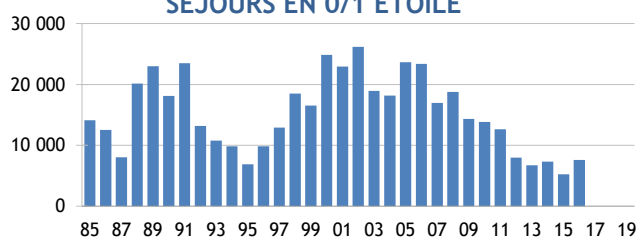
PDM 06/F

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	3,5%

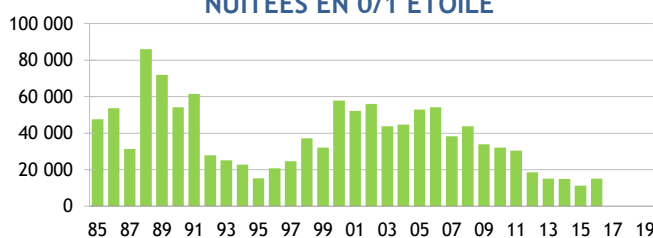
POTENTIEL SUR LA FRANCE



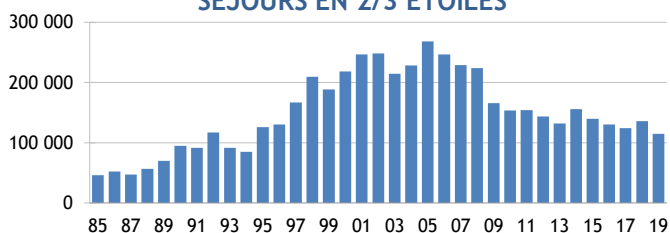
SEJOURS EN 0/1 ETOILE



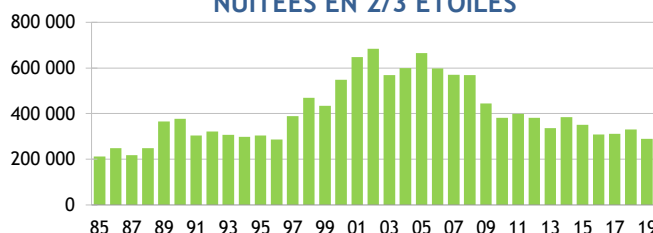
NUITEES EN 0/1 ETOILE



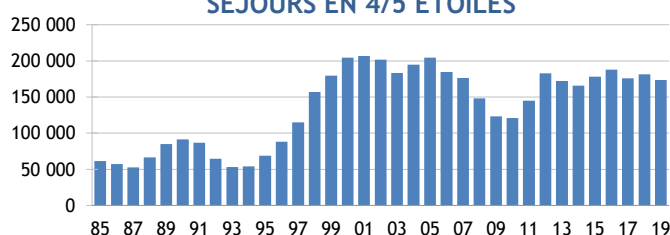
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



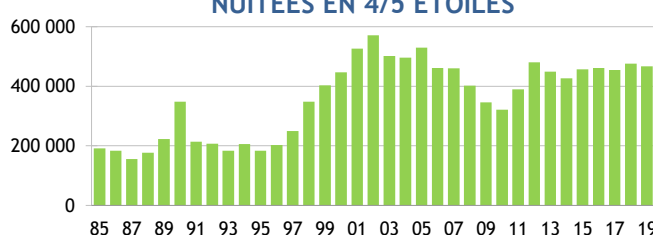
NUITEES EN 2/3 ETOILES



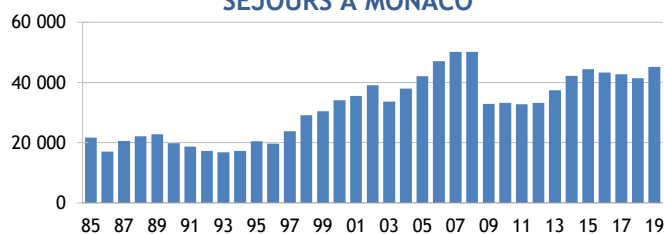
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



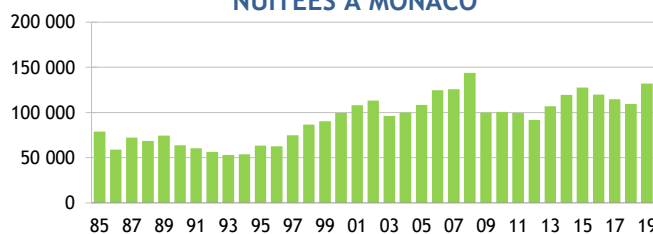
NUITEES EN 4/5 ETOILES



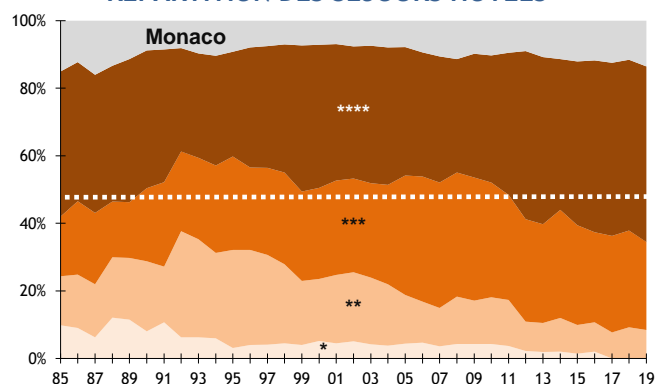
SEJOURS A MONACO



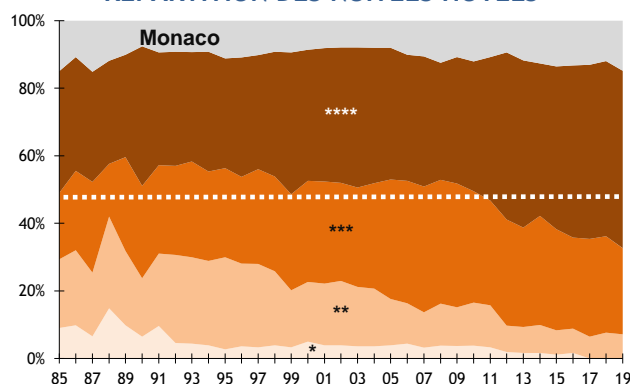
NUITEES A MONACO



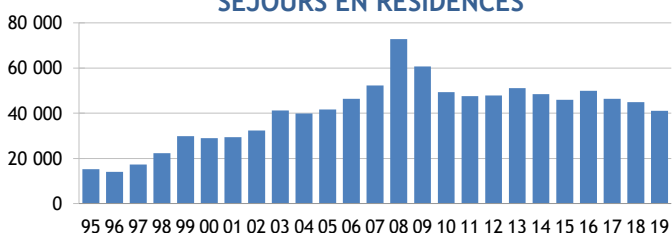
REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



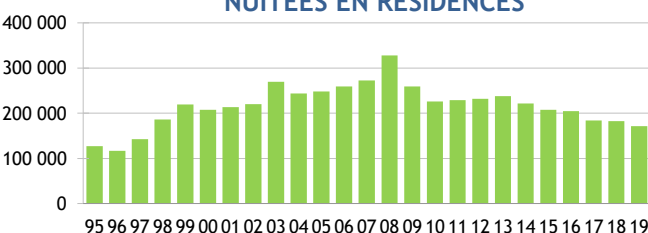
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



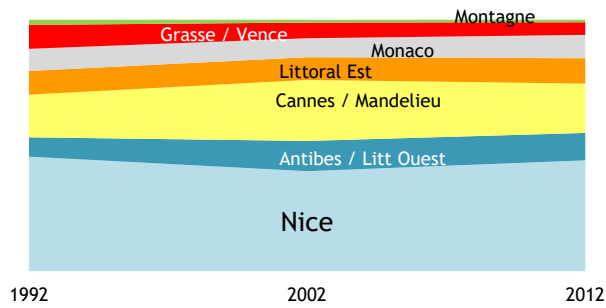
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



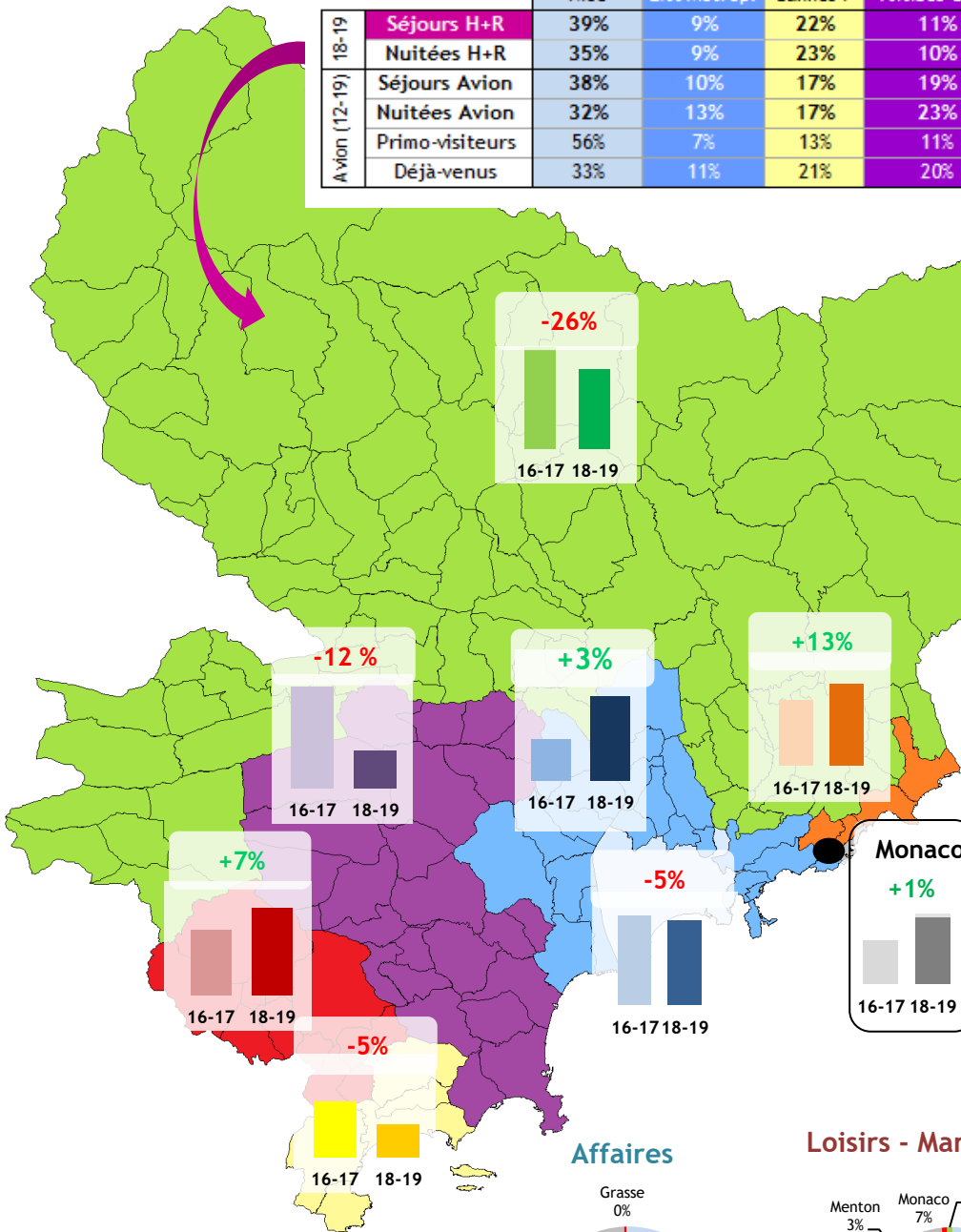
TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



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
18-19	Séjours H+R	39%	9%	22%	11%	6%	11%	1%
	Nuitées H+R	35%	9%	23%	10%	6%	16%	1%
A Vion (12-19)	Séjours Avion	38%	10%	17%	19%	4%	9%	2%
	Nuitées Avion	32%	13%	17%	23%	5%	6%	3%
	Primo-visiteurs	56%	7%	13%	11%	3%	9%	1%
	Déjà-venus	33%	11%	21%	20%	4%	8%	3%

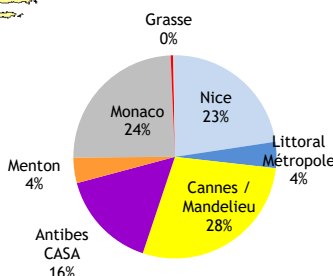


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2018-19 sont : Nice (39% des séjours hébergements et 38% des séjours avion), suivie de Cannes-Mandelieu (22% et 17%) et d'Antibes-CASA (11% et 19% pour l'avion, devant Cannes, et même près du quart des nuitées avion totales). La GB-Irl. est au second rang des marchés pour le taux de séjours avion en Métropole Littoral Est et à Antibes.

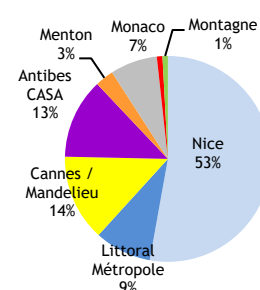
Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 56% des primo-visiteurs choisissent cette zone (et 13% Cannes), et que 53% des séjours Loisirs Marchand y sont hébergés. 3 séjours Loisirs non Marchand sur 10 sont hébergés à Antibes-CASA, au 1er rang. Pour le segment Affaires, c'est Cannes qui est en tête avec 28% des séjours, devant Monaco et Nice.

En 2018-19 (voir carte), on note une hausse dans les hébergements sur l'Est du territoire et sur Grasse, mais une baisse entre Nice et Cannes et une forte chute en montagne.

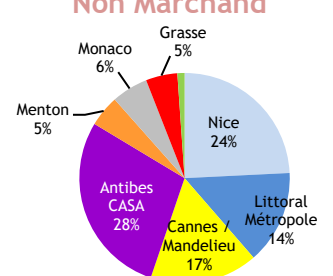
Affaires

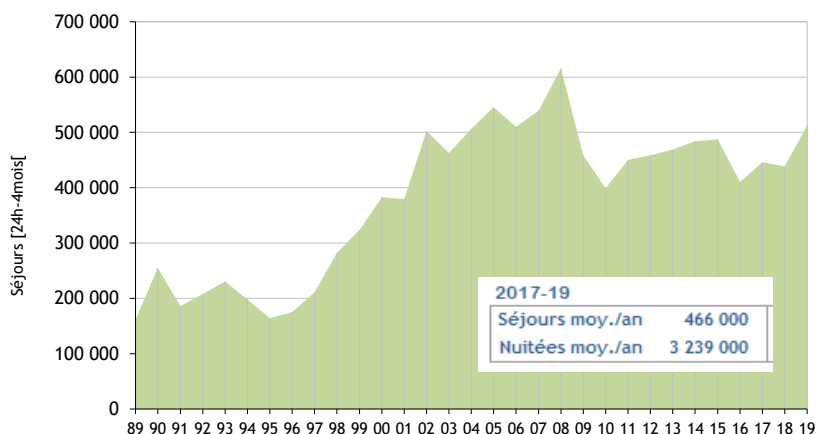


Loisirs - Marchand



Loisirs - Non Marchand





La moitié des séjours britanniques sont réalisés par avion jusqu'à Nice Côte d'Azur, du fait du fort développement du réseau de lignes directes et des fréquences low cost. 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 grâce au beau rebond de 2019.

Les séjours par avion durent en moyenne 7 nuits. Pour les cibles Loisirs le principal segment est le 4-6 nuits avec 4 séjours Loisirs Marchand sur 10 et un tiers des séjours Loisirs non Marchand. Plus du quart des séjours Loisirs non Marchand durent aussi entre 7 et 10 nuits (ils durent globalement 9 nuits en moyenne). Près de 6 séjours Affaires sur 10 sont des courts séjours (5,2 nuits en moy.).

Le taux de satisfaction est très bon avec 85% de "très satisfaits", mais également 5% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs s'élève à 30% mais de 45% en Loisirs Marchand, un niveau élevé.

La dépense moy. s'établit à 87€ par jour/pers. et 553€ par séjour, un bon niveau, mais tiré vers le bas par le segment non Marchand (53€/jour) tandis qu'en mode marchand la dépense moyenne atteint 114€/jour. Le segment "basse contribution" concerne 17% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 13%.

La clientèle est âgée de 43 ans en moyenne. Le principal segment âge en Loisirs est de loin le 60 ans et + (un quart des séjours).

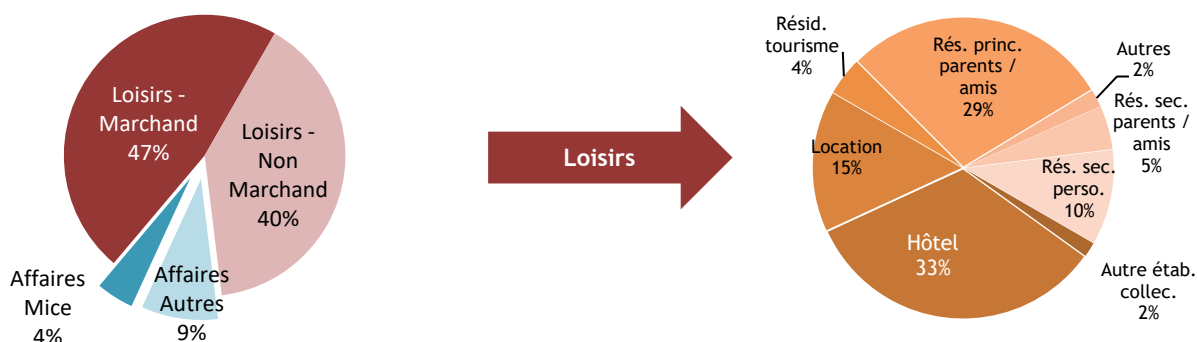
2012-19	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	7,0	5,9	9,0	5,2
Age moyen	43	42	45	41
Nb Personnes	1,7	2,1	1,6	1,3
Taux 1 ^{er} visite	30%	45%	14%	24%
Dépense/séjour	553 €	642 €	407 €	695 €
Dépense/jour	87 €	114 €	53 €	154 €
> 200€ / jour	13%	16%	5%	31%
De 30 à 200€ / jour	71%	80%	63%	54%
<30€ / jour	17%	4%	33%	15%
Satisfaction				
Très satisfaits	85%	84%	85%	86%
Satisfaits	11%	10%	12%	10%
Non ent. Satisf.	5%	6%	3%	4%

SEGMENTATION CIBLES

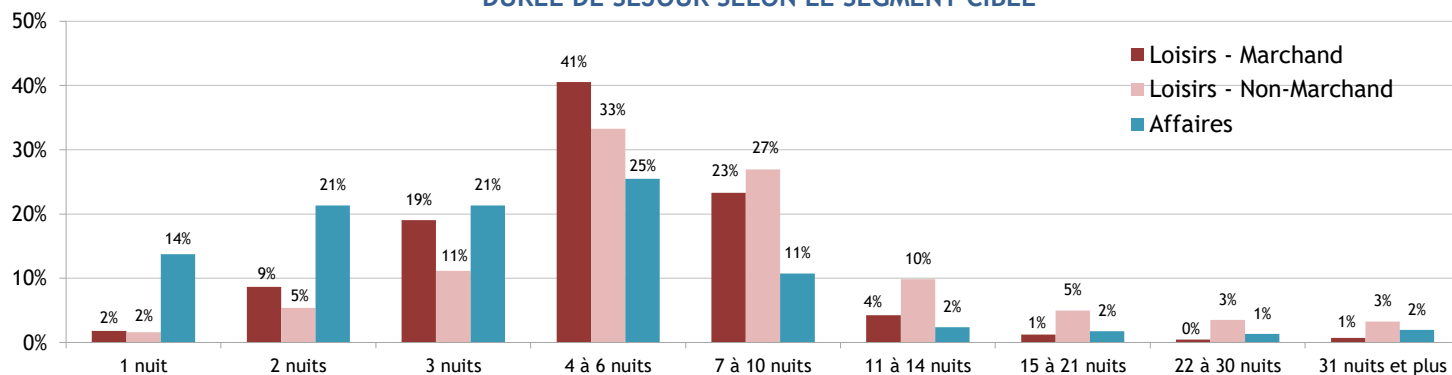
Le segment Loisirs Marchand regroupe 47% des séjours avion, et le segment Loisirs non Marchand 40%. Il pèse donc très lourd. L'Affaires réalise 13% des séjours (dont 4% pour le MICE).

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est l'hôtel, avec un tiers des séjours, devant les parents et amis (29%) et les résidences secondaires (15% au global). La location emporte 20% du marché, avec une part assez réduite pour les résidences de tourisme (4%).

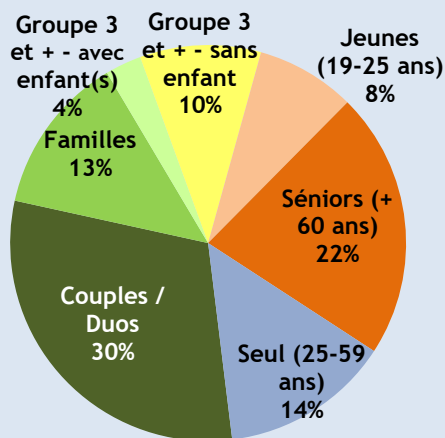
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



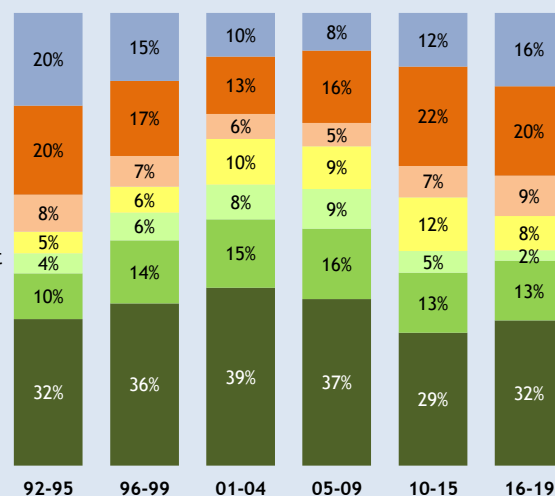
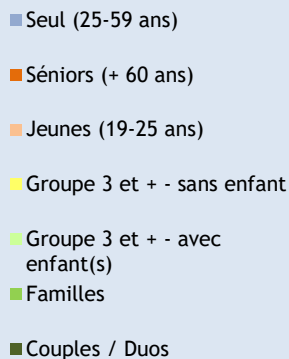
DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



TYOLOGIE LOISIRS AVION



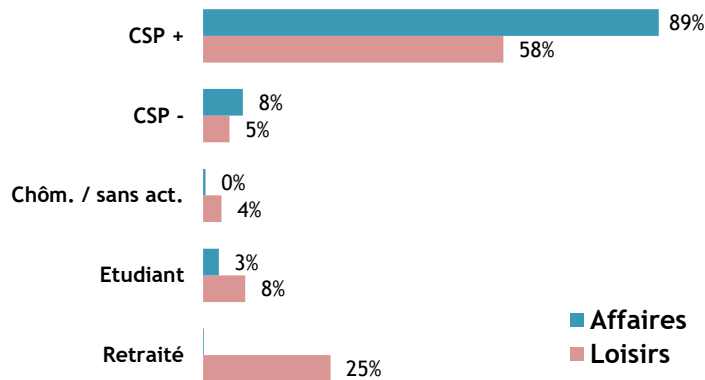
Moyenne 2012-19



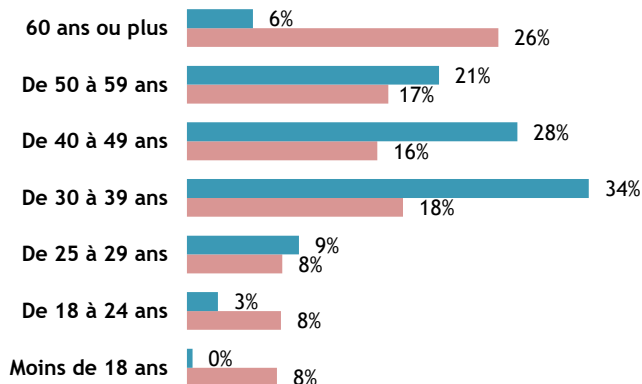
Les Britanniques-Irlandais à motif Loisirs voyagent en couple/duo dans trois cas sur dix. Le second principal segment est constitué des Séniors (22%). 14% sont des adultes voyageant seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place). 10% voyagent à 3 adultes ou plus, sans enfant (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Familles est important et représente 17% (incluant 1,7 enfant en moyenne). Le segment Jeunes se limite à 8%.

Sur près de trois décennies, l'évolution est favorable au segment Séniors, qui avait chuté mais a rebondi. La structure des clientèles avait sensiblement évolué entre 2001 et 2009, pour retrouver ensuite une distribution comparable à celle des années 90. 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 les a reperdu ensuite.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



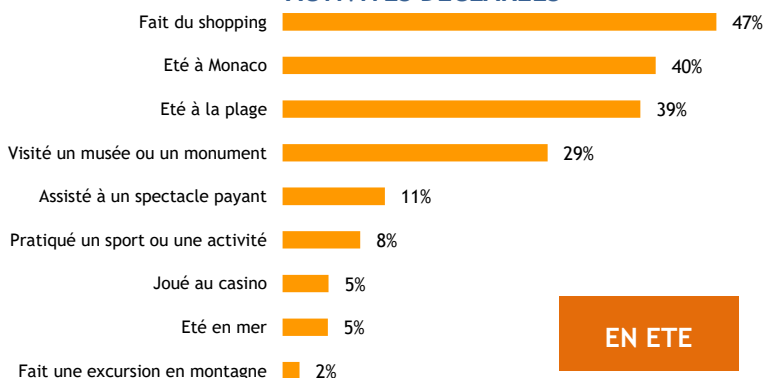
SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



SEGMENT LOISIRS

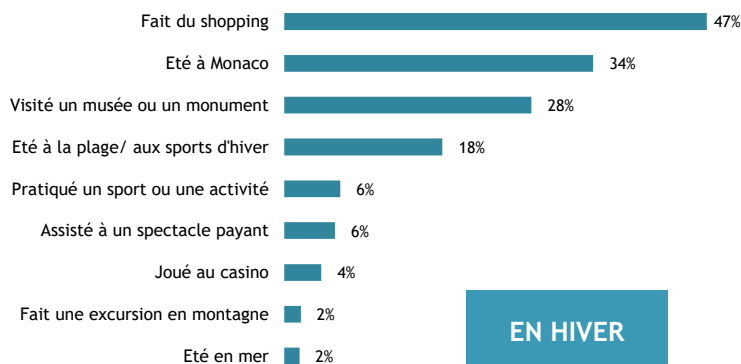
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout le shopping (47%), la visite de Monaco (40%) et la plage (39%). En hiver, c'est également le shopping qui vient en tête avec 47%, devant la visite de Monaco (34%) et la visite de musée ou monument (28%). Sur l'année entière, la pratique d'activités aini que les spectacles payants sont assez fréquents aussi avec environ 10% chacun.

ACTIVITES DECLAREES



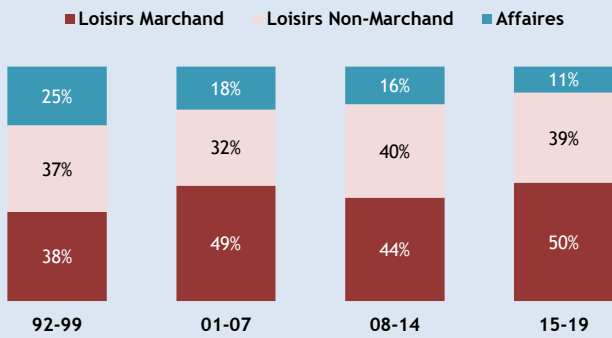
EN ETE

ACTIVITES DECLAREES

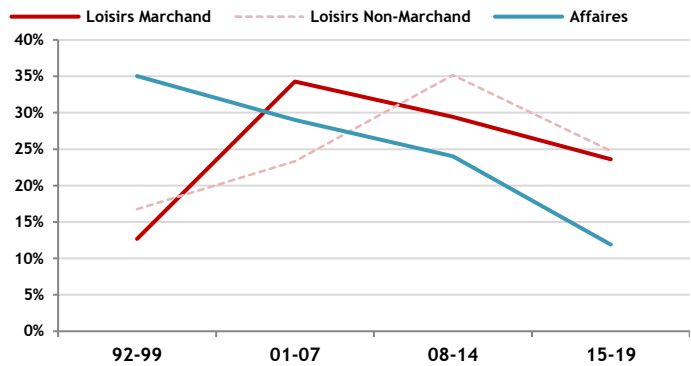


EN HIVER

SEGMENTATION CIBLES



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 très sensible du segment Affaires

TAUX DE PRIMO VISITEURS

En progression puis rechute pour les deux segments Loisirs, mais en forte chute régulière pour l'Affaires

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

En baisse de 2 nuits. La part des courts séjours a progressé puis s'est stabilisée. Très forte croissance de la part des 4-6 nuits mais net recul des 7 N et +

ZONES DE SEJOUR

Nice est en hausse régulière et a gagné 10 pts. Antibes a recheté et Cannes est en chute régulière. Le Littoral Métropole a rebondi

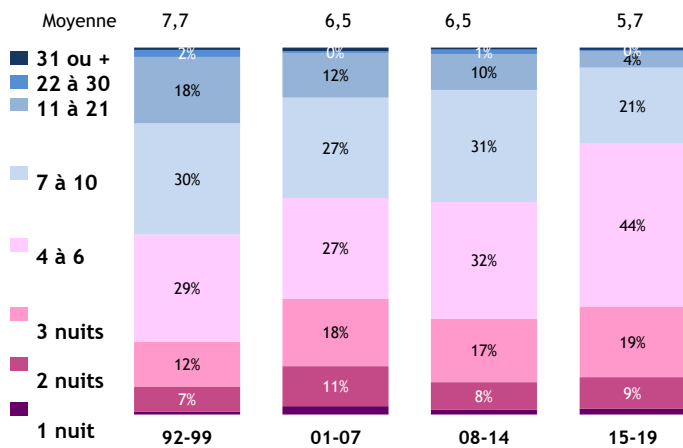
MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel a fortement reflué au profit de la location, qui a plus que doublé sa part et progresse régulièrement. La part des parents et amis a rebondi et celle des résidences sec. chute

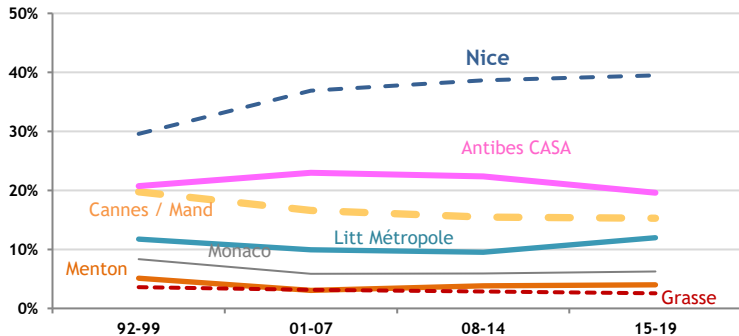
AGE/CSP

Age moyen en hausse. Stabilité des jeunes et hausse des 60+ au détriment des 40-49 ans. Structure CSP stable avec légère baisse et rebond des CSP+

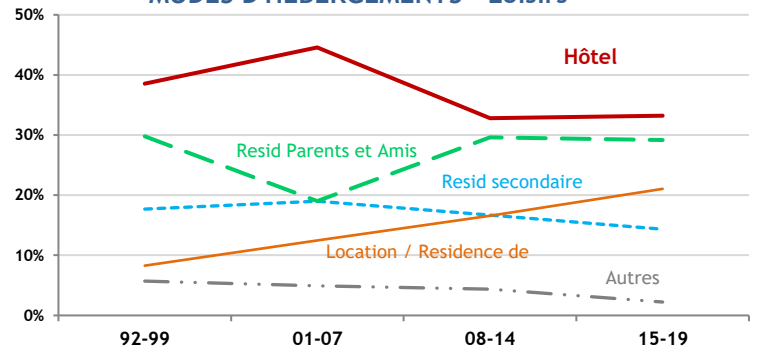
DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



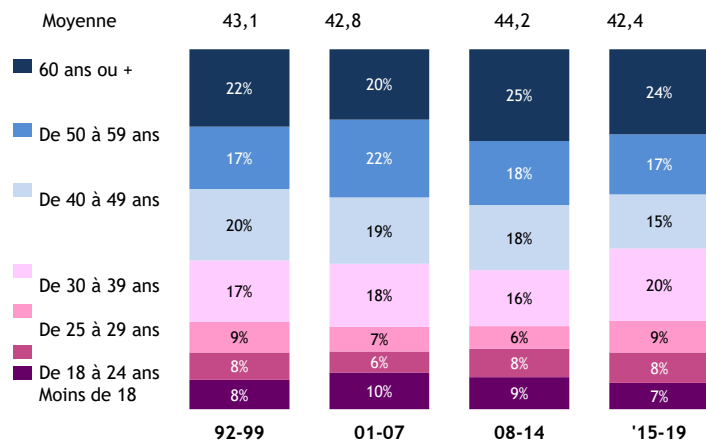
ZONES DE SEJOUR - Loisirs



MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)

