

## Le Marché Saoudien

Il s'agit d'un marché spécifique au sein de la zone Moyen Orient, et parmi les pays les plus riches de cette zone. L'économie, dépendante du pétrole, est moins diversifiée que celle des Emirats, mais le processus est engagé, devant la chute de 50% du cours du pétrole sur le marché mondial.

Forte croissance des dépenses à l'étranger (parmi les 15 pays ayant encore une croissance à 2 chiffres en 2014).

## La Côte d'Azur

Le marché saoudien est inclus dans le marché Proche et Moyen Orient, qui figure au 12<sup>ème</sup> rang pour la Côte d'Azur. Parmi les 53 sous-marchés (pays), il figure au 12<sup>ème</sup> rang. Sa contribution à la fréquentation étrangère se limite à moins de 1%. **La part de marché France n'est pas connue, mais probablement très élevée.** Monaco accueille environ 900 séjours hôteliers d'Arabie Saoudite-Yémen chaque année, avec une tendance positive. Ces séjours sont particulièrement longs et durent 5 nuits en moyenne.

Principales régions d'origine : NC

### Chiffres clés

- 14 000 séjours de 6,4 nuits en moyenne, dont :
- 9 000 séjours en hôtels et résidences dont 900 à Monaco, en hausse de 38% en 2013, avec une durée moyenne de 4,8 nuits
- 7 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur (hors aviation privée)
- environ 100 résidences secondaires

Dépense : 176€/jour, 1823€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : NC

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 63%, juillet-août = 38%, hiver = 15%. Pointe en août.

Visiteurs avion : 24% repartent sur les vols vers Paris, 23% vers Londres, 17% vers Dubaï, 9% vers Riyadh, 5% vers Barcelone, 5% vers Francfort

Ce marché inclut l'Arabie Saoudite et le Yémen, soit une population de 54 millions d'habitants (âge moyen : 24 ans pour l'Arabie, 17 ans pour le Yémen), dont 30 millions pour l'Arabie.

### PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2014 : + 4,5%/an

### Dépenses à l'étranger

18,2 milliards €, au 11<sup>ème</sup> rang mondial en 2014 (19<sup>ème</sup> en 2013)- Tendance annuelle moyenne 2005-2014 : +10,7%

Nombre de jours de congés payés : NC

Visa nécessaire pour la France : OUI

Particularités du calendrier : Ramadan en juin-juillet en 2015

## C'est un marché...

- au niveau de dépenses exceptionnel, notamment en shopping
- majoritairement de loisirs
- de loisirs marchand et non marchand (50/50)
- pour Cannes (1<sup>er</sup> rang, cas exceptionnel parmi les marchés) et Nice très majoritairement



## Pouvoir d'achat du Riyal saoudien en France



| Période | Variation |
|---------|-----------|
| 5 ans   | +23,26%   |
| 3 ans   | +15,21%   |
| 1 an    | +12,86%   |
| 6 mois  | -3,72%    |

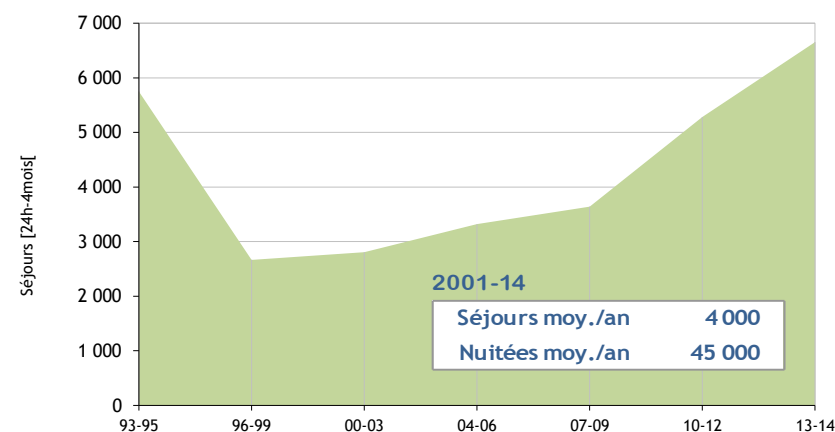
À début octobre 2015, l'évolution du pouvoir d'achat des Saoudiens en France (€ pour 1 Riyal) est en nette progression sur les dernières années. Le gain atteint 23% en 5 ans, et 13% sur la dernière année. Cela étant, le dollar US est aussi la monnaie de référence

### 😊 Points forts

- très fort pouvoir d'achat, en nette hausse (cours Riyal/€)
- dépenses très élevées, soit 200€/jour pour le Loisirs Marchand (de plus sous-estimé par les enquêtes), notamment en shopping (pratiqué par plus de 60%)
- une durée de séjour très longue : 9 nuits en Loisirs Marchand, le double en Loisirs non Marchand
- 86% de touristes très satisfaits

### ☹️ Points faibles

- une demande haut de gamme, volatile, difficile à stimuler et canaliser
- forte chute du cours du pétrole et des revenus de l'Etat
- concentration des séjours sur l'été (hiver = seulement 13%)
- séjours fortement centrés sur Cannes, Nice et Monaco



| 2001-14                      | GLOBAL  | Loisirs Marchand | Loisirs Non-March. | Affaires |
|------------------------------|---------|------------------|--------------------|----------|
| Durée de séjour              | 10,8    | 8,7              | 17,2               | 5,4      |
| Age moyen                    | 35      | 32               | 43                 | 38       |
| Nb Personnes                 | 1,9     | 2,5              | 1,3                | 1,6      |
| Taux 1 <sup>ère</sup> visite | 41%     | 48%              | 9%                 | 73%      |
| Dépense/séjour               | 1 823 € | 1 967 €          | 1 773 €            | 1 311 €  |
| Dépense/jour                 | 176 €   | 203 €            | 105 €              | 311 €    |
| > 200€ / jour                | 27%     | 32%              | 20%                | 16%      |
| De 30 à 200€ /jour           | 69%     | 68%              | 68%                | 73%      |
| <30€ / jour                  | 4%      | 0%               | 11%                | 11%      |
| Satisfaction                 |         |                  |                    |          |
| Très satisfaits              | 87%     | 92%              | 80%                | 76%      |
| Satisfaits                   | 10%     | 8%               | 10%                | 15%      |
| Non entier. Satisf.          | 4%      | 0%               | 10%                | 9%       |

La moitié des Saoudiens en séjour sur la Côte d'Azur arrive par avion à Nice Côte d'Azur sur lignes régulières (hors aviation privée). Ce flux était en baisse dans les années 90, mais progresse depuis, particulièrement sur les dernières années.

Les séjours par avion sont très longs et durent en moyenne 10,8 nuits, voire plus de 17 nuits pour la cible Loisirs non Marchand (principal segment : 22-30 nuits). Les séjours Loisirs Marchands durent 8,7 nuits (principal segment : 7-10 nuits). Pour le segment Affaires le principal segment est le 4-6 nuits (près d'un séjour sur deux), pour une durée moyenne de 5,4 nuits. On compte très peu de courts séjours Loisirs par avion.

Le taux de satisfaction est très bon avec 87% de "très satisfaits", et 4% d'insatisfaits (mais 9% pour les séjours Affaires).

Le taux de primo-visiteurs est assez élevé soit 41% des séjours et près d'un séjour Loisirs Marchand sur deux.

La dépense moyenne s'élève à 176€ par jour/pers. et 1823€ par séjour, un niveau très élevé. Le segment "basse contribution" concerne 4% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 27% (sous-estimé).

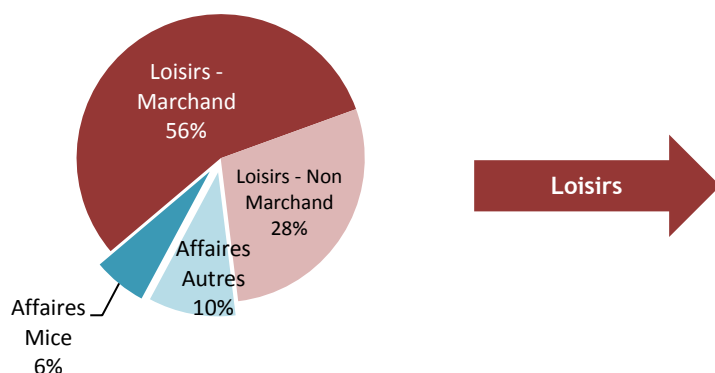
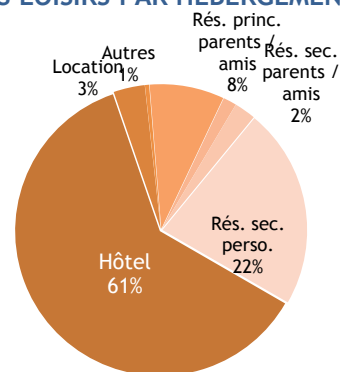
La clientèle est âgée de 35 ans en moyenne, donc jeune. Le principal segment âge en Loisirs est le 30-39 ans (19%). 4 visiteurs Loisirs sur 10 ont moins de 30 ans.

## SEGMENTATION CIBLES

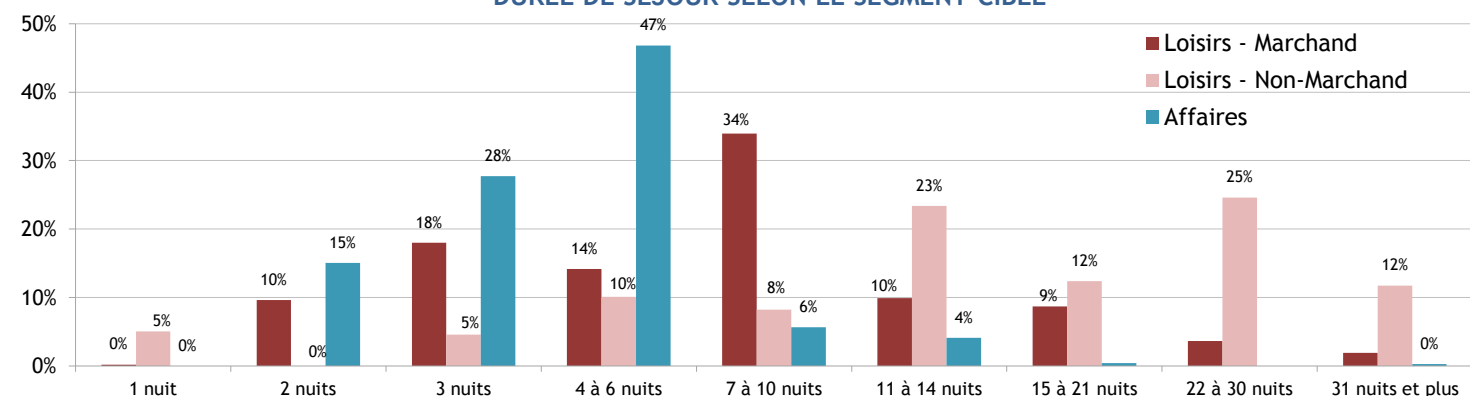
Le segment Loisirs Marchand regroupe 56% des séjours avion, et le segment Loisirs non Marchand 28%. 16% des séjours ont un motif Affaires dont seulement 6% pour le MICE.

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin l'hôtel avec 61%, devant la résidence secondaire qui génère 24% des séjours. Un séjour sur 10 est hébergé chez des parents et amis et les autres modes sont marginaux.

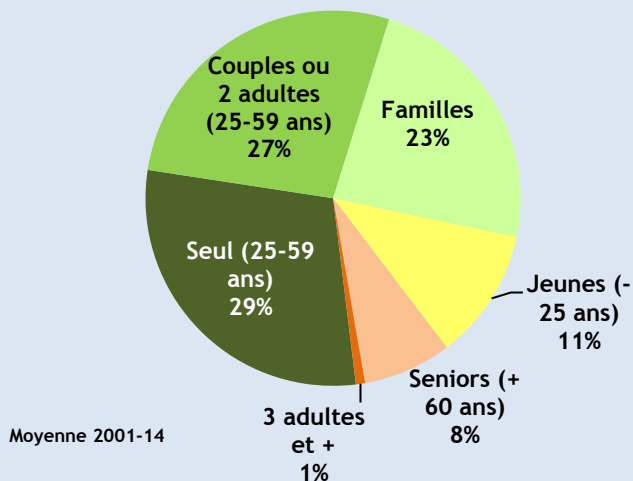
## SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



## DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE

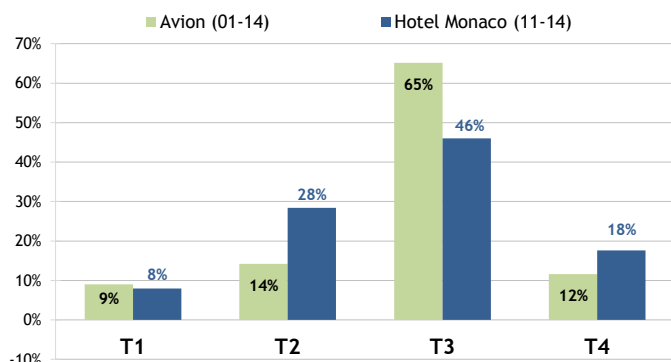


## TYPLOGIE LOISIRS / AVION

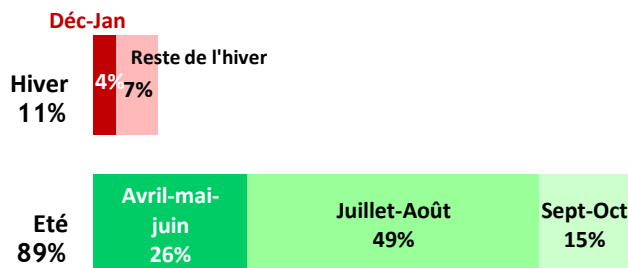


Les Saoudiens à motif Loisirs venant par avion (lignes régulières, hors aviation privée) voyagent le plus souvent seuls (29%), mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place, ou bien en couple-deux adultes, soit 27% des cas. Les Familles représentent 23% (incluant 2 enfants en moyenne). Très peu, soit 1%, voyagent à 3 adultes ou plus. Le segment Jeunes représente 11%, une assez faible part, et les Seniors seulement 8%.

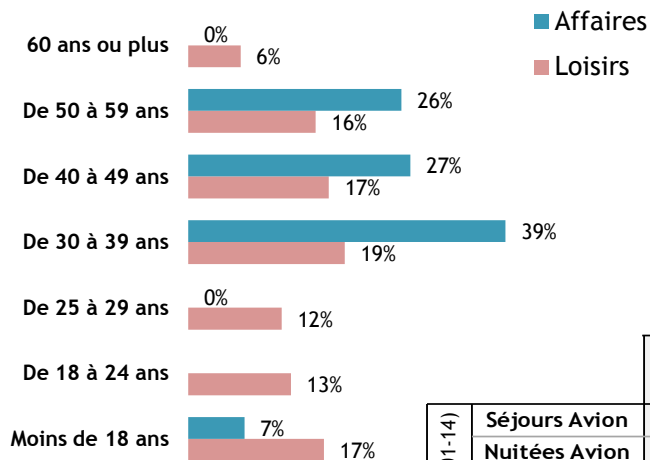
## SAISONNALITE DES SEJOURS



## NUITEES 2011-14 - HOTELS MONACO



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



**Saisonnalité :** les séjours sont concentrés sur la saison estivale, avec seulement 11% des séjours réalisés en hiver. Pointe annuelle au mois de Juillet. La période de juin à septembre représente 74% du total annuel.

**Age/CSP :** 7 touristes Loisirs sur 10 appartiennent aux catégories CSP+, 20% sont des étudiants. La classe d'âge la plus fréquente est celle des 30-39 ans pour le Loisirs comme pour l'Affaires.

**Zones :** L'un des rares marchés sur lesquels Cannes se place au 1<sup>er</sup> rang devant Nice, soit 42% des séjours avion contre 35%. Monaco réalise aussi une part élevée, de 17%. 55% des Primo-visiteurs choisissent Nice et 35% Cannes (choisie par un "fidélisé" sur deux, du fait du poids de l'hébergement non marchand).

|                                 | Nice | Litt Métrop. | Cannes / Mand | Antibes CASA | Menton | Monaco | Grasse | Montagne |
|---------------------------------|------|--------------|---------------|--------------|--------|--------|--------|----------|
| Avion (01-14) - Séjours Avion   | 35%  | 2%           | 42%           | 4%           | 0%     | 17%    | 0%     | 0%       |
| Avion (01-14) - Nuitées Avion   | 29%  | 3%           | 43%           | 7%           | 1%     | 16%    | 0%     | 0%       |
| Avion (01-14) - Primo-visiteurs | 55%  | 0%           | 35%           | 0%           | 0%     | 10%    | 0%     | 0%       |
| Avion (01-14) - Déjà-venus      | 27%  | 6%           | 49%           | 7%           | 0%     | 12%    | 0%     | 0%       |

## SEGMENT LOISIRS

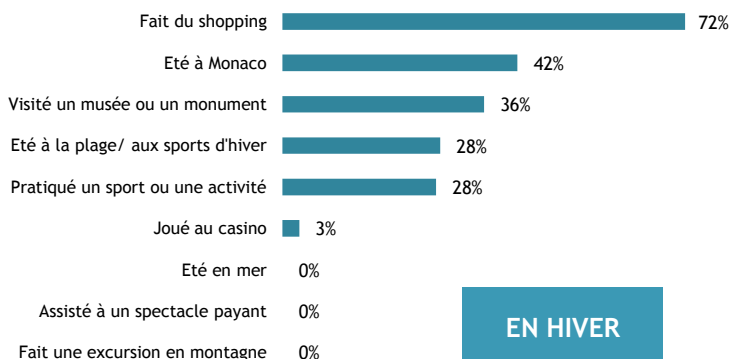
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout le shopping (77%), la plage (promenade surtout, 57%), et la visite de Monaco (50%). En hiver, c'est aussi le shopping qui vient en tête avec 72%, devant la visite de Monaco (42%) et la visite de musées-monuments (36%). Sur l'année entière la pratique d'activité est assez développée (10%).

### ACTIVITES DECLAREES



EN ÉTÉ

### ACTIVITES DECLAREES



EN HIVER