

## Le Marché Iranien

Il s'agit d'un marché spécifique au sein de la zone Moyen Orient, plutôt fermé mais disposant d'une classe moyenne et d'une classe riche qui fréquente la Côte d'Azur depuis longtemps, bien avant la Révolution islamique.

L'économie iranienne est surtout pétrolière (2ème producteur mondial, 2ème aussi pour les réserves de gaz), mais pâtit de la chute du cours de la monnaie nationale et des restrictions commerciales imposées par les USA depuis 2018, et du retrait de ces derniers de l'accord sur le nucléaire.

## La Côte d'Azur

Le marché iranien 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 à l'avant-dernier rang. Sa contribution à la fréquentation étrangère est donc infime en volume, mais approche les 1% en dépenses. La part de marché France n'est pas connue, mais probablement élevée.

Monaco accueille environ 700 séjours hôteliers provenant d'Iran chaque année, avec une tendance positive jusqu'en 2018 mais un recul en 2019. Ces séjours hôteliers durent 2,7 nuits en moyenne.

Principales régions d'origine : NC

### Chiffres clés

- 8 000 séjours de 7 nuits en moyenne, dont :
- 5 000 séjours en hôtels et résidences dont 700 à Monaco
- 2 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur (hors aviation privée)
- environ 40 résidences secondaires

Dépense : 250€/jour, 3100€/séjour

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 50%, juillet-août = 27%, hiver = 31%. Pointe en août.

Visiteurs avion : 25% repartent sur un vol vers Francfort, 19% vers Istanbul, 17% vers Paris, 9% vers Rome, 6% vers Dubaï

Ce marché inclut l'Iran uniquement, soit une population de 82 millions d'habitants (âge moyen : 24 ans)

### PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2018 : +3,5%/an

### Dépenses à l'étranger

10 milliards €, au 30<sup>ème</sup> rang mondial en 2018. Tendance annuelle moyenne 2005-2017 : +10%

Nombre de jours de congés payés : NC

Visa nécessaire pour la France : OUI

Particularités du calendrier : Ramadan en avril-mai en 2020-21

## C'est un marché...

- de voyage de luxe ou de séjours chez parents et amis
- de couples et de familles
- au niveau de dépenses exceptionnel, notamment en shopping
- majoritairement de loisirs
- de loisirs marchand haut de gamme et non marchand
- de primo-visiteurs (40%) et d'habités



## Pouvoir d'achat du Rial iranien en France



À fin août 2020, l'évolution du pouvoir d'achat des Iraniens en France, avec leur monnaie nationale (€ pour 1 Rial) apparaît en très forte régression entre 2013 et 2018, et stable depuis. La perte était de -60% entre 2010 et 2013, et encore de -30% ensuite.

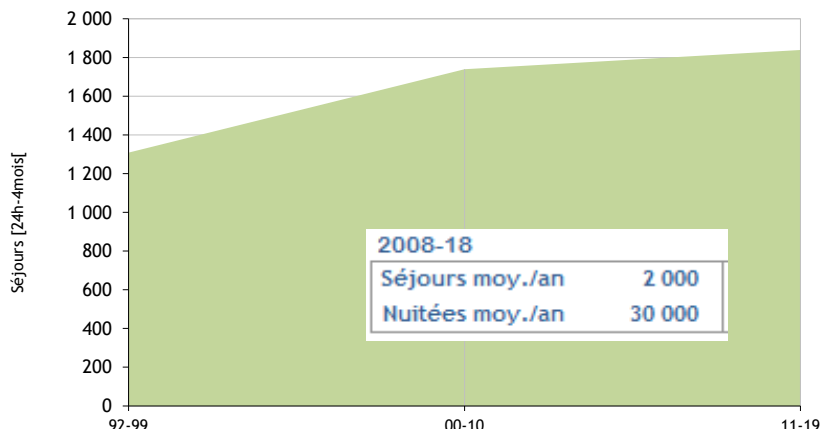
Le dollar US est aussi une monnaie de référence dans le pays, et le contrôle des changes a été un peu assoupli en 2018.

### 😊 Points forts

- très fort pouvoir d'achat de la classe aisée qui voyage
- potentiel d'émission à long terme pour la classe moyenne
- dépenses très élevées, soit plus de 350€/jour pour le Loisirs Marchand, notamment en shopping
- bon étalement des séjours sur l'année (juin à septembre ne regroupent qu'un séjour hôtelier sur deux, et près de 3 séjours hôteliers sur 10 réalisés en saison hiver)

### 😞 Points faibles

- absence de desserte aérienne en direct
- baisse du cours du pétrole et restrictions sur les échanges commerciaux
- fort recul du pouvoir d'achat du Rial face à l'€ et limitation du change de devises
- séjours fortement centrés sur Nice, Cannes et Monaco
- 11% sont insatisfaits de leur séjour



Environ un quart des 8000 Iraniens en séjour sur la Côte d'Azur arrivent par avion jusqu'à Nice Côte d'Azur sur lignes régulières (hors aviation privée). Ce flux progresse lentement, en l'absence de liaison directe.

Les séjours par avion étaient très longs, du fait de très longs séjours de plus d'un mois pour la cible Loisirs non Marchand (principal segment). La durée moyenne s'est fortement réduite mais reste élevée à plus de 15 nuits. Les séjours Loisirs Marchand durent seulement 4 nuits (principal segment : 2 nuits). Pour le segment Affaires le principal segment est le 4-6 nuits (près (un séjour sur deux), pour une durée moyenne de 3,4 nuits. On compte très peu de courts séjours Loisirs par avion.

Le taux de satisfaction est bon avec 71% de "très satisfaits", mais aussi 11% d'insatisfaits, surtout en Loisirs Marchand. Le taux de primo-visiteurs est assez élevé soit 39% des séjours mais plus de 60% des séjours Loisirs Marchand.

La dépense moyenne est exceptionnellement élevée, à 249€ par jour/pers. et 3100€ par séjour, un niveau inhabituel qui tient à l'absence de voyageurs appartenant à la classe moyenne (seuls les très aisés voyagent à l'étranger). Le segment "basse contribution" concerne seulement 7% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 41%.

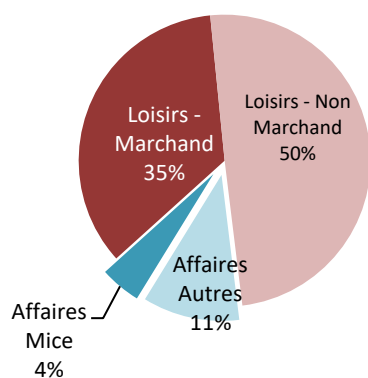
La clientèle est âgée de 43 ans en moyenne. Le principal segment âge en Loisirs est le 50-59 ans (26%). Près de 1 visiteur Loisirs sur 2 a 50 ans ou plus.

2001-19	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	15,1	4,3	29,0	3,4
Age moyen	43	40	43	47
Nb Personnes	2,1	2,1	2,1	2,1
Taux 1 <sup>er</sup> visite	39%	62%	6%	57%
Dépense/séjour	3 124 €	1 105 €	5 427 €	1 858 €
Dépense/jour	249 €	377 €	222 €	436 €
> 200€ / jour	41%	30%	37%	75%
De 30 à 200€ / jour	52%	70%	47%	25%
<30€ / jour	7%	0%	15%	0%
Satisfaction				
Très satisfaits	71%	69%	97%	26%
Satisfaits	17%	5%	0%	74%
Non entier. Satisf.	11%	27%	3%	0%

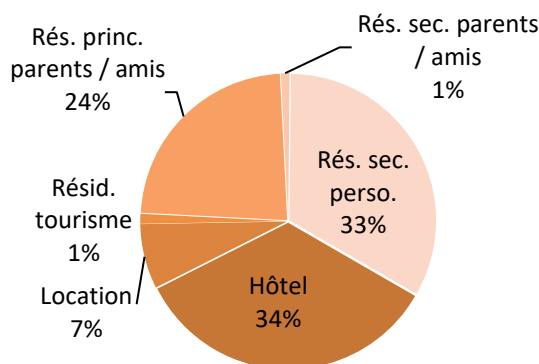
## SEGMENTATION CIBLES

Le segment Loisirs non Marchand regroupe 50% des séjours avion, et le segment Loisirs Marchand 35%. 15% des séjours ont un motif Affaires dont seulement 4% pour le MICE.

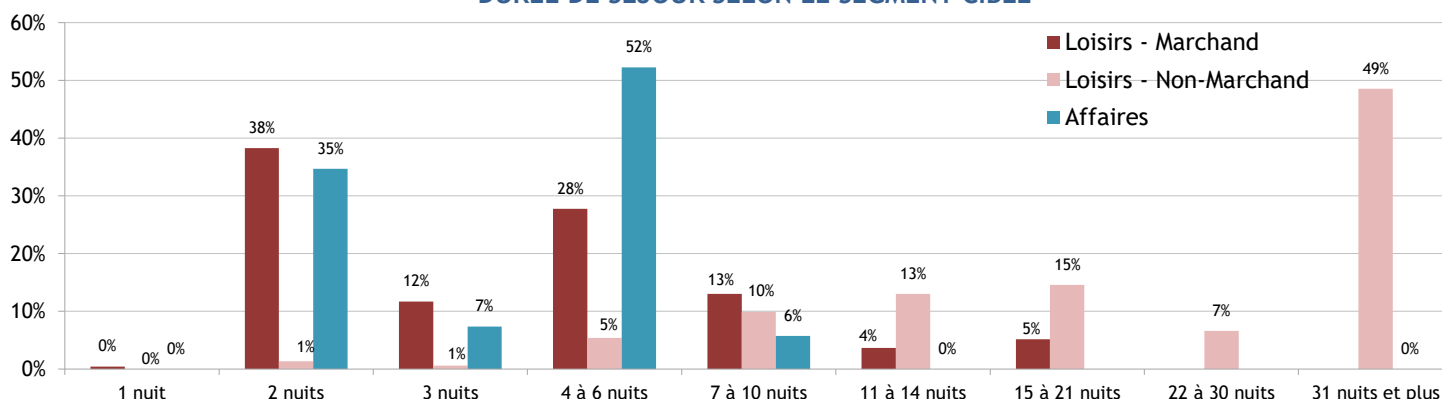
Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est la résidence secondaire soit 34% (une centaine de résidences secondaires iraniennes sur la Côte d'Azur, x2 en 10 ans), à égalité avec l'hôtel : 34%), et devant la résidence principale de parents en amis qui génère 24% des séjours. Le segment de la location meublée regroupe 8%.



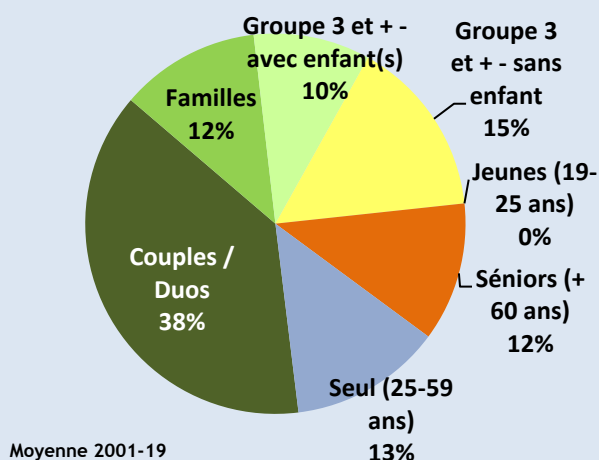
## SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



## DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE

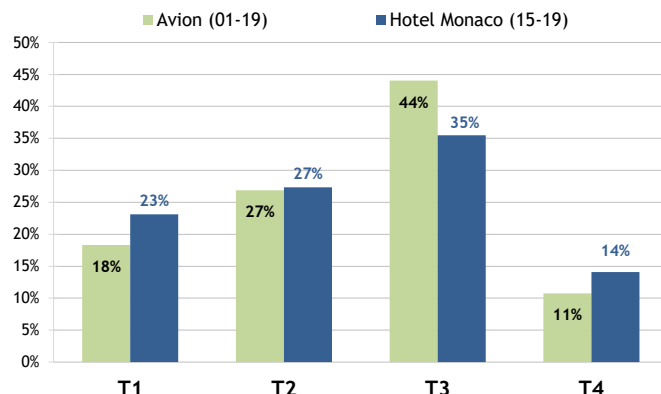


## TYPLOGIE LOISIRS / AVION

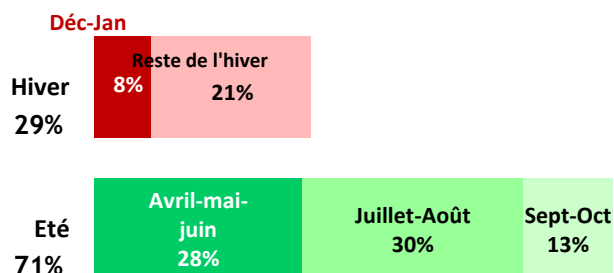


Les Iraniens à motif Loisirs venant par avion (lignes régulières, hors aviation privée) voyagent le plus souvent en Couples/Duos (38%), ou bien Seuls (13%), mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place. Le segment Famille regroupe 22%, (incluant 2 enfants en moyenne). 15% voyagent à 3 adultes ou plus. Le segment Jeunes représente moins de 1%, un segment quasi-inexistant, et les Seniors 12%.

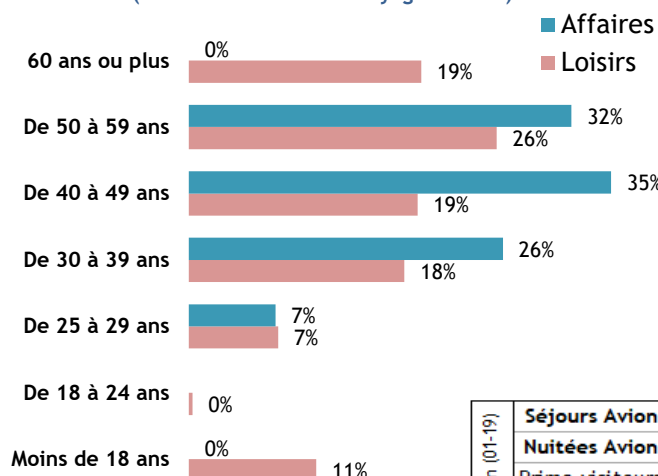
## SAISONNALITE DES SEJOURS



## NUITEES 2015-19 - HOTELS MONACO



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



**Saisonnalité** : les séjours sont bien répartis sur l'année, mais près d'un séjour avion sur deux est réalisé sur le 3ème trimestre. Pointe annuelle au mois d'août. La période de juin à septembre représente 51% des séjours annuels en hôtels à Monaco. 8 nuitées hôtelières sur 10 ont lieu entre mars et octobre.

**Age/CSP** : 9 touristes Loisirs sur 10 appartiennent aux catégories CSP+, 5% sont des retraités et 1% des étudiants. La classe d'âge la plus fréquente est celle des 50-59 ans pour le Loisirs et celle des 40-49 ans pour l'Affaires.

**Zones** : Nice accueille 6 séjours avion sur 10 et 53% des nuitées, et Cannes une part élevée aussi (3 séjours sur 10). Monaco réalise une part de 8% (mais seulement 3% des nuitées), tandis que les autres zones sont peu très fréquentées. 72% des Primo-visiteurs choisissent Nice.

	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
Avion (01-19) Séjours Avion	60%	2%	30%	1%	0%	8%	1%	0%
Nuitées Avion	53%	3%	41%	0%	0%	3%	0%	0%
Primo-visiteurs	72%	0%	24%	0%	0%	4%	0%	0%
Déjà-venus	58%	2%	31%	1%	0%	7%	0%	0%

## SEGMENT LOISIRS

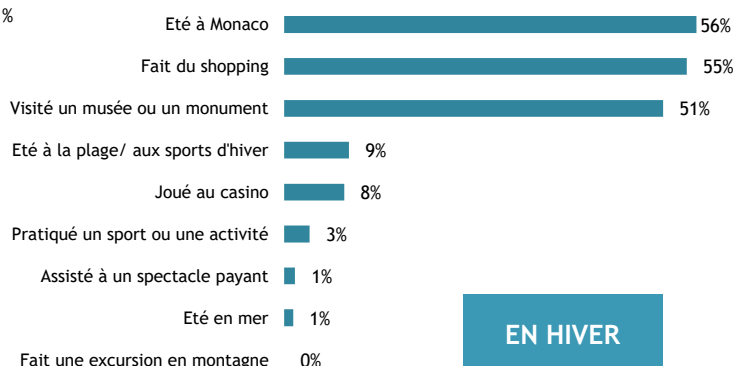
**En été**, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout le shopping (81%), la visite de Monaco (71%) et la plage (promenade surtout, 46%). **En hiver**, c'est la visite de Monaco qui vient en tête avec 56%, à quasi-égalité avec le shopping, et devant la visite de musées-monuments (51%). Le taux d'excursion en mer est élevé en été (34%), et sur l'année la pratique d'activité est assez développée (12%).

### ACTIVITES DECLAREES



EN ETE

### ACTIVITES DECLAREES



EN HIVER