

## Le Marché Iranien

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

L'économie iranienne est surtout pétrolière (3ème rang mondial pour les réserves de pétrole, 2ème pour le gaz), mais pâtit de la chute au cours de la monnaie nationale et des restrictions imposées au commerce par les USA (retrait de l'accord sur le nucléaire iranien).

## La Côte d'Azur

Le marché iranien est inclus dans le marché Proche et Moyen Orient, qui figure au 11<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 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 Iran chaque année, avec une tendance positive. 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 : 260€/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 80 millions d'habitants (âge moyen : 24 ans)

### PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2016 : + 3,5%/an

### Dépenses à l'étranger

8,5 milliards €, au 31<sup>ème</sup> rang mondial en 2016. Tendance annuelle moyenne 2005-2016 : +10%

Nombre de jours de congés payés : NC

Visa nécessaire pour la France : OUI

Particularités du calendrier : Ramadan en mai-juin en 2019

## 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 mars 2019, l'évolution du pouvoir d'achat des Iraniens en France (€ pour 1 Rial) est en très forte régression sur les dernières années.

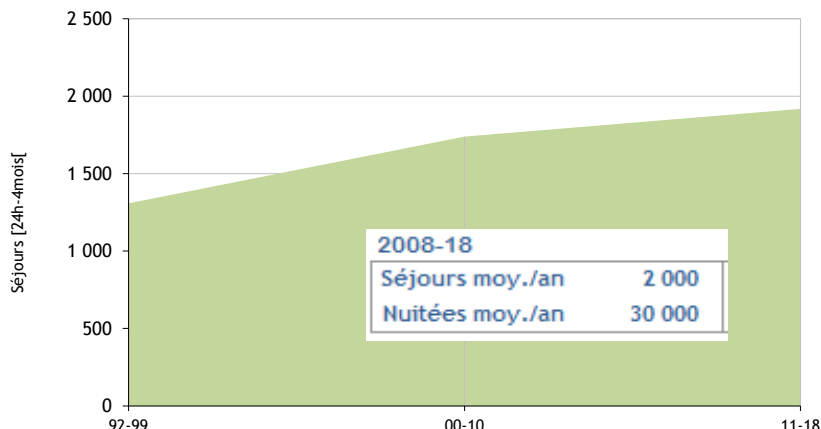
La perte était de -60% entre 2010 et 2013, et encore de -30% ensuite. Le dollar US est aussi la monnaie de référence

## 😊 Points forts

- très fort pouvoir d'achat de la classe aisée qui voyage
- fort potentiel d'émission pour la classe moyenne, à moyen et long termes
- dépenses très élevées, soit plus de 300€/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)

## ☹️ Points faibles

- absence de desserte aérienne en direct
- fort recul du pouvoir d'achat du Rial face à l'€ et forte limitation du change de devises
- séjours fortement centrés sur Nice, Cannes et Monaco
- 12% d'insatisfaits du 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 sont très longs et durent en moyenne plus de 15 nuits, du fait de très longs séjours de plus d'un mois en moyenne pour la cible Loisirs non Marchand (principal segment). 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 assez bon avec 71% de "très satisfaits", mais aussi 12% d'insatisfaits, surtout en Loisirs Marchand. Le taux de primo-visiteurs est assez élevé soit 40% des séjours mais les deux-tiers des séjours Loisirs Marchand.

La dépense moyenne est exceptionnellement élevée, à 260€ par jour/pers. et 3100€ par séjour, un niveau inhabituel qui tient à l'absence de voyageurs appartenant à la classe moyenne. Le segment "basse contribution" concerne seulement 7% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 43%.

La clientèle est âgée de 43 ans en moyenne. Le principal segment âge en Loisirs est le 50-59 ans (25%). Près de 1 visiteur Loisirs sur 2 a plus de 50 ans.

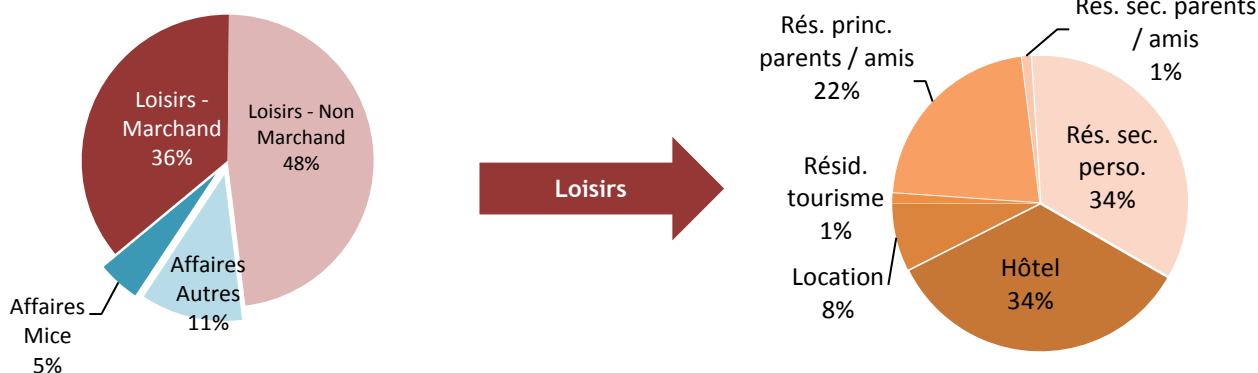
2001-18	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	15,1	4,3	29,1	3,4
Age moyen	43	40	42	47
Nb Personnes	2,1	2,1	2,1	2,1
Taux 1 <sup>er</sup> visite	40%	64%	7%	57%
Dépense/séjour	3 154 €	1 105 €	5 652 €	1 858 €
Dépense/jour	260 €	377 €	233 €	436 €
> 200€ / jour	43%	30%	40%	75%
De 30 à 200€ / jour	51%	70%	44%	25%
<30€ / jour	7%	0%	17%	0%
Satisfaction				
Très satisfaits	71%	68%	96%	26%
Satisfaits	18%	5%	0%	74%
Non entièr. Satisf.	12%	27%	4%	0%

## SEGMENTATION CIBLES

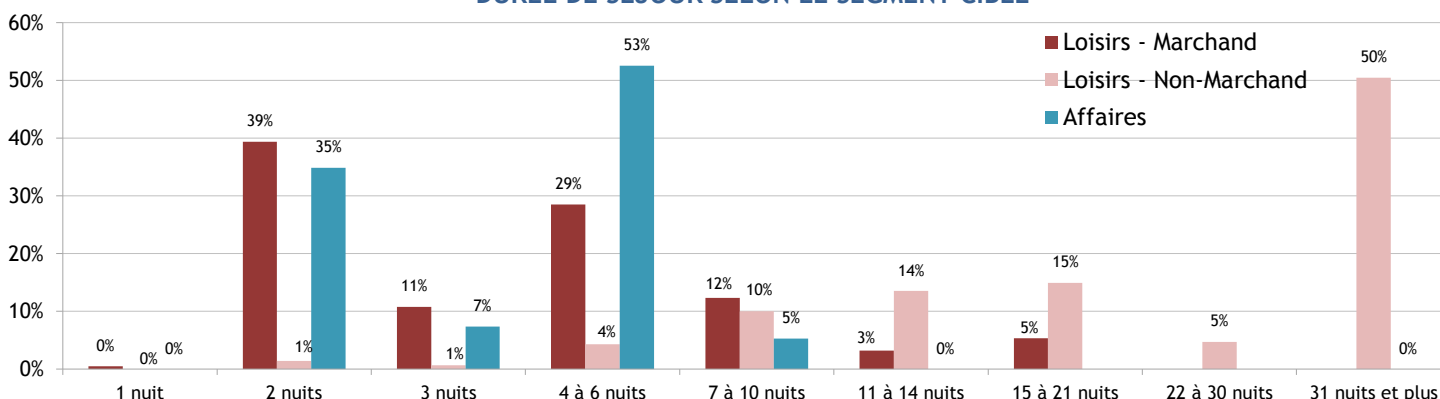
Le segment Loisirs non Marchand regroupe 48% des séjours avion, et le segment Loisirs Marchand 36%. 16% des séjours ont un motif Affaires dont seulement 5% pour le MICE.

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est la résidence secondaire soit 35% (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 22% des séjours. Le segment de la location meublée regroupe 9%.

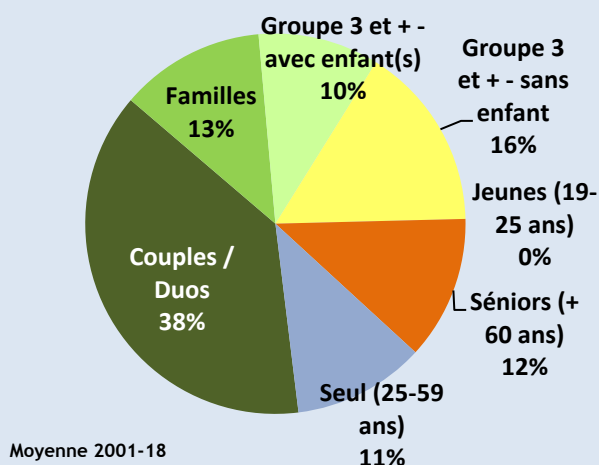
## SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



## DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE

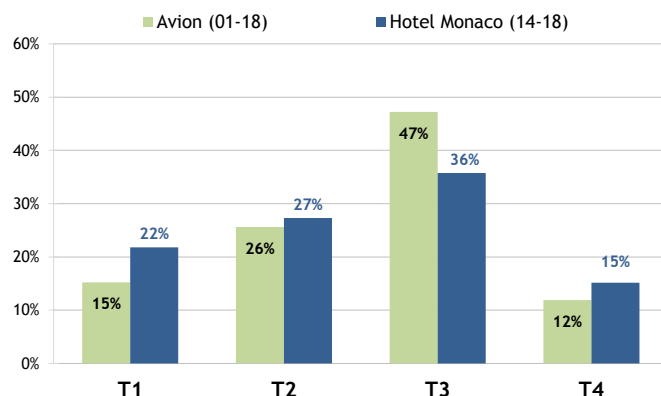


## TYPLOGIE LOISIRS / AVION

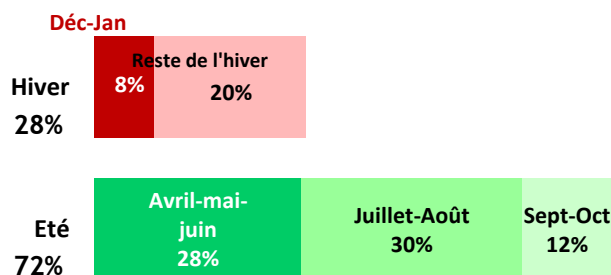


Les Iraniens à motif Loisirs venant par avion (lignes régulières, hors aviation privée) voyagent le plus souvent en Couples/Duos (38%), ou bien Seuls (11%), mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place. Le segment Famille regroupe 23%, (incluant 2 enfants en moyenne). 16% voyagent à 3 adultes ou plus. Le segment Jeunes représente moins de 1%, un segment quasi-inexistant, et les Seniors 12%.

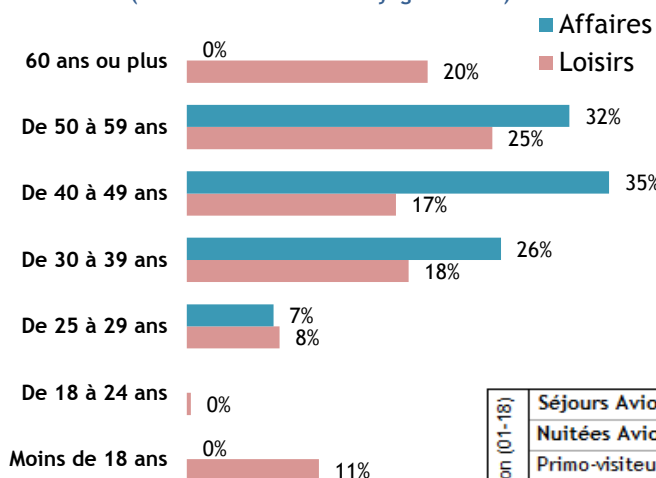
## SAISONNALITE DES SEJOURS



## NUITEES 2014-18 - HOTELS MONACO



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



**Saisonnalité** : les séjours sont assez 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 50% des séjours annuels en hôtels à Monaco. 7 nuitées hôtelières sur 10 ont lieu entre avril 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.

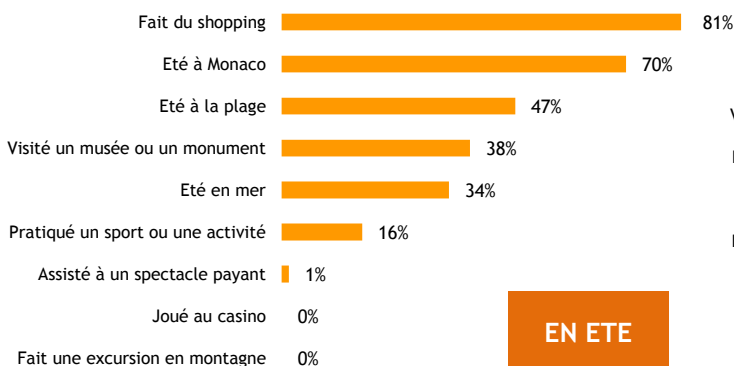
**Zones** : Nice accueille 6 séjours avion sur 10 et 55% des nuitées, et Cannes une part élevée aussi (3 séjours sur 10). Monaco réalise une part de 8%, et les autres zones sont peu fréquentées. 72% des Primo-visiteurs

	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
Avion (01-18) - Séjours Avion	60%	1%	30%	1%	0%	8%	1%	0%
Nuitées Avion	54%	1%	42%	0%	0%	3%	0%	0%
Primo-visiteurs	72%	0%	24%	0%	0%	4%	0%	0%
Déjà-venus	59%	0%	33%	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 (70%) et la plage (promenade surtout, 47%). **En hiver**, c'est aussi le shopping qui vient en tête avec 55%, à quasi-égalité avec la visite de Monaco, et avec la visite de musées-monuments (53%). Le taux d'excursion en mer est élevé en été (21%), et sur l'année la pratique d'activité est assez développée (12%).

### ACTIVITES DECLAREES



### ACTIVITES DECLAREES

