

## Le Marché Indien

C'est le géant du XXI<sup>e</sup> siècle, en plein essor (plus forte croissance du G20). Les dépenses à l'étranger progressent de 10% chaque année. Le nombre de millionnaires en dollars passera de 300 000 à 1 million en 2027, année où l'Inde pourrait devenir la 3<sup>ème</sup> puissance économique (PIB). Elle reste l'un des pays les plus inégalitaires au monde. On prévoit 31,5 millions de voyages à l'étranger en 2022 (+26%/2018), avec un fort potentiel d'émission vers l'Europe.

Il faut souligner l'intérêt particulier des Indiens pour le cinéma ("Bollywood") et l'importance culturelle de la famille et de la religion. La France a accueilli 500 000 touristes indiens en 2017, séjournant 7 nuits (700 000 selon Atout France).

## La Côte d'Azur

Le marché indien fait partie du marché Asie hors Chine/Japon, qui figure au 13<sup>ème</sup> rang. Parmi les 53 sous-marchés (pays) il figure au 32<sup>ème</sup> rang (46<sup>ème</sup> en 2008, 39<sup>ème</sup> en 2012). Sa contribution à la fréquentation étrangère se limite à moins de 1%. La Côte d'Azur accueille environ 6% des nuitées hôtelières et 5% des séjours avion (GDS) en France. Les séjours hôtels ont augmenté de 30% en 2 ans. **La part de marché est faible mais en hausse.**

**Principales régions d'origine :** l'Inde représente 93% du marché, le Pakistan 4%, Sri Lanka 3%. Parmi les Indiens, la région de Bombay émet 27%, Delhi 21%, Karnataka-Kerala 12%, Gujarat-Rajasthan 9%, Tamil Nadu 5%, Andhra Pradesh 5%, Uttar-Madhya Pradesh 4%

## Chiffres clés

- 40 000 séjours de 6 nuits en moyenne, dont :
- 25 000 séjours en hôtels et résidences (durée moyenne 2,6 nuits) ; séjours hôtels +30% en 2 ans
- 13 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 20 résidences secondaires

Dépense : 116€/jour, 778€/séjour

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 43%, juillet-août = 19%, hiver = 23%. Pointe en mai (20%)

Visiteurs avion : 22% repartent sur des vols vers Paris, 20% Dubaï, 12% Londres, 8% Francfort, 8% Genève/Zurich, 5% Amsterdam, 4% Barcelone

Ce marché inclut l'Inde, le Pakistan, le Bangladesh, le Népal, Sri Lanka et le Bouthan, soit un total de 1,8 milliard d'habitants, près du quart de la population mondiale (âge moyen : 24 ans).

### PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2016 : +7%/an

### Dépenses à l'étranger

16,3 milliards €, au 17<sup>ème</sup> rang mondial en 2017 (23<sup>ème</sup> en 2014)

- Tendance annuelle moyenne 2005-2017 : +10,3%

### Nombre de jours de congés payés

21 + 5 jours fériés = 26

Visa nécessaire pour la France : OUI (60€ par adulte)

Particularités du calendrier : 3 fêtes nationales (26 janv., 15 août et 2 octobre, nombreuses fêtes religieuses dont Diwali fin octobre)

## C'est un marché...

- de longue distance, mais à seulement 4h de décalage horaire (le plus proche des marchés d'Asie)
- de primo-visiteurs (8 sur 10, voire 9 sur 10 en Loisirs Marchand) / au 1<sup>er</sup> rang des marchés (marché le plus "neuf")
- de loisirs et d'affaires, en hôtels haut de gamme
- de jeunes couples et de familles, en individuels ou groupes
- à forte motivation shopping sur la Côte d'Azur (1/3), Monaco (1<sup>er</sup> rang des marchés), et casinos (2<sup>ème</sup> rang)



## Pouvoir d'achat de la Roupie Indienne en France



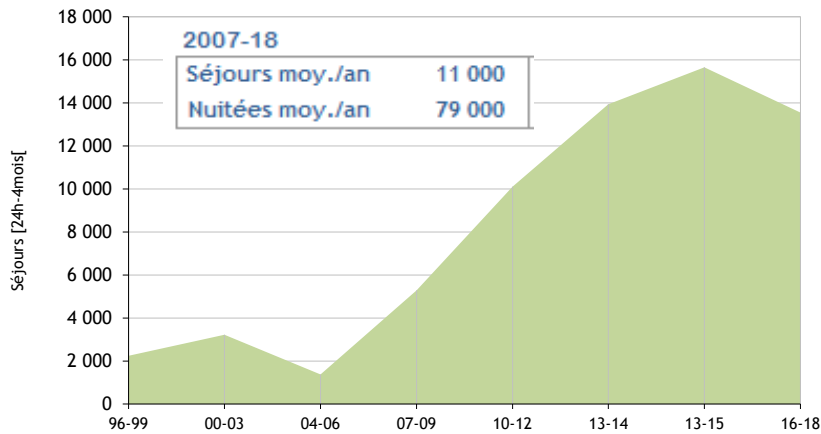
L'évolution du pouvoir d'achat des Indiens en France (€ pour 1 Roupie) avait fortement chuté entre 2010 et 2014 (-30%). Il a repris 23% entre 2014 et 2017 puis rechuté au niveau de 2014 en automne 2018. Depuis, il progresse de nouveau (+8%).

## 😊 Points forts

- très porteur à long terme, et une des rares clientèles Côte d'Azur composée majoritairement de jeunes adultes
- plus proche et assez aisément connecté via Paris, Londres ou Dubaï
- forte dépense moyenne (116€/jour ; 27% dépensent plus de 200€/j.), notamment en shopping
- bonne répartition des arrivées sur l'année, avec pointe inhabituelle en mai-juin

## 😞 Points faibles

- absence de desserte aérienne directe
- coût et obligation du visa
- perte de pouvoir d'achat face à l'€
- multi-destinations et forte focalisation sur les portes d'entrée en Europe, notamment Londres
- durée de séjour courte en Loisirs Marchand
- gap culturel et fidélisation difficile



Les Indiens séjournant sur la Côte d'Azur y arrivent par avion dans moins d'un cas sur trois. Mais ce segment a considérablement augmenté en dix ans, approchant en 2013-15 les 16 000 séjours annuels alors qu'ils n'étaient que moins de 2000 en 2004-06. L'absence de liaison directe freine le développement potentiel.

Les séjours par avion durent en moyenne 7 nuits, mais seulement 5 nuits en Loisirs Marchand. Pour les trois cibles, le principal segment est le séjour de 4 à 6 nuits, mais également le 15-21 nuits en Loisirs non Marchand (16%). Pour les séjours Loisirs non Marchand, les durées sont donc nettement plus élevées, près de 18 nuits en moyenne. En Loisirs Marchand, plus de la moitié sont des courts séjours de 1 à 3 nuits.

Le taux de satisfaction est bon avec 84% de "très satisfaits", mais on compte 10% d'insatisfaits sur le segment Affaires. Le taux de primo-visiteurs atteint un record (1er rang des marchés) à 76% (marché neuf et de longue distance).

La dépense moyenne est élevée à 116€ par jour/pers. et 778€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne seulement 14% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 27%.

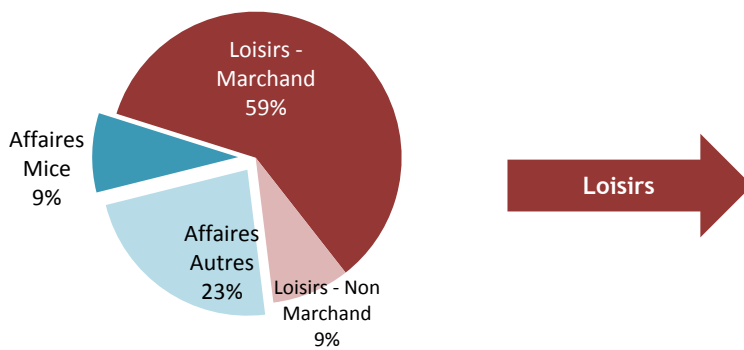
La clientèle est jeune, âgée de 36 ans en moyenne, voire 33 ans en Loisirs Marchand. Le principal segment âge en Loisirs est le 30-39 ans (un séjour avion sur 3).

2007-18	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	7,1	5,2	17,7	8,8
Age moyen	36	33	45	38
Nb Personnes	1,9	2,4	1,5	1,5
Taux 1 <sup>er</sup> visite	76%	89%	43%	64%
Dépense/séjour	778 €	671 €	544 €	989 €
Dépense/jour	116 €	120 €	47 €	142 €
> 200€ / jour	27%	25%	5%	35%
De 30 à 200€ / jour	59%	70%	59%	45%
<30€ / jour	14%	5%	36%	20%
Satisfaction				
Très satisfaits	84%	83%	96%	83%
Satisfaits	11%	14%	0%	8%
Non entièr. Satisf.	5%	2%	4%	10%

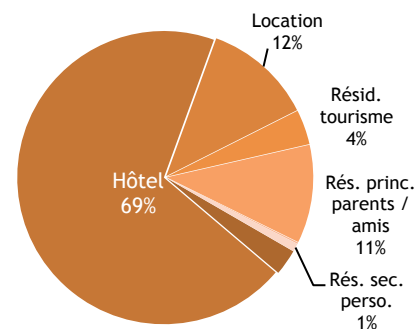
## SEGMENTATION CIBLES

Le segment Loisirs Marchand regroupe 59% des séjours avion. Le Loisirs non Marchand représente moins d'un séjour avion sur 10. Le poids de l'Affaires parmi la clientèle avion est important, soit 32%, avec près d'un séjour sur 10 en MICE.

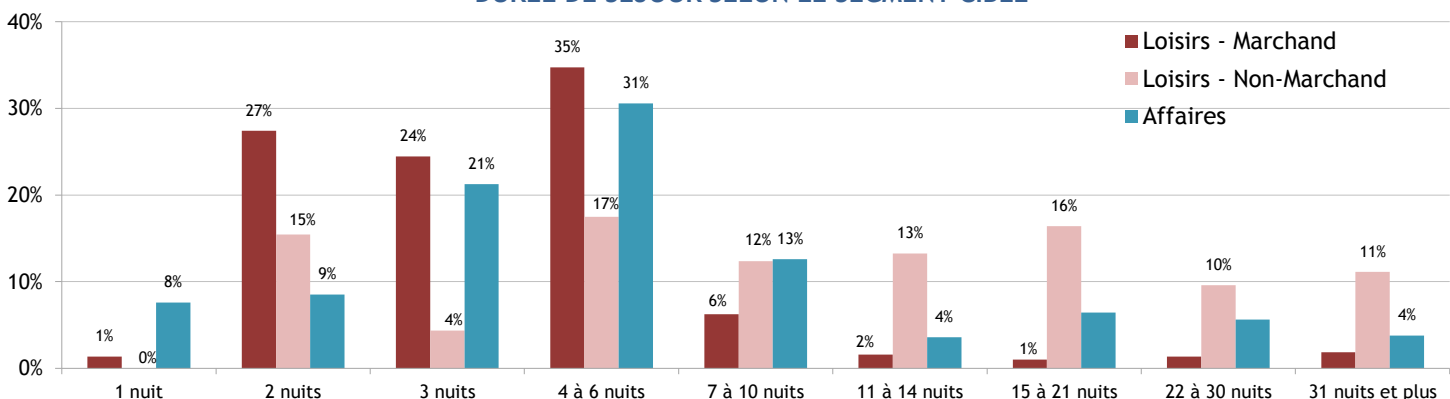
Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin l'hôtel, avec 69%, devant la location (16%) et les parents et amis (11%). Le poids de la résidence secondaire est très réduit (1%) de même que les autres hébergements collectifs (3%).



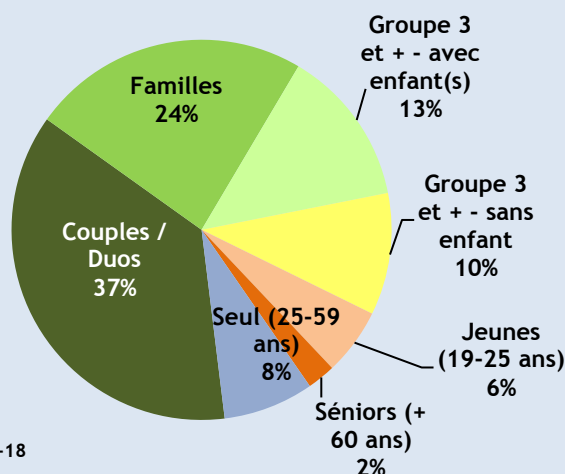
## SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



## DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



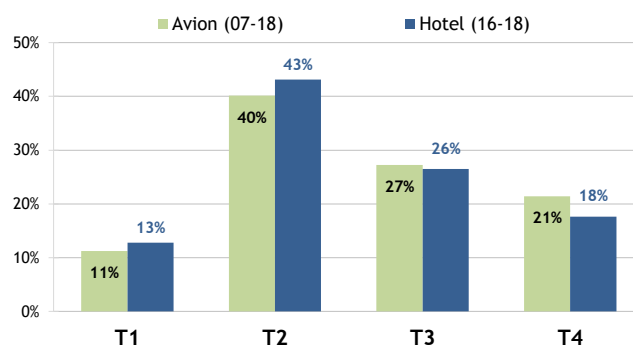
## TYPLOGIE LOISIRS / AVION



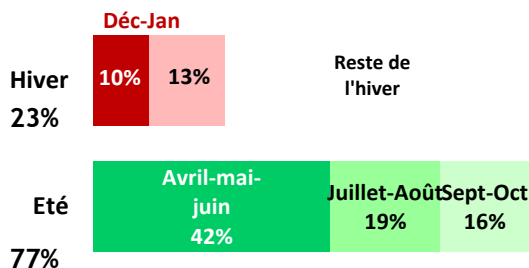
Moyenne 2007-2018

Les Indiens à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 37% des séjours. Le second segment en importance est celui des Familles, soit 24% des visiteurs (incluant 1,5 enfant en moyenne), voire 37% en incluant les groupes avec enfant. 8% voyagent seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et 10% voyagent à 3 ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Jeunes représente 6%, une faible part. Les Seniors sont pour l'instant quasiment absents de la demande Loisirs avion (seulement 2%).

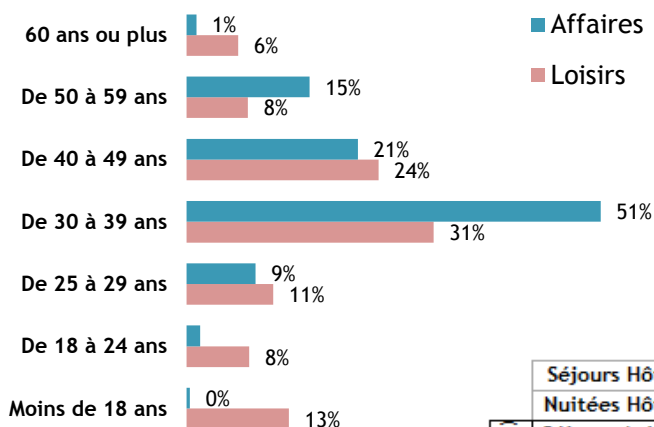
## SAISONNALITE DES SEJOURS



## NUITEES 2016-18 - HOTELS



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



**Saisonnalité :** les séjours sont assez concentrés sur le second trimestre, soit 4 séjours avion sur 10 et 43% des séjours hôtels. Le 3ème trimestre réalise le quart de l'année. La part du 1er trimestre se limite à environ 12%. La période de Juin à Septembre représente seulement 43% des arrivées.

**Age/CSP :** plus de 9 touristes Loisirs avion sur 10 appartiennent aux catégories CSP+, et l'on ne compte qu'un autre segment significatif : les étudiants, qui représentent 7%. La classe d'âge la plus fréquente est celle des 30-39 ans (un séjour Loisirs sur 3, un séjour Affaires sur 2).

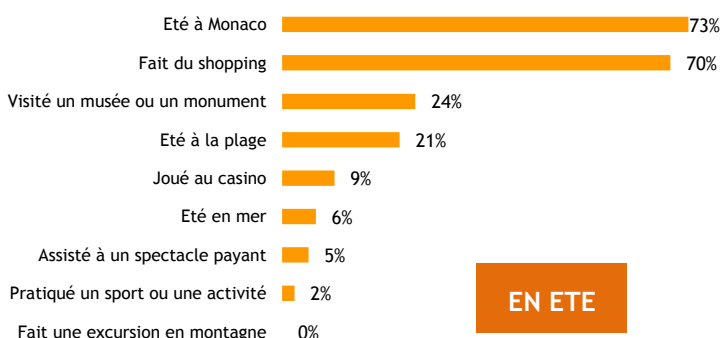
**Zones :** Nice héberge 42% des séjours hôtels, 64% des séjours avion et 78% des primo-visiteurs. Antibes est au second rang avec 19% des séjours hôtels voire 27% des nuitées avion, devant Cannes (13%) et Monaco (8 à 8%).

	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
Séjours Hôtels	42%	8%	13%	19%	1%	6%	1%	0%
Nuitées Hôtels	54%	6%	15%	15%	1%	7%	1%	0%
Séjours Avion	64%	2%	12%	11%	2%	8%	2%	0%
Nuitées Avion	51%	1%	12%	27%	3%	6%	1%	0%
Primo-visiteurs	78%	0%	8%	3%	0%	8%	3%	0%
Déjà-venus	43%	1%	31%	17%	0%	7%	0%	0%

## SEGMENT LOISIRS

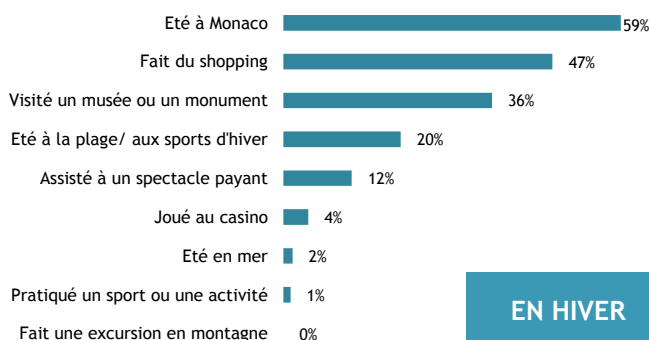
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la visite de Monaco (73%) et le shopping (70%), loin devant la visite de musée-monument (24%). Très peu pratiquent un sport ou une activité. En hiver, c'est toujours la visite de Monaco qui vient en tête (59%), devant le shopping (47%) et la visite de musée-monument (36%). Sur l'année entière 8% déclarent jouer au casino et 7% assister à un spectacle payant durant le séjour et 6% jouent au casino.

### ACTIVITES DECLAREES



EN ÉTÉ

### ACTIVITES DECLAREES



EN HIVER