

Le Marché Israélien

Il s'agit d'un marché spécifique au sein de la zone Proche et Moyen Orient, et qui bénéficie de liens de proximité avec l'Europe, notamment en matière commerciale (libre échange). Son économie est développée et en expansion mais son potentiel démographique reste réduit.

Le nombre de séjours en France est estimé à environ 350 000.

La Côte d'Azur

Le marché israélien est inclus dans le marché Proche et Moyen Orient, qui figure au 12^{ème} rang pour la Côte d'Azur. Parmi les 53 sous-marchés (pays), Israël figure au 27^{ème} rang. Sa contribution à la fréquentation étrangère se limite à moins de 1%. **La part de marché est moyenne mais en hausse** (6% sur les réservations aériennes GDS 2010-11, 8% en 2016).

Principales régions d'origine : tous les pôles urbains majeurs.

Chiffres clés

- 40 000 séjours de 6,5 nuits en moyenne, dont :
- 22 000 séjours en hôtels et résidences
- dont plus de 2000 séjours à Monaco, avec tendance à la hausse entre 2010 et 2015 (durée moyenne 3 nuits)
- 12 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 50 résidences secondaires

Dépense : 89€/jour, 679€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : un tiers réservent leur vol dans le mois qui précède, un quart entre un et deux mois avant le séjour, 16% plus de 4 mois avant.

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 53%, juillet-août = 28%, hiver = 22%. Pointe en août.

Visiteurs avion : 50% repartent sur des vols vers Tel Aviv, 9% vers Paris, 8% vers Zurich, 5% vers Istanbul, 5% vers Rome.

Ce marché n'inclut qu'Israël, soit une population de 8 millions d'habitants (âge moyen : 29 ans).

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2015 : + 3,8%/an

Dépenses à l'étranger

4,3 milliards €, au 42^{ème} rang mondial en 2015 - Tendance annuelle moyenne 2005-2015 : +5,6%

Nombre de jours de congés payés

de 10 à 22 selon ancienneté + 14 jours fériés = de 24 à 36

Visa nécessaire pour la France : NON si -3 mois

Particularités du calendrier : Pâque juive au début du printemps, 4 fêtes juives en septembre-octobre dont nouvel an (21-22/9/17 ; 10-11/9/18)

C'est un marché...

- de petite taille et donc complémentaire, mais en progression (taux de primo-visiteurs Loisirs en hausse)
- affinitaire (forte communauté juive azurienne)
- cosmopolite et multi-culturel, ouvert sur le monde
- majoritairement de Loisirs (17% de séjours Affaires)
- pour les hébergements marchands et non marchands
- désormais desservi librement par les compagnies low cost (ciel ouvert)



Pouvoir d'achat du Nouveau Shekel Israélien en France



L'évolution du pouvoir d'achat des Israéliens en France (€ pour 1 Shekel) est en nette progression sur les dernières années.

Entre décembre 2015 et mi-juin 2017, le pouvoir d'achat a gagné 24%.



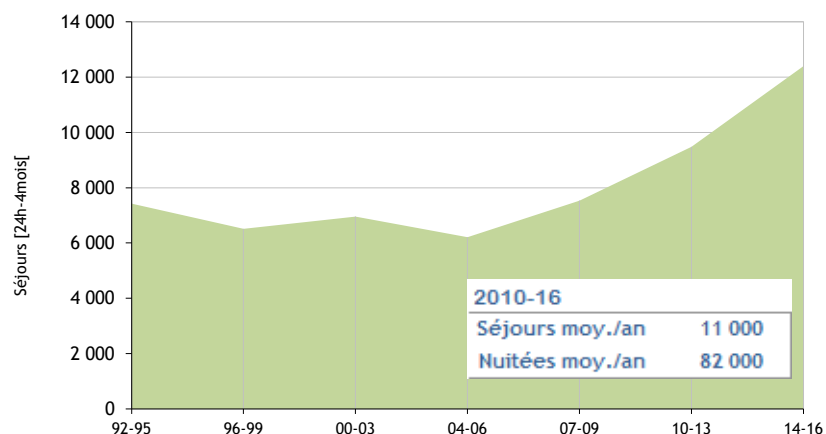
Points forts

- hausse du pouvoir d'achat (cours Shekel/€), favorable au shopping
- fort taux de départ à l'étranger et forte croissance des dépenses à l'étranger
- des capacités aériennes à bas coût qui devraient s'accroître avec la politique de ciel ouvert
- 6^{ème} rang sur 45 pays pour le taux de jeu dans les casinos



Points faibles

- desserte aérienne directe subissant de fortes fluctuations
- concentration des séjours sur l'été
- potentiel démographique limité
- séjours centrés sur Nice, Cannes, Antibes
- dépense locale limitée par une forte part de séjours chez parents et amis
- faible taux de visite aux offices de tourisme (18%)



Un tiers des Israéliens en séjour sur la Côte d'Azur arrivent par avion à Nice Côte d'Azur. Ce flux était assez stable jusqu'en 2006 mais s'accroît régulièrement depuis, grâce au renforcement de l'offre aérienne. Le potentiel annuel dépasse à présent les 12 000 séjours avion.

Les séjours par avion durent en moyenne 7,7 nuits, mais 10 nuits pour la cible Loisirs non Marchand (principal segment : 4-6 nuits, comme pour le Loisirs Marchand). On compte très peu de courts séjours Loisirs par avion (environ un séjour sur 10), segment à développer.

Le taux de satisfaction est bon avec 83% de "très satisfaits", mais également 7% d'insatisfaits, voire un sur dix en Loisirs Marchand.

Le taux de primo-visiteurs est assez élevé soit 38% des séjours et même 55% des séjours Loisirs Marchand.

La dépense moyenne s'élève à 89€ par jour/pers. et 679€ par séjour, un bon niveau. Le segment "basse contribution" concerne 24% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 16%. La moitié des séjours non Marchand sont faiblement contributeurs.

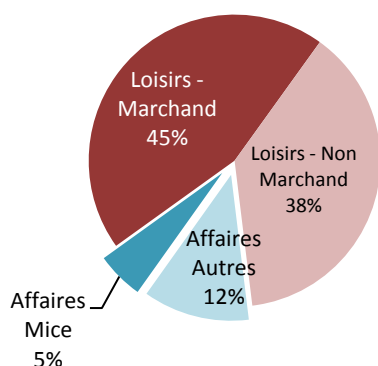
La clientèle est âgée de 42 ans en moyenne, voire 45 en Loisirs Marchand. Le principal segment âge en Loisirs est le 60 ans et + (plus d'un séjour avion sur 5).

2007-16	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	7,7	6,6	9,9	4,8
Age moyen	42	45	38	43
Nb Personnes	1,9	2,4	1,8	1,3
Taux 1 ^{er} visite	38%	55%	17%	36%
Dépense/séjour	679 €	670 €	698 €	653 €
Dépense/jour	89 €	103 €	73 €	130 €
> 200€ / jour	16%	16%	11%	36%
De 30 à 200€ / jour	60%	76%	44%	53%
<30€ / jour	24%	8%	45%	11%
Satisfaction				
Très satisfaits	83%	88%	78%	80%
Satisfaits	10%	3%	18%	16%
Non entièr. Satisf.	7%	10%	5%	4%

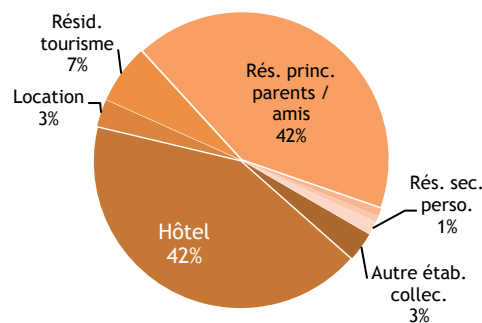
SEGMENTATION CIBLES

Le segment Loisirs Marchand représente 45% des séjours avion, et le segment Loisirs non Marchand 38%. Le segment Affaires représente un moins d'un 5^{ème} des séjours avion, avec peu de séjours MICE (5%).

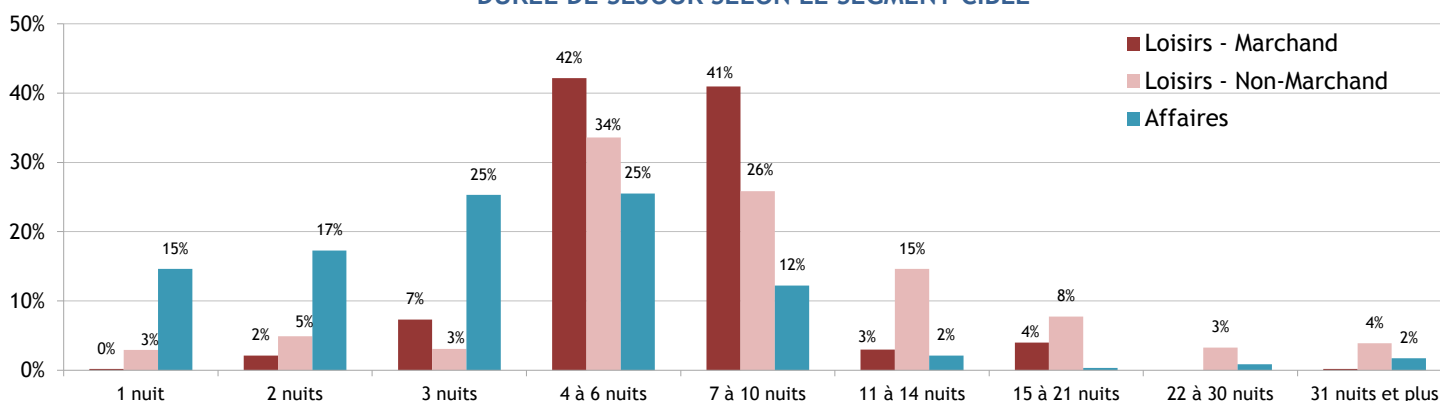
Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est la résidence principale de parents et amis avec 42%, mais à égalité avec l'hôtel. Un séjour Loisirs sur 10 est effectué en modes locatifs, surtout en résidences de tourisme. Les résidences secondaires ne génèrent que peu de séjours avion (2%).



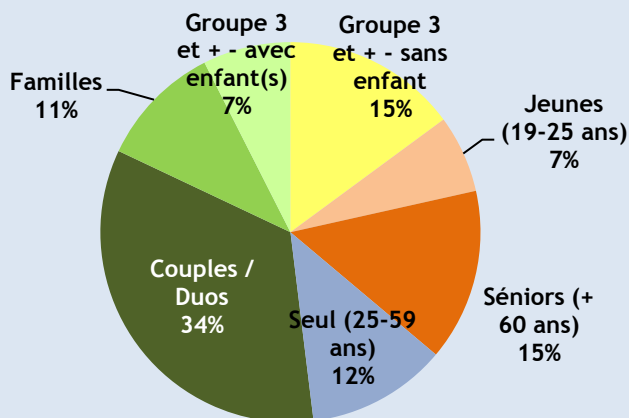
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



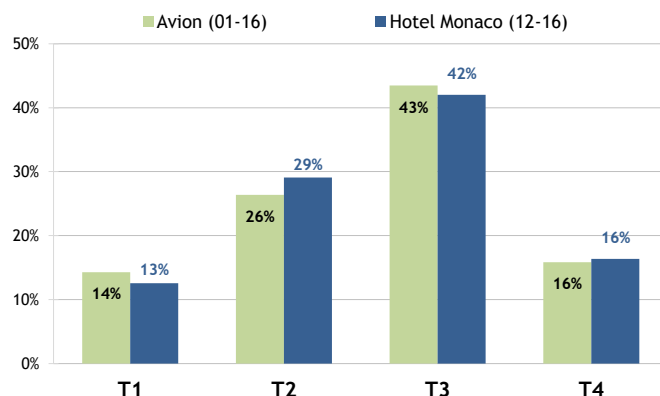
TYPLOGIE LOISIRS / AVION



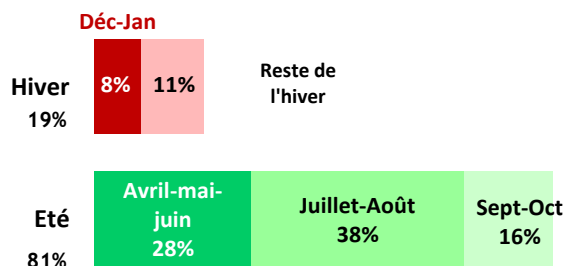
Moyenne 2001-16

Les Israéliens à motif Loisirs venant par avion voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 34% des cas. Le second segment en importance est celui des Familles ou groupes avec enfants, qui représentent 18% des séjours avion. Les familles incluent 1,9 enfant en moyenne). 12% voyagent seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et 15% voyagent à 3 ou plus sans enfant (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Jeunes représente 7%, une faible part.

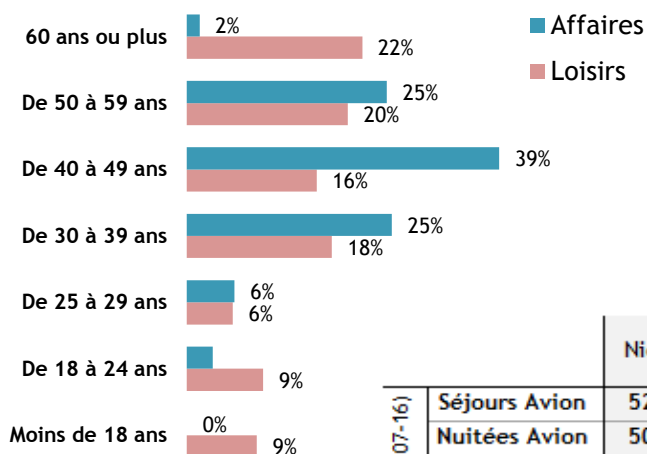
SAISONNALITE DES SEJOURS



NUITÉES 2012-16 - HOTELS MONACO



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



Saisonnalité : les séjours sont concentrés sur la saison estivale, avec 3 séjours sur 10 réalisés en hiver. Pointe annuelle au mois d'Août. La période de juin à septembre représente 53% des séjours et 56% des nuitées annuels.

Age/CSP : Plus de 6 touristes Loisirs sur 10 appartiennent aux catégories CSP+, 17% sont des retraités et 7% sont des étudiants. La classe d'âge la plus fréquente est, en modes Loisirs, celle des 60 ans et + (un quart des séjours avion).

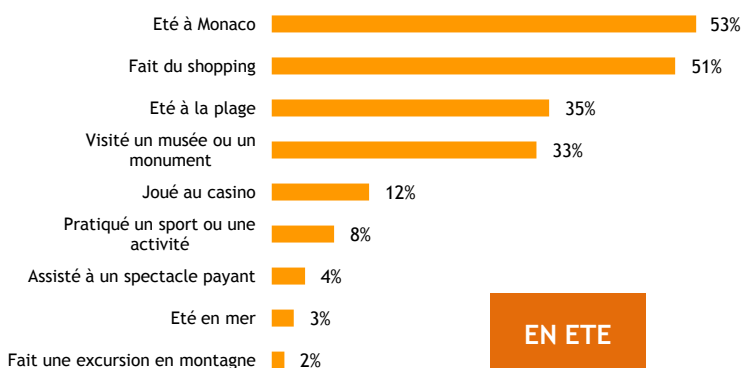
Zones : Nice héberge plus d'un séjour avion sur deux et les deux-tiers des primo-visiteurs (poids de l'hébergement non Marchand). Cannes est la seconde zone choisie avec un séjour sur cinq, devant Antibes. Pour les séjours Monaco est au 4^{ème} rang avec 7%, mais pour les nuitées il s'agit de Littoral Métropole.

	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
Avion (07-16)	Séjours Avion	52%	4%	19%	14%	4%	7%	1%
	Nuitées Avion	50%	7%	18%	13%	3%	5%	2%
	Primo-visiteurs	66%	1%	17%	9%	3%	2%	1%
	Déjà-venus	47%	4%	17%	18%	4%	10%	1%

SEGMENT LOISIRS

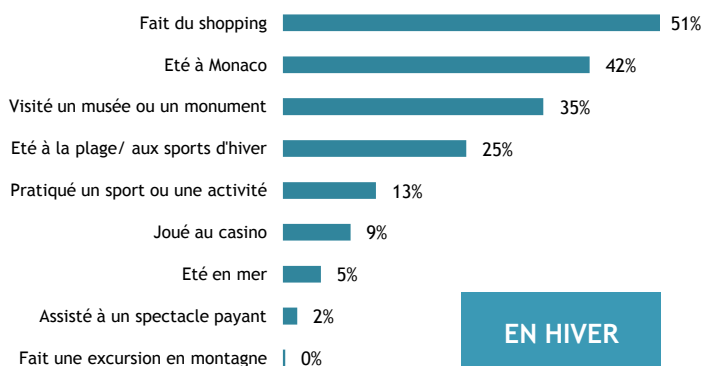
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la visite de Monaco (53%), le shopping (51%) et la plage (35%). En hiver, le shopping passe en tête avec aussi 51%, devant la visite de Monaco qui vient en second avec 42%, devant la visite de musée-monument (35%). Sur l'année entière la pratique d'activité est assez courante (près d'un sur 10), de même pour les casinos (11%).

ACTIVITES DECLAREES



EN ÉTÉ

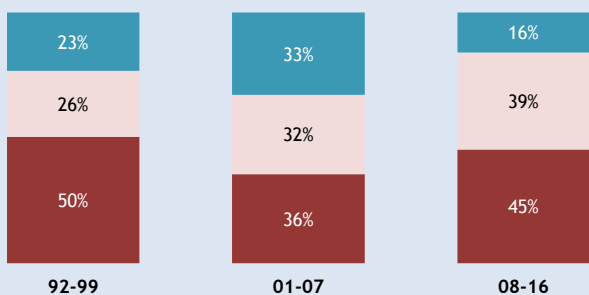
ACTIVITES DECLAREES



EN HIVER

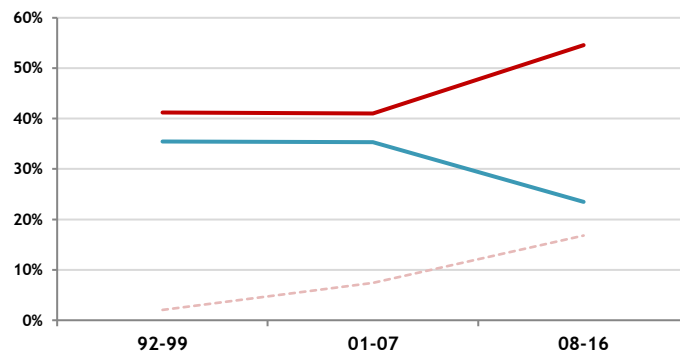
SEGMENTATION CIBLES

Loisirs Marchand Loisirs Non-Marc Affaires



TAUX DE PRIMO-VISITEURS

Loisirs Marchand Loisirs Non-Marchand Affaires



Tendances Visiteurs avion Loisirs

SEGMENTATION CIBLES

Chute et rebond partiel de la part du Loisirs Marchand, croissance régulière du Loisirs non Marchand au détriment de l'Affaires

TAUX DE PRIMO VISITEURS

En forte progression pour les 2 segments Loisirs, et à un niveau élevé en Loisirs Marchand (55%). En baisse pour l'Affaires

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Légère érosion de la durée moyenne. La part des courts séjours a fortement régressé au profit des 4-10 nuits. La part des séjours plus longs baisse

ZONES DE SEJOUR

Nice se maintient largement en tête. Cannes a fortement progressé puis vu sa part se stabiliser. Erosion de la part d'Antibes et chute pour Monaco au profit de Littoral Métropole

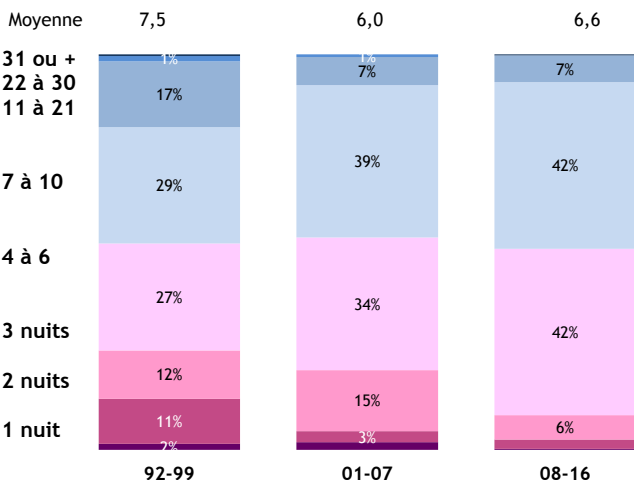
MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel a chuté derrière parents et amis, en forte progression. La location progresse aussi, au détriment des autres modes

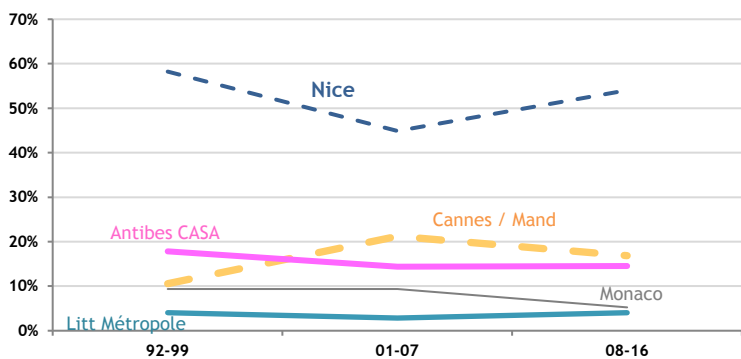
AGE/CSP

Age moyen en baisse. Progression des -40 ans, forte baisse des 40-59 ans. Forte baisse des CSP+ au profit des retraités et autres inactifs.

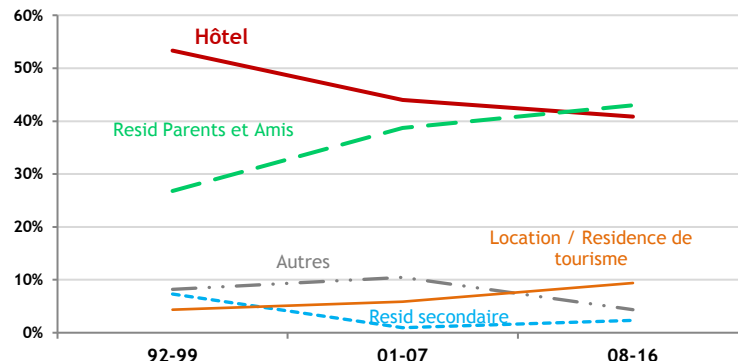
DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



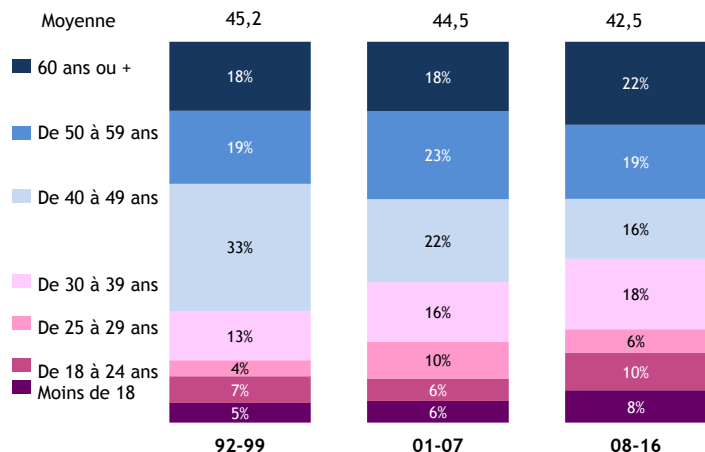
ZONES DE SEJOUR - Loisirs



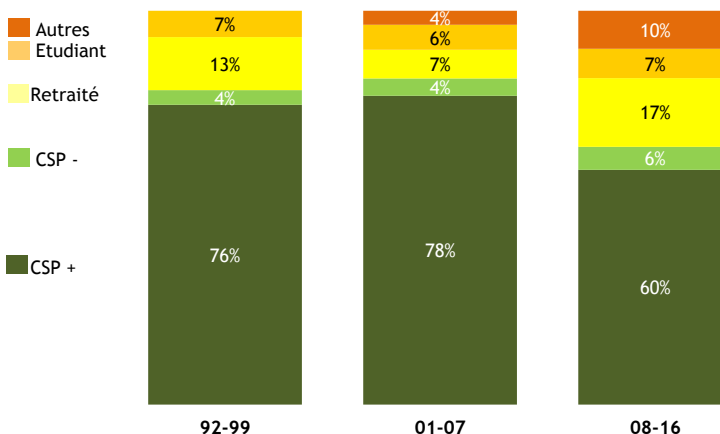
MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



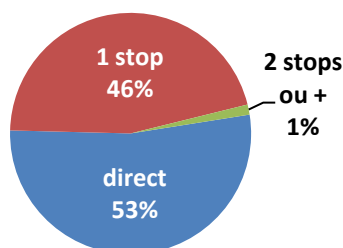
CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)



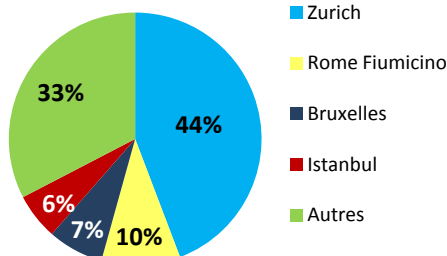
Les séjours avion réservés via les GDS

La base de données **ForwardKeys®** agrège les données de réservations aériennes des principaux GDS mondiaux (global distribution systems, tels qu'Amadeus et Sabre, utilisés par les agences de voyages), et extrait le flux en réception à l'aéroport de Nice Côte d'Azur. Une petite partie de ces séjours sont effectués hors du département des Alpes-Maritimes. Seuls les **séjours avec aller et retour réservés simultanément** sont pris en compte, et le séjour est affecté au marché du pays d'embarquement du vol aller, qui peut différer du pays de résidence du passager. La base de données n'inclut pas les réservations effectuées en direct auprès des compagnies aériennes. Il faut aussi souligner que la plus grande partie de l'offre des compagnies low cost n'est pas vendue via les GDS.

Stops pour arriver à Nice Côte d'Azur



Hubs de correspondance

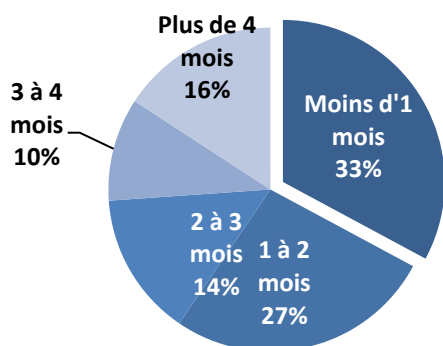


Les séjours **FRANCE** sont à destination de 1/Paris 2/Marseille 3/Nice 4/Lyon

Les voyages à destination de Nice-Côte d'Azur sont tous effectués via un autre aéroport, Paris CDG en tête (27%) et avec une diversité de cas.

SEJOURS	2010	2011	2012	2013	% Moy 12-13	Tendance
Nice	6 733	7 824	10 616	9 253		→
France	115 980	122 837	122 808	128 266		→
Part de marché Nice (%)	5,8	6,4	8,6	7,2		→
Durée des séjours Nice Côte d'Azur						
courts (1-3 nuits)	1537	1677	1787	1809	18,1	→
moyens (4-8 nuits)	3235	3573	5352	4633	50,3	→
longs (9-21 nuits)	1508	2087	2958	2411	27,0	→
très longs (+22 nuits)	453	487	519	400	4,6	→
Part des groupes 6 pax et +	4,8	7,3	4,6	4,5	4,5	→

Nombre de jours entre dates de réservation et d'arrivée



Les séjours Nice-Côte d'Azur sont réservés le plus souvent moins d'un mois avant la date d'arrivée (un tiers). Plus d'un quart sont réservés un ou deux mois avant. Seuls 16% réservent plus de 4 mois à l'avance.

Les pics de réservation sont en semaines 9 à 11 et en semaines 16 à 18.

Les pics d'arrivée sont en semaines 14 (pointe annuelle), 24, 32 et 37.

Saisonnalité hebdomadaire des réservations et des arrivées à Nice

