

## Le Marché Russe

Le marché russe est un marché historique pour la Côte d'Azur, mais quasiment fermé jusqu'en 90. Il a explosé ensuite, avec un fort intérêt pour la France et la Côte d'Azur. Une pointe a été atteinte en 2012 puis la demande a reculé, pour rebondir à partir de 2017.

La croissance du marché est freinée par une démographie faiblissante et une croissance économique limitée.

La France a accueilli 900 000 séjours russes en 2018 (+5%), séjournant 8,4 nuits. Malgré de fortes variations, ce marché important hors zone € reste porteur.

## La Côte d'Azur

Le marché russe se place 9<sup>ème</sup> rang des étrangers sur la Côte d'Azur (11<sup>ème</sup> en 2009, 6<sup>ème</sup> en 2013). Le seuil des 100 000 séjours a été franchi en 2005, les 200 000 en 2010, les 300 000 atteints en 2013. Sa contribution à la fréquentation étrangère est actuellement de 6% des nuitées (9% en 2012). La Côte d'Azur accueille près de 20% des nuitées hôtels en France. **La part de marché est très élevée et en hausse.**

**Principales régions d'origine :** 76% viennent de Russie, puis 12% Ukraine, 7% Biélorussie, 2% Kazakhstan, 2% Moldavie, 1% Géorgie, 1% Azerbaïdjan. Les Russes proviennent de la région de Moscou (77%), Nord Ouest-St Petersburg (18%). Les autres régions sont très faiblement représentées, les principales étant Oural-ekaterinbourg et Central Chernozemny (1% chacune).

## Chiffres clés

- 240 000 séjours de 6,5 nuits en moyenne, dont :
- 135 000 séjours en hôtels et résidences
- 100 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- plus de 1000 résidences secondaires (x2 en 4 ans, x5 en 6 ans)

Dépense : 126€/jour, 1096€/séjour

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 56%, juillet-août = 34%, hiver = 22%. Pointe en août (18%)

Visiteurs avion : 52% repartent sur vols directs vers Moscou, 7% vers St Petersburg, 7% vers Minsk, ou bien vers Paris 7%, Kiev 5%, Francfort/Munich 4%, Varsovie 2%, Istanbul 2%

Ce marché inclut la Fédération de Russie et 11 des 14 autres républiques de l'ex URSS, dont l'Ukraine et les 8 membres non russes de la Communauté des Etats indépendants (organisation intergouvernementale), soit une population de 280 millions d'habitants (dont 143 millions en Russie ; âge moyen : 37 ans).

### PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2019 : +3%/an

### Dépenses à l'étranger

32 milliards € en 2019, au 6<sup>ème</sup> rang mondial (4<sup>ème</sup> en 2013, 9<sup>ème</sup> en 2018) - Tendance annuelle moyenne 2005-2019 : +6,4%, malgré une forte chute entre 2013 et 2016

### Nombre de jours de congés payés

28 + 12 jours fériés = 40 (record mondial)

**Visa nécessaire pour la France :** OUI (35€ par adulte, 70€ si demande en urgence)

**Particularités du calendrier :** Noël orthodoxe le 7 janvier (une dizaine de jours de fêtes), fête nationale le 12 juin

## C'est un marché...

- non européen, mais relativement proche
- de moyens et longs séjours urbains ou balnéaires (3<sup>ème</sup> rang des marchés pour le taux de pratique plage)
- de visiteurs plus jeunes (âge moyen 36 ans, au 1<sup>er</sup> rang avec les Chinois)
- majoritairement de loisirs (85%), avec une forte part de séjours en résidences secondaires (plus forte croissance du parc de rés. sec. parmi les étrangers)
- de yachting (2<sup>ème</sup> rang pour le taux d'excursion en mer)



## Pouvoir d'achat du Rouble Russe en France



A fin avril 2021, l'évolution du pouvoir d'achat des Russes en France (€ pour 1 Rouble) est fortement défavorable.

La chute est de plus de 50% entre 2012 et l'été 2018, et après un petit rebond, on observe une nouvelle dégradation de 20% depuis le début 2020.

### 😊 Points forts

- part de marché France très élevée et en hausse (Côte d'Azur très attractive)
- 6<sup>ème</sup> rang mondial des dépenses totales à l'étranger
- dépense élevée (au 2<sup>ème</sup> rang des marchés pour la dépense par séjour, au 3<sup>ème</sup> pour le taux de shopping, seconde activité principale)
- clientèle jeune et active
- 60% des séjours hôtels en 4-5\* et forte croissance des résidences secondaires russes

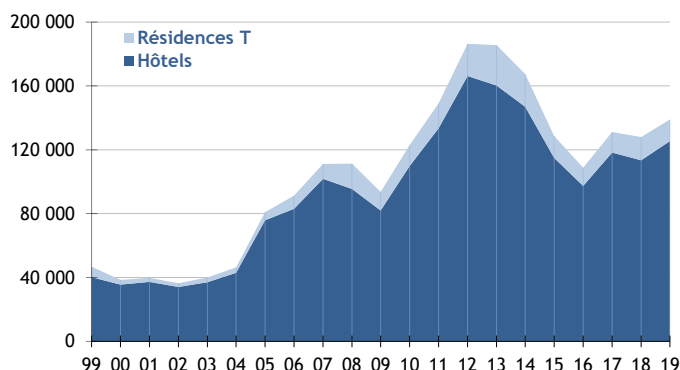
### 😞 Points faibles

- conjoncture économique défavorable : effondrement du Rouble/€, baisse de moitié des revenus du pétrole
- demande non mûre : fluctuations fortes selon les années
- 2 pôles urbains d'émission seulement
- concentration sur juillet-août, à l'avant-dernier rang des marchés pour le taux de séjours en juin
- présence centrée sur les seules stations littorales de prestige

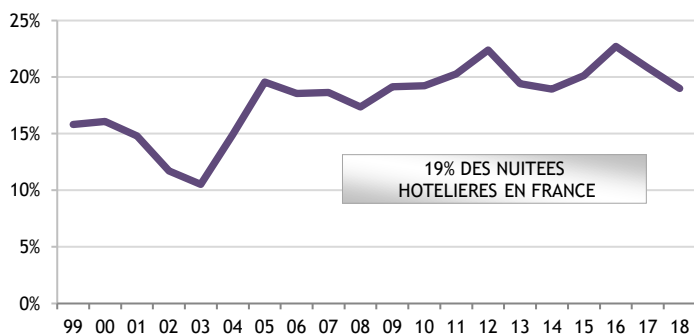
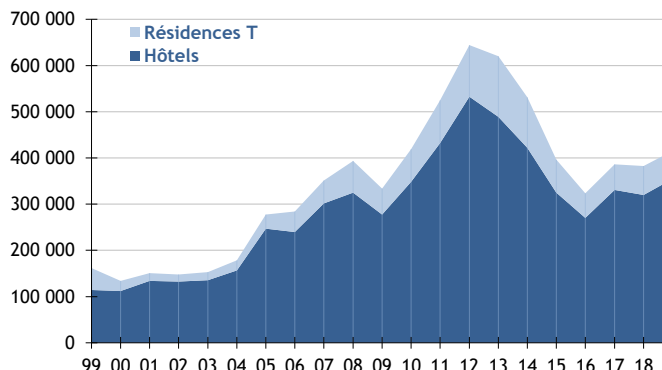
## OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR

Les séjours russes en hôtels et résidences ont littéralement explosé entre 2004 et 2012 (multipliés par quatre), avec un petit recul du fait de la crise en 2009, rapidement surmonté, et un pic absolu en 2012-13. Depuis, la demande a accusé un net repli, avant de rebondir en 2017. Les séjours en résidences de tourisme ont connu une poussée entre 2012 et 2014, et actuellement elles représentent, sur le cumul des deux hébergements, 10% des séjours et 15% des nuitées, une part moyenne.

### SEJOURS



### NUITEES



### PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

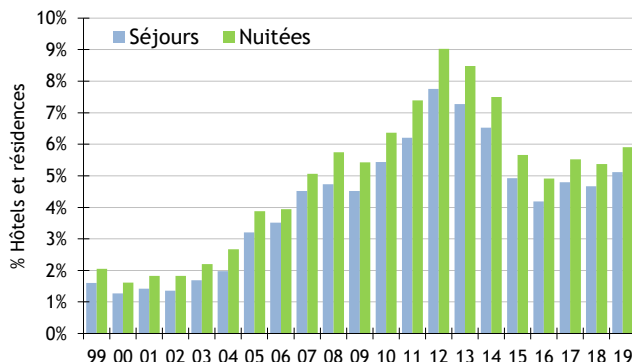
Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Russes en réalisent entre une sur 5 et une sur 4 sur la Côte d'Azur, selon les années (19% en 2018). La part est très élevée et en hausse, et tout à fait atypique, soulignant l'exceptionnelle attractivité de la destination sur ce marché.

La part a eu tendance à baisser jusqu'en 2003, à 10% qui restait un niveau très élevé, puis a fortement augmenté jusqu'à près de 23% en 2012 et 2016. En 2017-18 elle se tasse à 21% puis 19% actuellement, un niveau toujours très élevé.

La part des Russes dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences s'élevait à moins de 2% jusqu'en 2002, une part alors marginale. La contribution de ce marché a ensuite explosé, jusqu'à 9% en 2012. Mais elle s'est fortement réduite ensuite, retombant à moins de 5% en 2016. Depuis, la contribution des Russes rebondit à près de 6% des nuitées étrangères. La Russie est désormais un marché important pour la destination, mais la demande n'est pas encore stabilisée.

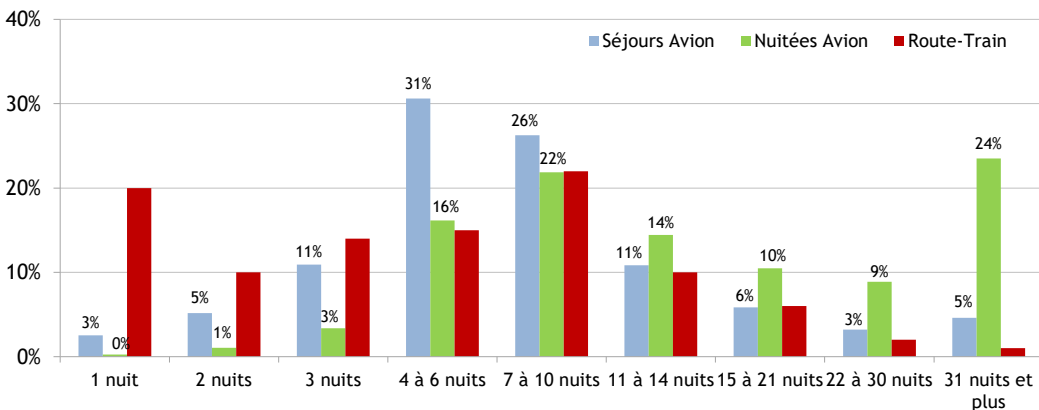
La part des nuitées est nettement plus élevée que celle des séjours en raison d'une durée de séjour longue, très supérieure à la moyenne des étrangers.

### CONTRIBUTION DES RUSSES A LA FREQUENTATION ETRANGERE

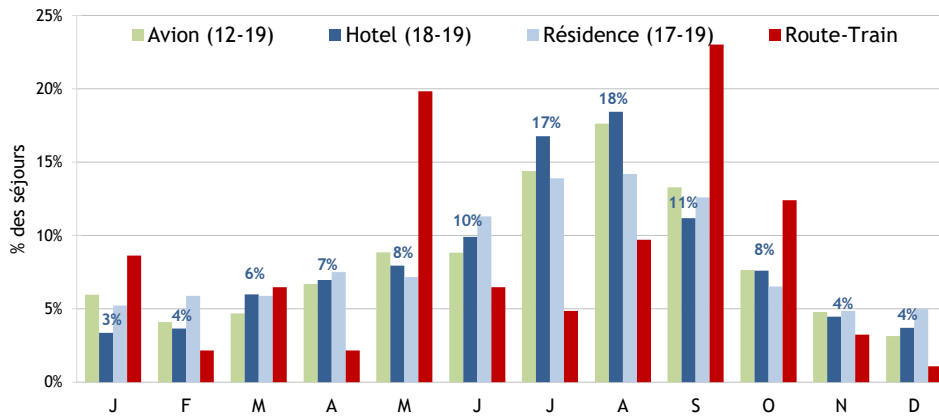


### DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Russes sur la Côte d'Azur est élevée, plus longue que la moyenne. Les séjours par avion durent près de 10 nuits en moyenne (10,2 pour le Loisirs et 6,6 pour l'Affaires), et les séjours route-train plus de 6 nuits. Les séjours Loisirs non Marchand durent même plus de 13 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) regroupent moins de 20% des séjours avion mais 43% des séjours route-train. Dans l'hôtellerie, les séjours sont relativement longs, soit 2,8 nuits en moyenne, et ils sont un peu plus longs (4,4 nuits) dans les résidences. Pour les séjours avion, le principal segment est de loin le 4-6 nuits (3 séjours sur 10). Les séjours de 3 semaines ou plus pèsent pour un tiers du total des nuitées.



	Durée	Nuits
Avion 12-19	Hôtels	2,8
	Résidences	4,4
	Hôtels+Rés.	3,0
	<b>Moyenne</b>	<b>9,8</b>
	Loisirs	10,2
	Dont Hébergement marchand	8,1
	Dont Hébergement non-marchand	13,1
	Affaires	6,6
	Dont MICE	5,8
	Dont Autres affaires	7,1
Route - Train	6,1	



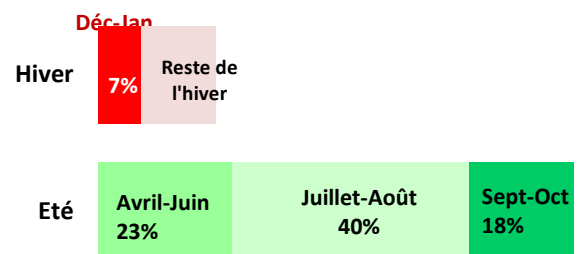
Hotels + Résidences		
18-19	SEJOURS	NUITEES
J	3,6%	3,8%
F	4,0%	3,6%
M	6,0%	5,1%
A	7,1%	6,2%
M	7,8%	7,1%
J	10,1%	9,4%
J	16,4%	18,3%
A	18,0%	21,7%
S	11,3%	11,2%
O	7,5%	6,4%
N	4,5%	3,9%
D	3,8%	3,5%

Les **séjours russes** sont assez fortement concentrés sur l'été, avec une pointe en août. Les séjours avion sont mieux répartis entre Mai et Octobre, mais peu nombreux en hiver, et le marché russe figure à l'avant-dernier rang pour le taux de séjours avion en Juin, mais au second rang pour Août-Septembre. La demande en hébergements reste faible entre Décembre et Février. La répartition des séjours route-train est indicative (échantillon faible) mais fait apparaître des pointes en Mai et Septembre.

Attention : les taux indiqués portent sur les séjours hôtels ; les séjours en hôtels-résidences sont affectés au mois d'arrivée, tandis que les séjours par avion sont affectés au mois de départ, l'enquête étant réalisée à l'embarquement.

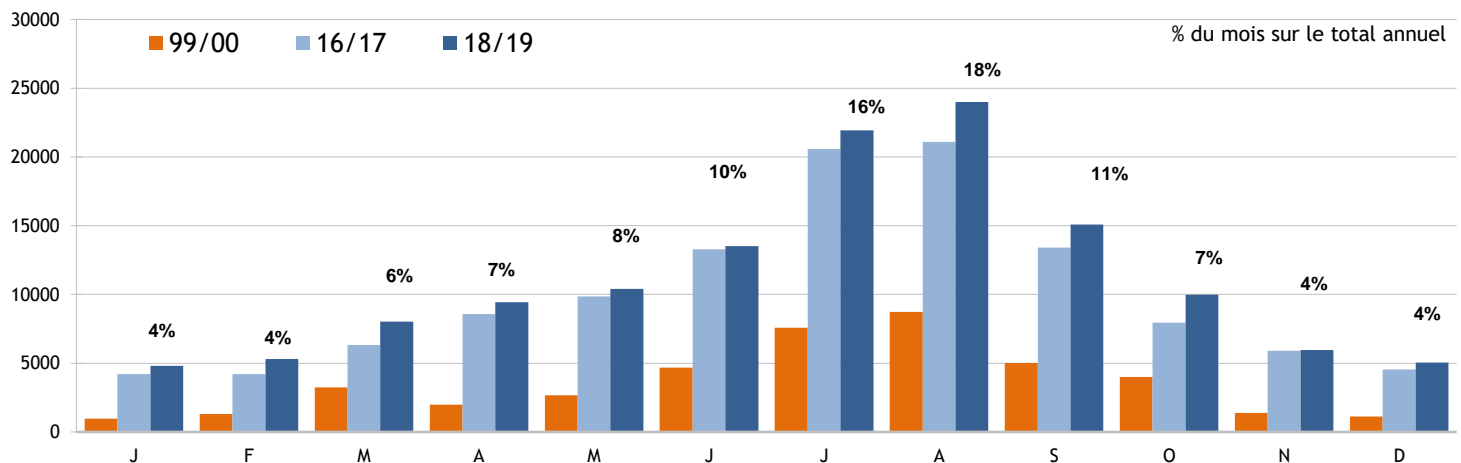
Les **nuitées hébergements** sont fortement concentrées sur Juillet-Août (40% du total annuel), et seules 20% ont lieu en hiver. La période de Juin à Septembre représente 61% du total annuel, l'une des parts les plus élevées parmi les marchés.

## NUITEES 2018/19 - HOTELS ET RESIDENCES



L'évolution des séjours hébergements depuis 1999 (en volume) montre une croissance exceptionnelle de la demande toute l'année, y compris sur les mois d'hiver. Elle est surtout marquée en Janvier et Avril (séjours x5), Février-Mai-Novembre-Décembre (x4), et Juin à Septembre (x3). En Mars et Octobre la demande a seulement doublé. Concernant la part de chaque mois, on note entre 99 et 2018/19 une croissance de la part des séjours réalisés en Janvier-Février, Avril-Mai, et Novembre-Décembre, une évolution par conséquent positive de la saisonnalité.

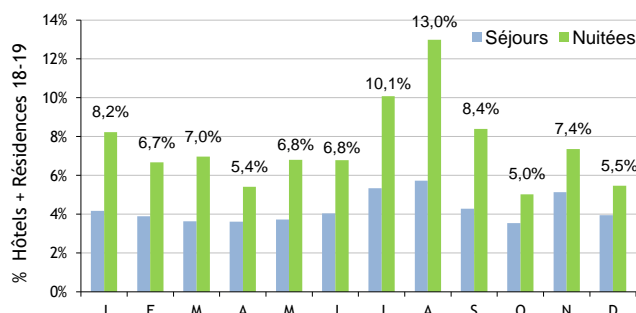
## EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



## POTENTIEL MENSUEL

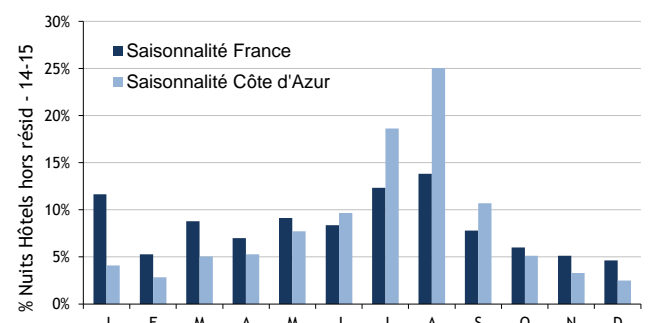
La part des Russes sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) est très variable selon le mois, passant de moins de 5% en Octobre à près de 13% en Août. Le marché russe représente à présent une cible importante pour tous les mois de l'année, même en hiver. La part de marché Côte d'Azur/France est plus limitée en Janvier (7%), mais atteint des records en été, jusqu'à 36% des nuitées d'Août. Si on compare la distribution mensuelle des nuitées entre la France et la Côte d'Azur, on constate un potentiel élevé sur tous les mois d'hiver, et surtout au 1<sup>er</sup> trimestre, avec une présence importante en France mais bien moindre sur la Côte d'Azur.

## CONTRIBUTION

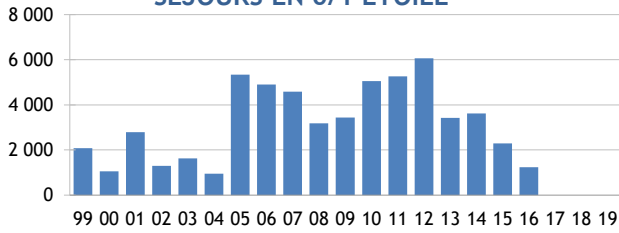


PDM 06/F	
J	7,0%
F	10,7%
M	11,5%
A	15,1%
M	16,9%
J	23,1%
J	30,2%
A	36,2%
S	27,4%
O	17,0%
N	12,9%
D	10,8%

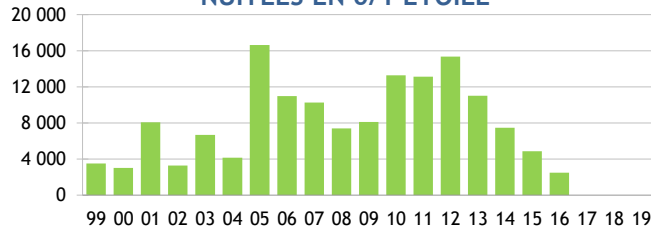
## POTENTIEL SUR LA FRANCE



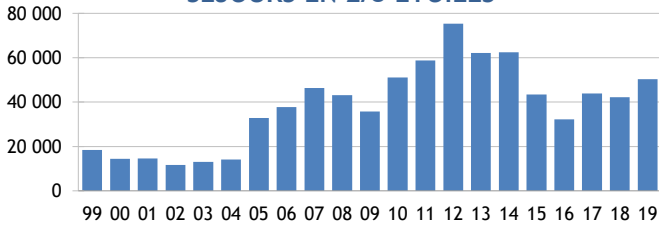
SEJOURS EN 0/1 ETOILE



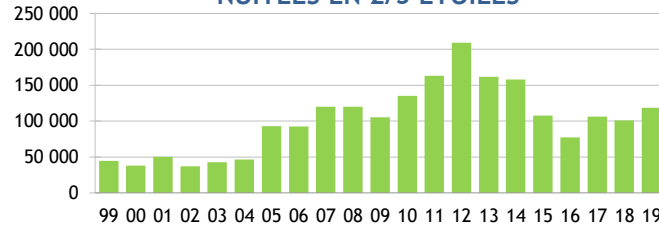
NUITEES EN 0/1 ETOILE



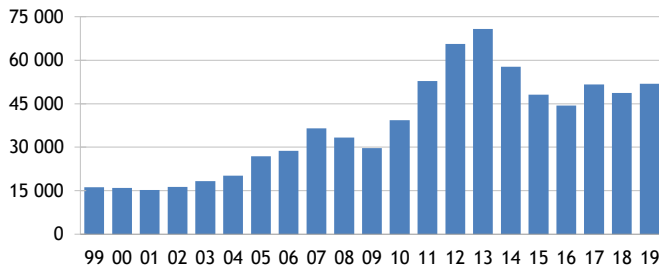
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



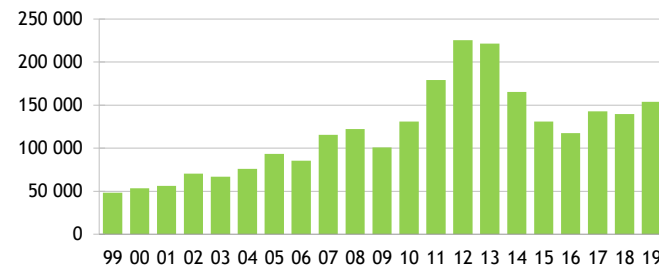
NUITEES EN 2/3 ETOILES



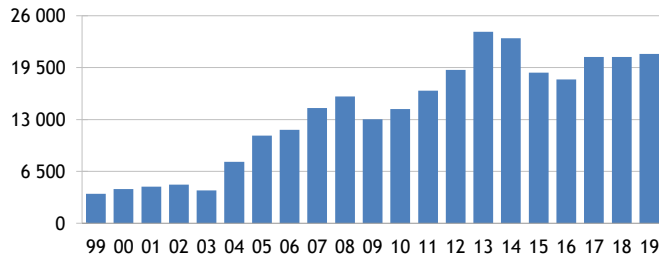
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



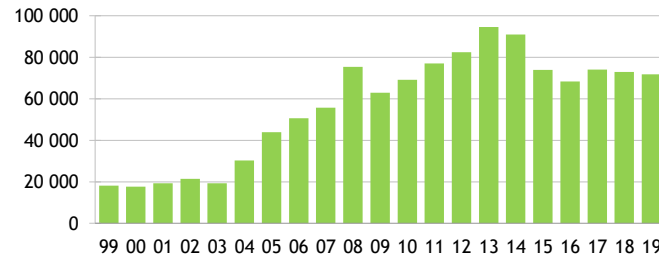
NUITEES EN 4/5 ETOILES



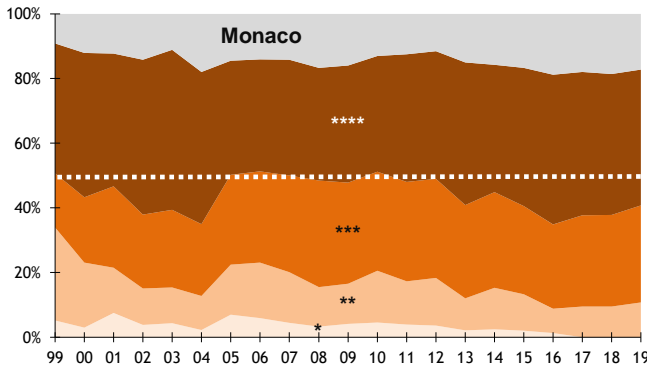
SEJOURS A MONACO



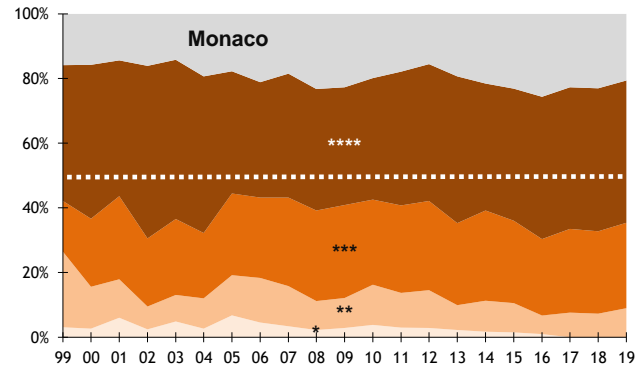
NUITEES A MONACO



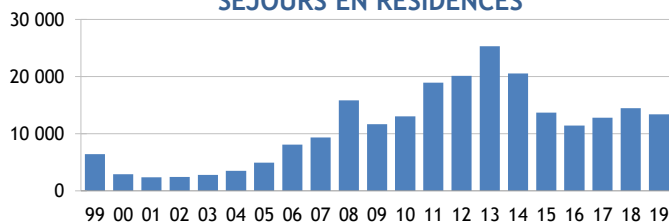
REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



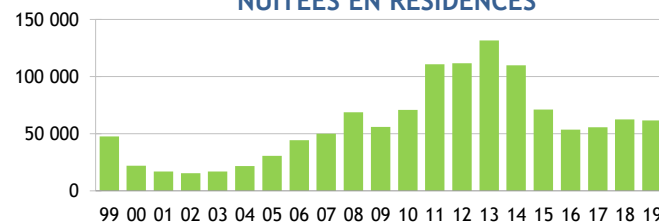
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



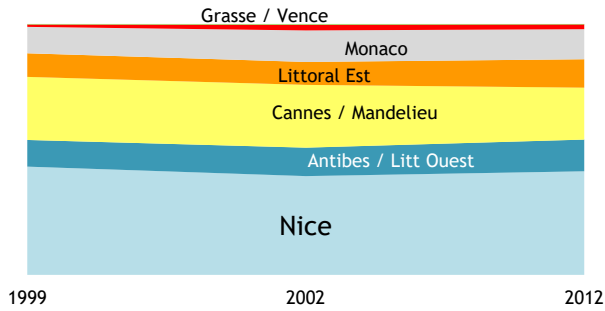
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



## TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE

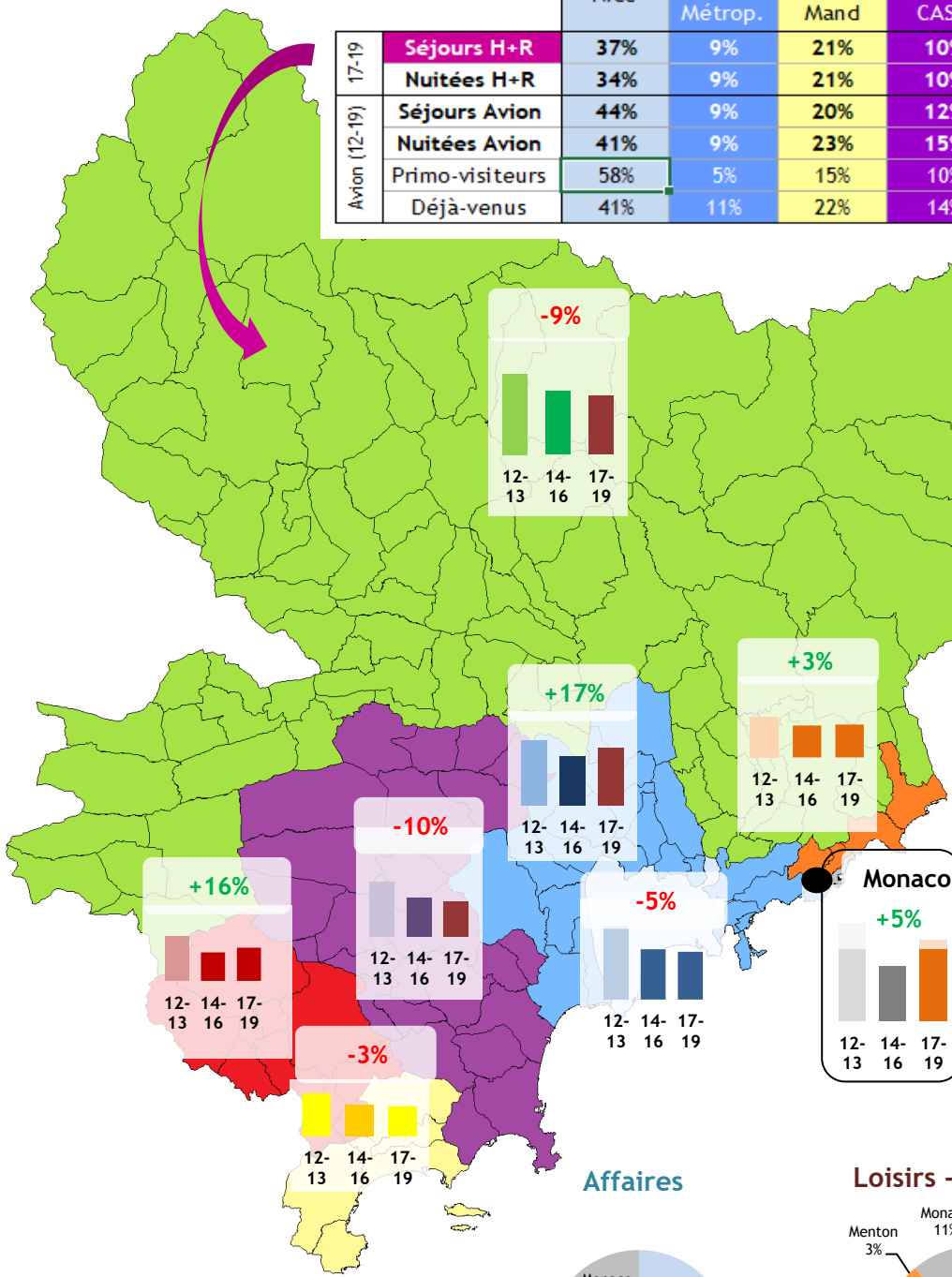


Historiquement, les Russes se concentraient sur Nice, avec 43% du total des séjours hôteliers en 1999. Cette part a toutefois eu tendance à se tasser, au profit d'Antibes-Littoral Ouest et Monaco-Littoral Est surtout.

La part de Cannes-Mandelieu s'est légèrement réduite entre 2002 et 2012, de 25 à 21% du total des séjours hôtels.

La part du Moyen et Haut Pays a toujours été infime.

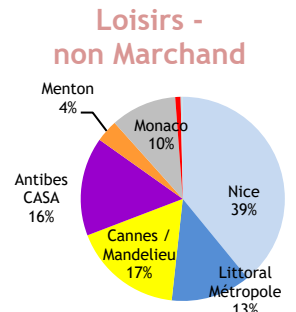
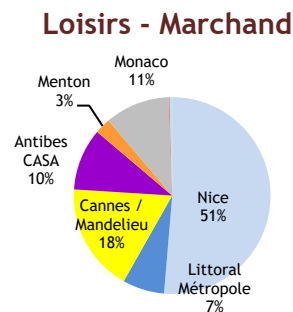
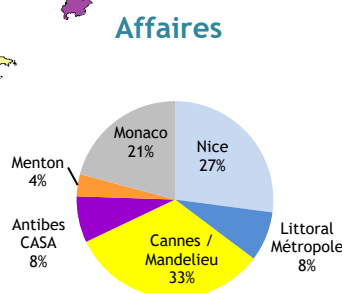
	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
17-19								
Séjours H+R	37%	9%	21%	10%	6%	16%	1%	1%
Nuitées H+R	34%	9%	21%	10%	6%	18%	0%	1%
Avion (12-19)								
Séjours Avion	44%	9%	20%	12%	3%	12%	0%	0%
Nuitées Avion	41%	9%	23%	15%	3%	9%	1%	0%
Primo-visiteurs	58%	5%	15%	10%	2%	9%	0%	0%
Déjà-venus	41%	11%	22%	14%	3%	9%	0%	1%



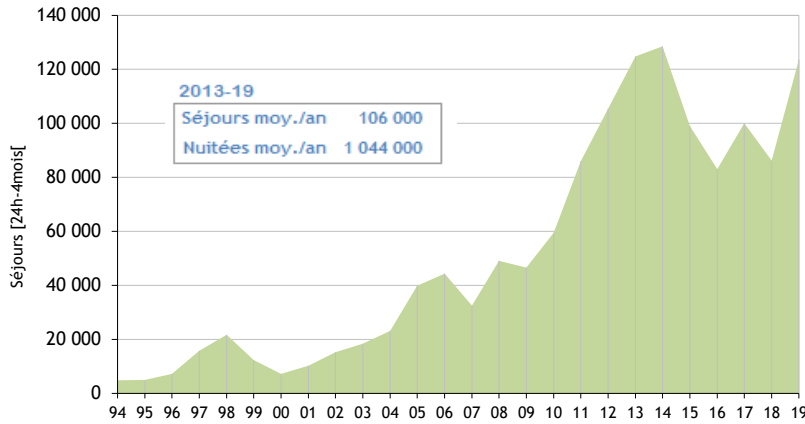
Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2017-19 sont : Nice (37% des séjours hébergements et 44% des séjours avion) suivie de Cannes-Mandelieu (21% et 20%). Monaco est au 3ème rang avec 16% et 12%, devant Antibes (10-12%), qui est toutefois devant Monaco pour les nuitées avion (15%). Le Littoral Métropole réalise une part de 9% et Menton 6%. Les autres zones n'ont qu'une part très limitée. La Russie est au 1er rang pour la part de ses séjours avion réalisés sur Littoral Métropole Est, et à l'avant dernier rang pour Grasse et Métropole Littoral Ouest.

Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 58% des primo-visiteurs choisissent cette zone (et 15% Cannes), et que la moitié des séjours Loisirs Marchand y sont hébergés. 39% des séjours Loisirs non Marchand sont hébergés à Nice, et 17% à Cannes. Un tiers des séjours Affaires se passent à Cannes, et 27% à Nice, devant Monaco (21%).

En 2017-19 (voir carte), on note une baisse des séjours hébergements sur la moitié des zones, surtout à Antibes (-10%) et en Montagne, au profit du Littoral Métropole (+17%) et de Grasse (+16%).







Les séjours réalisés par avion jusqu'à Nice Côte d'Azur ont connu une croissance exponentielle entre 2000 et 2013. Le total de près de 130 000 séjours avion en 2014 marque un record, mais 2015-16 accusent une forte chute. Un rebond s'est toutefois produit dès 2017, et 2019 retrouve presque le niveau record antérieur. Plus de 40% des Russes arrivent par avion à Nice Côte d'Azur.

Les séjours par avion durent près de 10 nuits en moyenne, et pour les cibles Loisirs Marchand et Affaires le principal segment est le 4-6 nuits (un tiers des séjours). Pour les séjours Loisirs non Marchand, il s'agit du 7-10 nuits (26%) et leur durée moyenne dépasse les 13 nuits contre 8 nuits pour le Loisirs Marchand et 6,6 nuits pour l'Affaires.

Le taux de satisfaction est très élevé, avec 86% de "très satisfaits", et 4% de visiteurs insatisfaits (mais 7% pour l'Affaires). Le taux de primo-visiteurs s'élève à 42%, mais à 52% en Loisirs Marchand, démontrant l'attractivité de la destination ainsi qu'un potentiel supplémentaire de fidélisation important.

La dépense moyenne déclarée est élevée, à 126€ par jour/pers., et 1096€ par séjour (2ème rang parmi les marchés, mais au 5ème pour la dépense par jour). Le segment "basse contribution" concerne seulement 12% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 26%, l'un des taux les plus élevés parmi les marchés.

La clientèle est très jeune, âgée de 36 ans en moyenne voire 34 en Loisirs Marchand. C'est la clientèle la plus jeune après les Chinois. Le principal segment âge en Loisirs est le 30-39 ans (30%), et 21% ont entre 40 et 49 ans. Un tiers des visiteurs Loisirs sur 10 ont moins de 30 ans.

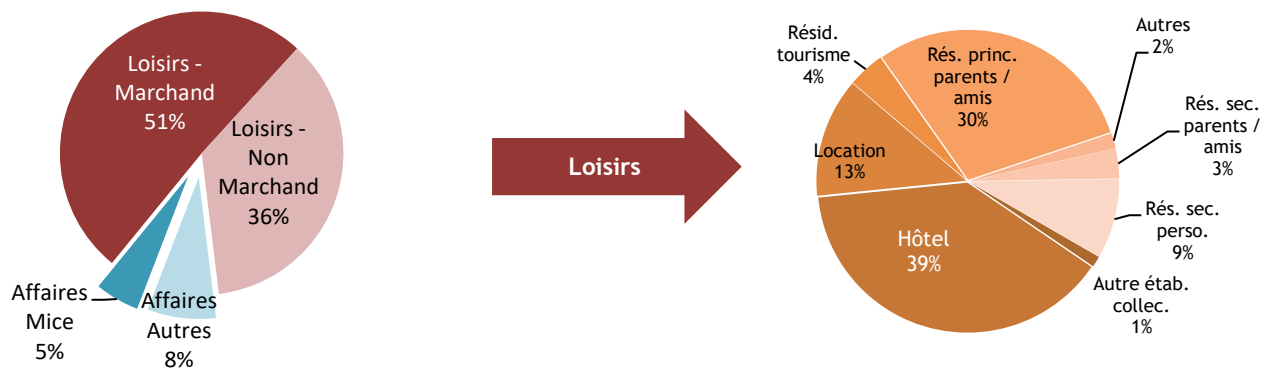
2012-19	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	9,8	8,1	13,1	6,6
Age moyen	36	34	37	39
Nb Personnes	1,7	1,9	1,5	1,5
Taux 1 <sup>ère</sup> visite	41%	52%	27%	38%
Dépense/séjour	1 096 €	1 109 €	1 172 €	851 €
Dépense/jour	126 €	155 €	95 €	165 €
> 200€ / jour	26%	29%	18%	34%
De 30 à 200€ / jour	63%	67%	60%	52%
<30€ / jour	12%	4%	22%	14%
<b>Satisfaction</b>				
Très satisfaits	86%	86%	89%	78%
Satisfaits	10%	10%	9%	16%
Non entièr. satisfaits	4%	4%	2%	7%

## SEGMENTATION CIBLES

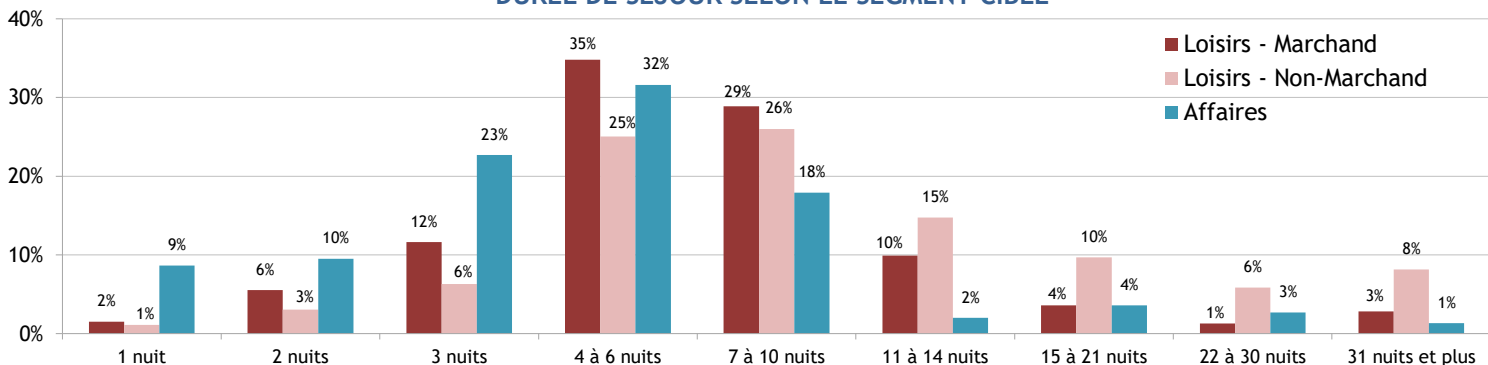
Le segment Loisirs Marchand regroupe plus de la moitié des séjours avion (51%). La part du Loisirs Non Marchand est assez développée, à 36% des séjours. Le segment Affaires se limite à 13% dont 5% seulement pour le MICE.

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est l'hôtel, pour 39% des séjours. Les parents et amis hébergent 30% des séjours Loisirs, et le mode locatif capte 17% du marché. 12% des séjours ont lieu en résidence secondaire.

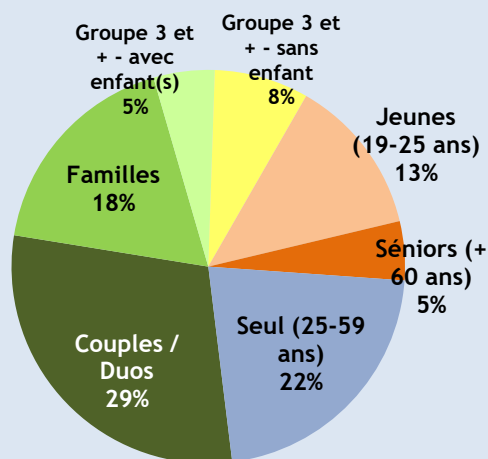
## SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGERMENT



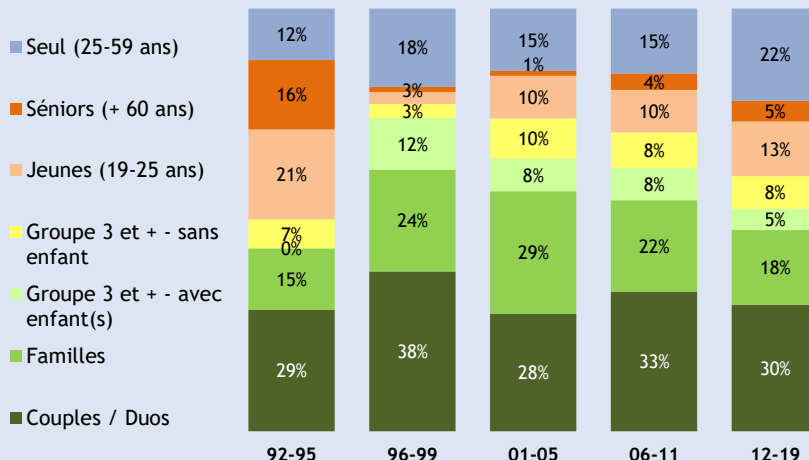
## DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



## TYPOLOGIE LOISIRS AVION



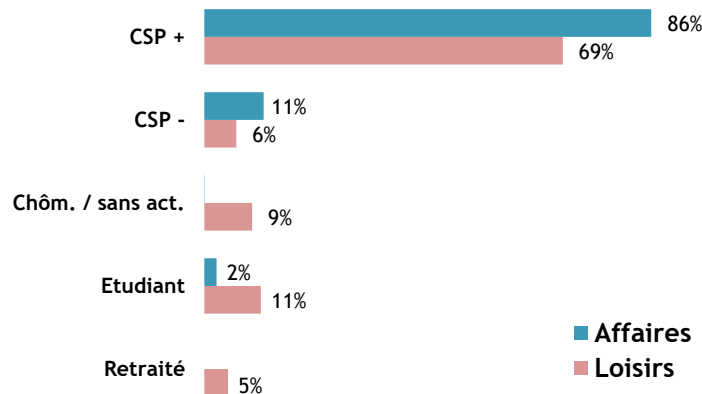
Moyenne 2012-19



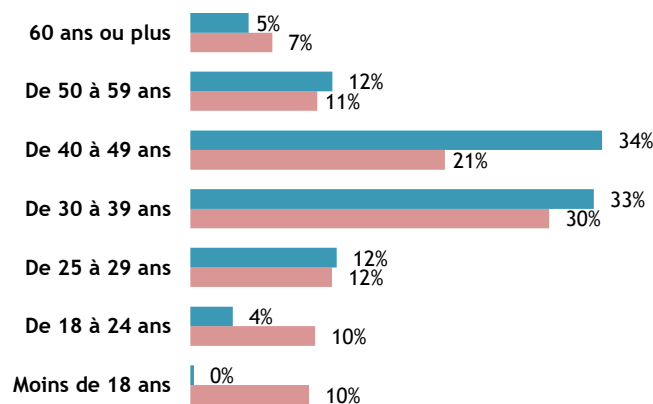
Les Russes à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 29% des cas, ou bien seuls (22%), mais ils peuvent rejoindre éventuellement d'autres personnes sur place. Les Familles représentent 23% des séjours (incluant 1,3 enfant en moyenne, l'un des plus faibles parmi les marchés), en incluant les groupes de 3 ou + incluant enfant(s). 13% des visiteurs avion sont des Jeunes de moins de 25 ans. Les Seniors sont rares, seulement 5% des séjours. Les séjours réalisés à 3 ou + sans enfant regroupent 8% des séjours (hors groupes constitués, non dénombrés).

Sur plus de 25 ans, l'évolution est favorable au segment des voyageurs Seuls, tandis que la part des autres segments fluctue assez fortement. La part des Couples et des Familles a progressé puis régressé. La part des Seniors n'était importante que jusqu'en 1995, mais très réduite depuis. La part des Jeunes avait aussi fortement régressé mais regagne quelques points sur la dernière période.

## CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



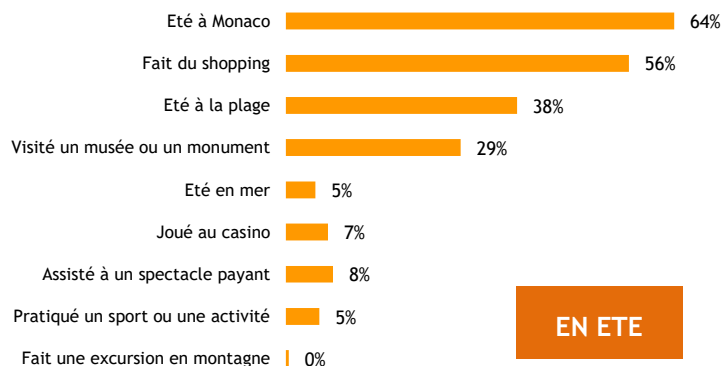
## SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



## SEGMENT LOISIRS

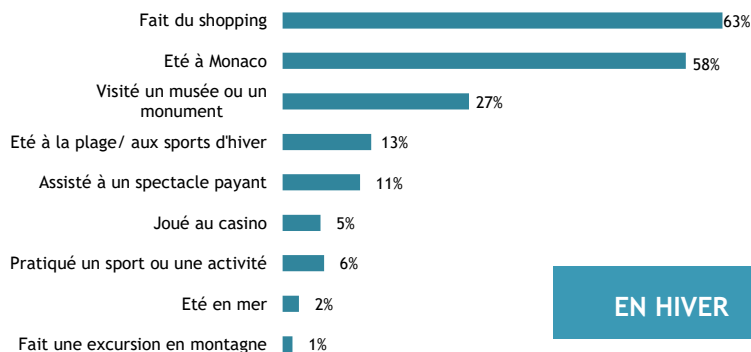
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la visite de Monaco (64%), le shopping (56%) et la plage (38%). En hiver, c'est le shopping qui vient en tête avec 63%, devant la visite de Monaco (58%) et la visite de musée-monument (27%). Sur l'année entière près de 10% déclarent assister à un spectacle payant et 7% jouer au casino. La Russie est aussi au second rang des marchés pour le taux d'excursion en mer et au 3ème pour la pratique de la plage, le shopping et la visite à Monaco.

### ACTIVITES DECLAREES

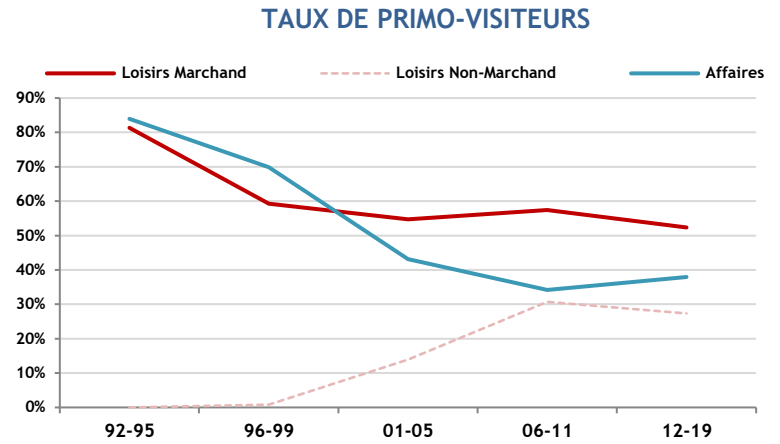
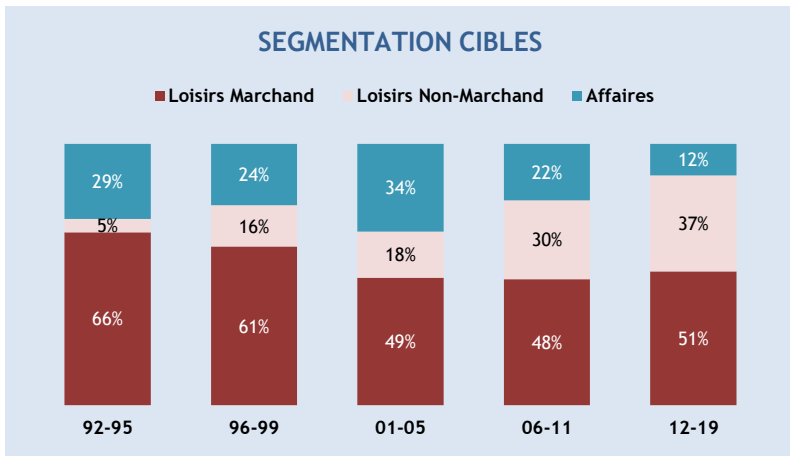


EN ETE

### ACTIVITES DECLAREES



EN HIVER



## Tendances Visiteurs avion Loisirs

### SEGMENTATION CIBLES

Chute forte de la part du Loisirs Marchand, au profit du non Marchand qui a doublé sa part, et au net détriment de l'Affaires.

### TAUX DE PRIMO VISITEURS

Tendance à la baisse pour l'Affaires, chute pour le Loisirs Marchand mais forte progression pour le Loisirs non Marchand

### DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Hausse puis rechute récente. La part des courts séjours a fortement progressé. Chute et net rebond des 4-6 nuits, segment majoritaire. Segment longs séjours toujours important mais en baisse avec apparition d'un segment de très longs séjours de 3 semaines et +

### ZONES DE SEJOUR

Nice voit sa part chuter tout en restant largement en tête. Cannes a vu sa part augmenter puis se stabiliser, mais Antibes rechute légèrement. Croissance continue de la part de Littoral Métropole. Chute et rebond de la part de Monaco

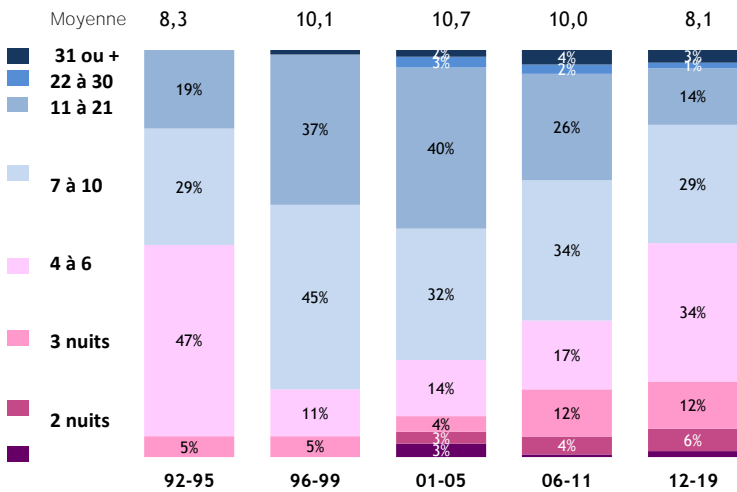
### MODES D'HEBERGEMENTS

Chute de plus de la moitié pour la part de l'hôtel au profit des parents et amis et de la location. Chute et léger rebond de la résidence secondaire

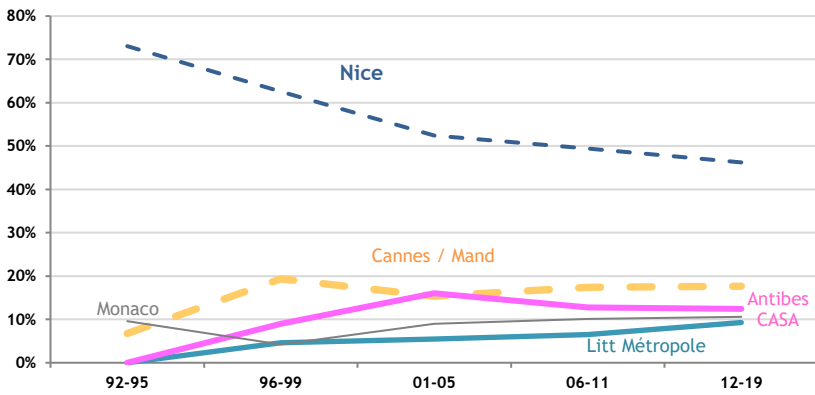
### AGE/CSP

Age moyen en nette baisse puis remontée. Progression et rechute des -30 ans, hausse des 30-39 ans. Stabilité des 50 et +. Très nette chute des CSP+ au profit de tous les autres avec apparition récente d'un petit segment retraités.

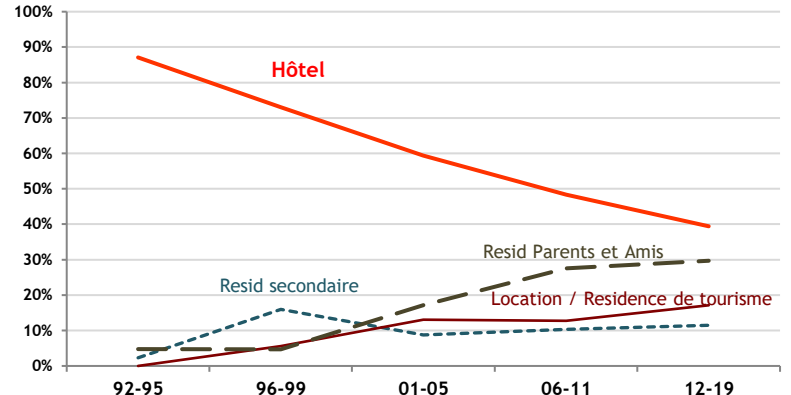
### DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



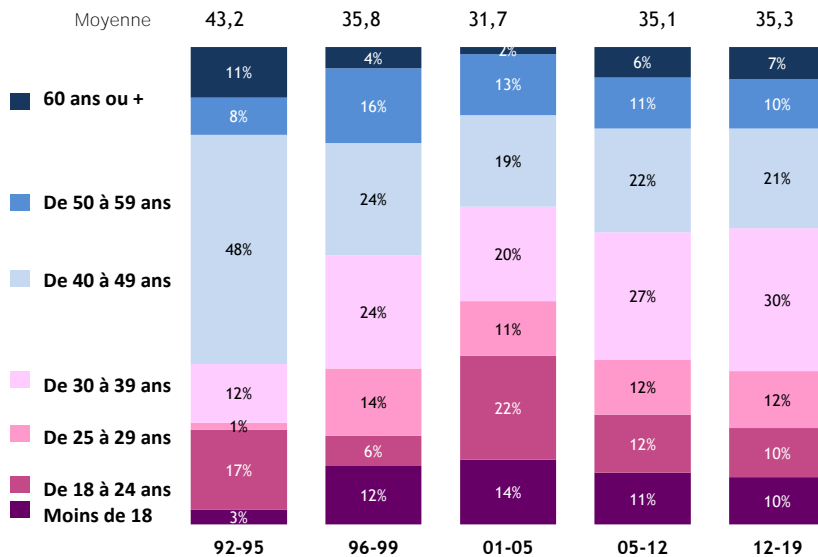
### ZONES DE SEJOUR - Loisirs



### MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



### ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



### CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)

