

Le Marché Tchèco-Slovaque

La Tchéquie-Slovaquie constitue le 3^{ème} principal marché d'Europe de l'Est hors Russie. L'économie tchèque est aussi la plus développée (PIB/habitant le plus élevé, forte industrialisation en Bohême), et le décollage est plus récent pour la Slovaquie). C'est un marché touristique non mature au potentiel intéressant. Les dépenses à l'étranger progressent rapidement, et en 2014 la République tchèque figurait parmi les 15 pays ayant une croissance à 2 chiffres de leurs dépenses à l'étranger.

Parmi les 20 régions de l'Union Européenne au plus fort PIB par habitant, la région de Prague figure au 8^{ème} rang. Le PIB/hab. de la Slovaquie reste trois fois inférieur à celui de la Tchéquie.

La Côte d'Azur

Le marché Tchéquie-Slovaquie fait partie du marché Europe de l'Est hors Russie, qui figure au 6^{ème} rang, et se place au 30^{ème} rang des sous-marchés (pays). Sa contribution à la fréquentation étrangère se limite à un peu moins de 1%. La Côte d'Azur accueille plus de 9% des nuitées hôtels en France. La part de marché est élevée mais en forte baisse jusqu'en 2008, puis en hausse depuis.

Principales régions d'origine : la Tchéquie représente 70% des séjours, la Slovaquie 30%.

Chiffres clés

- 40 000 séjours de 7 nuits en moyenne, dont :
- 21 000 séjours en hôtels et résidences
- 10 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 50 résidences secondaires

Dépense : 89€/jour, 615€/séjour

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 55%, juillet-août = 29%, hiver = 20%. Pointe en juillet (16%)

Visiteurs avion (2012-16) : 37% repartent sur un vol vers Prague, 36% vers Vienne, 6% vers Munich, 5% vers Francfort, 4% vers Zurich, 4% vers Bruxelles.

Pouvoir d'achat de la couronne Tchèque en France



😊 Points forts

- une économie solide (plein emploi) et une forte croissance des dépenses à l'étranger (+8%/an)
- une bonne répartition de la fréquentation entre Mars et Octobre et un potentiel supplémentaire sur l'hiver
- une clientèle jeune (34 ans d'âge moyen en Loisirs Marchand et active)
- un assez bon niveau de dépenses, le plus élevé parmi les marchés d'Europe orientale

Ce marché inclut la Tchéquie et la Slovaquie, soit une population de 16 millions d'habitants (âge moy. : 38 ans).

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2016 : Tchéquie +5,8%/an ; Slovaquie +6,1%/an

Dépenses à l'étranger

Tchéquie : 4,4 milliards €, au 42^{ème} rang mondial en 2016 (vers le 35^{ème} avec la Slovaquie) - Tendance annuelle Tchéquie, moyenne 2005-2016 : +8%

Nombre de jours de congés payés

Tchéquie 20+12 jours fériés = 32 ; Slovaquie 20+15 = 35

Visa nécessaire pour la France : **NON** (espace Schengen)

Particularités du calendrier : 5-6 juillet, 1^{er} septembre (Slovaquie), 28 octobre (Tchéquie)

C'est un marché...

- relativement neuf, donc de primo-visiteurs (6 séjours Loisirs Marchand sur 10), et à développer/fidéliser
- de loisirs et d'affaires (4 séjours avion sur 10)
- de voyageurs seuls, de familles et de jeunes étudiants (âge moyen 35 ans en Loisirs Marchand ; segment 18-24 ans principal segment en Loisirs avion)
- pour les hôtels 2-3-4* et les résidences



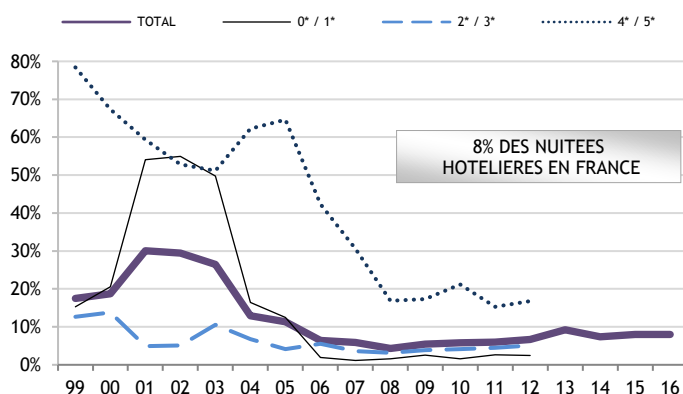
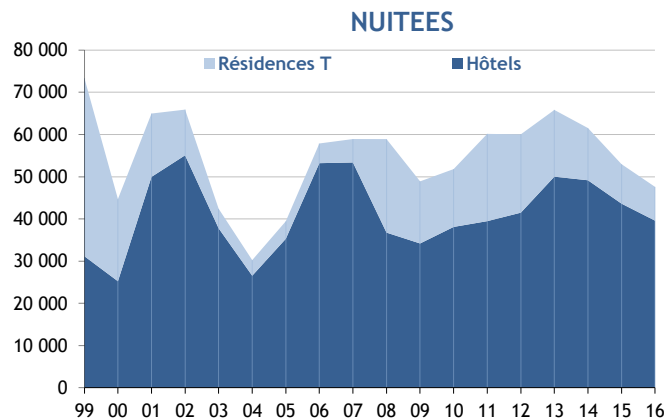
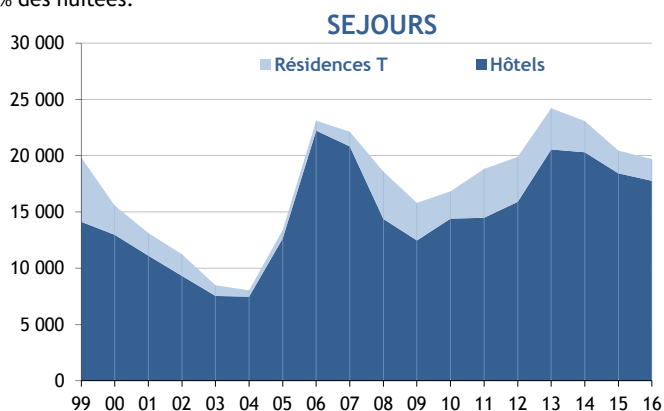
L'évolution du pouvoir d'achat des Tchèques en France (€ pour 1 Couronne) a été favorable jusqu'en 2011 et en baisse ensuite, d'environ 15%, jusqu'à fin 2014. La tendance est meilleure depuis, avec un rebond de 8% à fin 2017, mais sans retrouver les meilleurs niveaux antérieurs.

En Slovaquie, l'Euro a été introduit en 2009.

☹️ Points faibles

- un potentiel démographique limité
- une seule liaison directe en low cost (aucune sur la Slovaquie), correspondance aérienne nécessaire pour 6 visiteurs sur 10
- d'assez fortes fluctuations d'une année à l'autre (demande non stabilisée)
- forte proportion de séjours chez parents et amis (37% des séjours avion Loisirs)

Les séjours en hôtels et résidences ont fortement fluctué, avec des pointes en 99, 2006 et 2013, qui constitue un maximum absolu. Sur le long terme, la tendance est bien orientée. Au début des années 2000, un volume important de longs séjours était réalisé en hôtels de faible catégorie. En 2005-07, une seconde vague importante a surtout profité aux hôtels 2-3-4*. La demande en résidences, faible entre 2004 et 2007, s'est développée de nouveau ensuite. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 10% des séjours et 17% des nuitées.



PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Tchèques et Slovaques en réalisent actuellement 8% sur la Côte d'Azur. Cette part est assez bonne, mais elle a énormément fluctué, atteignant 30% en 2001 (marché neuf) mais seulement 4,3% en 2008.

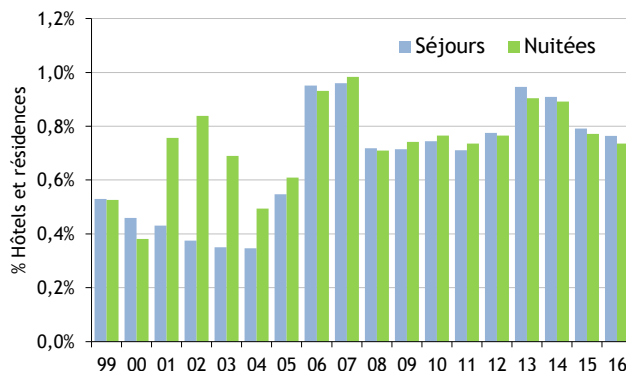
A fin 2012, la part était bien plus élevée en catégories 4-5* (17%), mais en forte chute. La part en 2-3* se maintenait mieux, et la part en 0-1* restait très faible, après un pic marqué en 2001-03.

Note : la part est calculée hors affectation des indéterminés

La part des Tchèques et Slovaques dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences était de l'ordre de 0,5% au début des années 2000, mais a fortement augmenté jusqu'en 2007, à près de 1%. Elle reste en dessous de ce seuil depuis, mais la tendance à long terme est bien orientée et à l'avenir ce marché pourrait compter un peu plus dans le tourisme étranger azuréen.

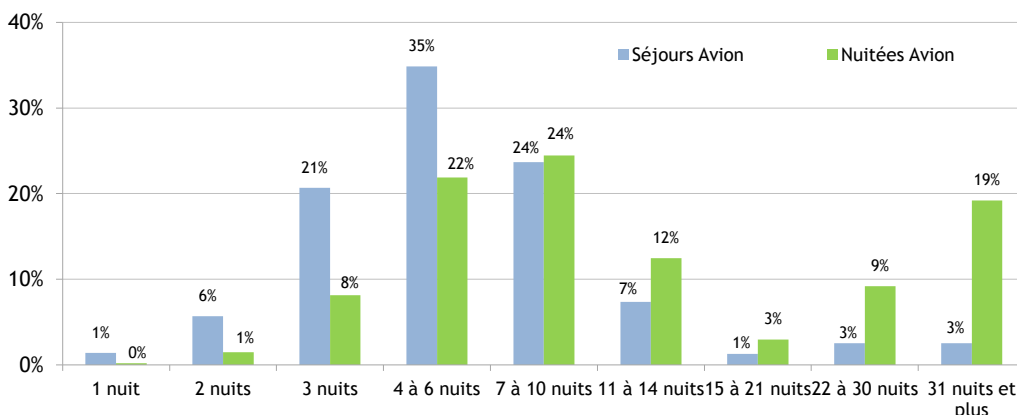
La part des nuitées était, notamment en 2001-03, nettement plus élevée que celle des séjours, en raison d'un grand nombre de très longs séjours en hôtels économiques, mais elle est à présent légèrement inférieure (normalisation de la durée de séjour).

CONTRIBUTION DES TCHEQUES-SLOVAQUES A LA FREQUENTATION ETRANGERE

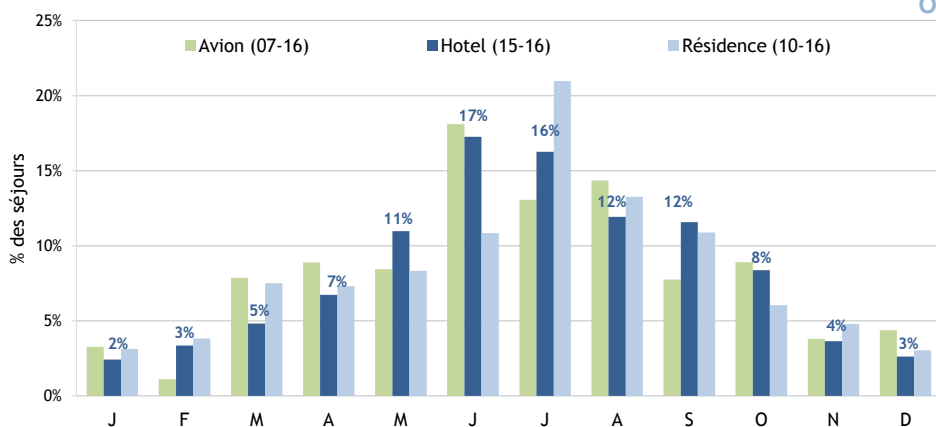


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours est moyenne en hébergements marchands sur la Côte d'Azur, et plus élevée en modes non marchands. Les séjours par avion durent 7,6 nuits en moyenne (8,5 pour le Loisirs et 5,8 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchand durent 10,5 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) représentent 28% du total. Dans l'hôtellerie, les séjours durent 2,3 nuits en moyenne, pour 4,4 nuits en résidences. Pour les séjours avion, le principal segment est de loin le 4-6 nuits, soit 35% des séjours. Les séjours de plus de 3 semaines sont rares mais génèrent près de 4 nuitées sur 10.



	Durée	Nuits
Avion 07-16	Hôtels	2,3
	Résidences	4,4
	Hôtels+Rés.	2,5
	Moyenne	7,6
	Loisirs	8,5
	Dont Hébergement marchand	7,0
	Dont Hébergement non-marchand	10,5
	Affaires	5,8
	Dont MICE	4,3
	Dont Autres affaires	6,9



Hotels + Résidences			
	15-16	SEJOURS	NUITEES
J		3,0%	3,1%
F		4,0%	3,7%
M		5,7%	5,4%
A		8,3%	7,9%
M		10,3%	9,6%
J		13,6%	12,7%
J		16,2%	18,2%
A		12,8%	14,5%
S		12,2%	11,9%
O		6,3%	6,0%
N		3,7%	3,3%
D		3,8%	3,5%

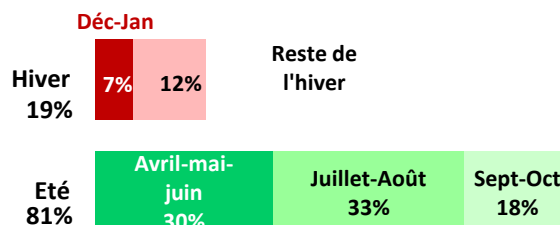
Les séjours tchèques-slovaques sont bien répartis entre Mars et Octobre, mais peu nombreux en hiver. Les visiteurs avion progressent fortement entre Janvier et Juin, en pointe, et sont nombreux jusqu'en Octobre. Les séjours en hôtels sont en pointe en Juin et les séjours en résidences en Juillet. La demande est très faible en Décembre-Janvier.

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.

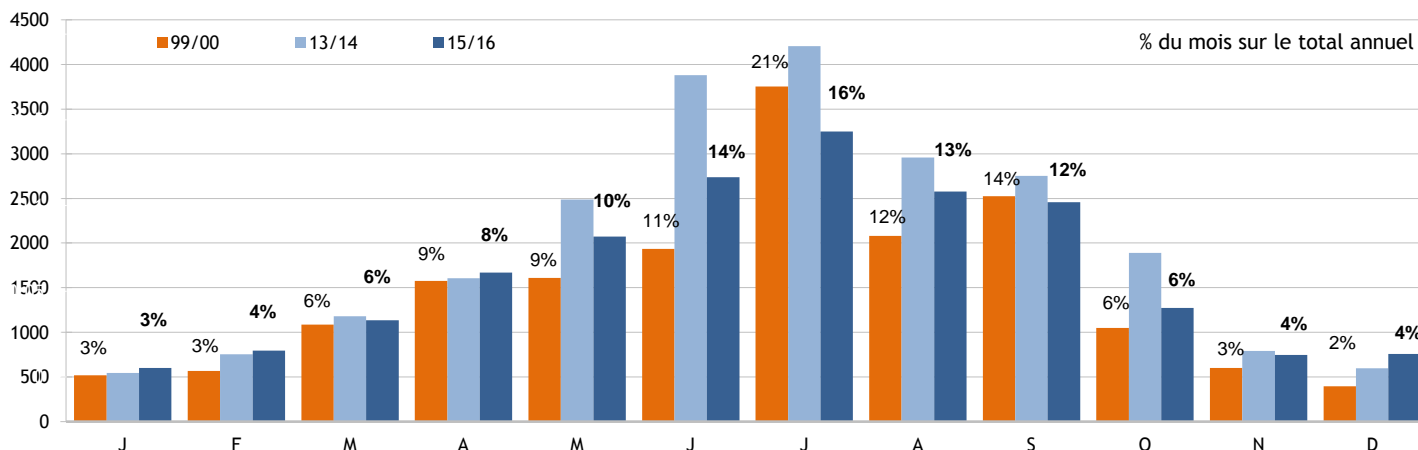
Les nuitées hébergements sont assez bien réparties entre Avril et Octobre, mais avec une pointe marquée en Juillet. La demande est soutenue en Juin et Septembre. L'hiver représente 19% des nuitées. La période de Juin à Septembre représente 57% du total annuel.

L'évolution des séjours hébergements depuis 1999 (en volume) montre une croissance de la demande tous les mois (mais très limitée en Janvier et Avril). Elle a surtout été forte en Juin (+100%), Octobre (+81%) et en Mai (+55%). Concernant la part de chaque mois, on note entre 99 et 2013/14 une croissance de la part des séjours réalisés en Mai, Juin, Août, Octobre et Décembre.

NUITEES 2015/16 - HOTELS ET RESIDENCES

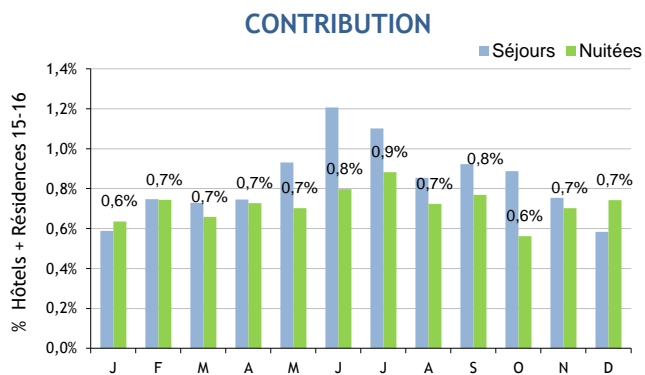


EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS

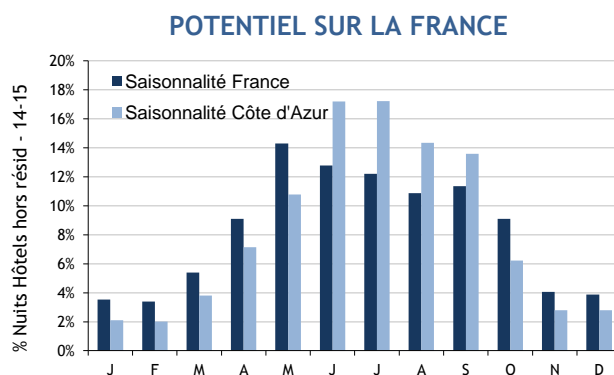


POTENTIEL MENSUEL

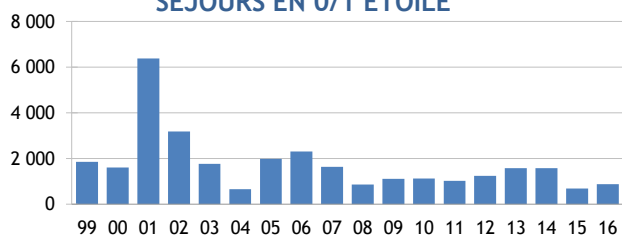
La part des Tchèques-Slovaques sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de moins de 0,6% en Octobre à 0,9% en Juillet. Ce marché représente un potentiel limité, mais un complément pour les mois de Novembre à Février peu fréquentés par les étrangers. La part de marché Côte d'Azur/France est faible en Janvier-Février (4,6%), et élevée entre Juin et Août à plus de 10%. Si on compare la distribution mensuelle des nuitées entre la France et la Côte d'Azur, on constate un potentiel élevé entre Octobre et Mai, avec une présence importante en France mais moindre sur la Côte d'Azur.



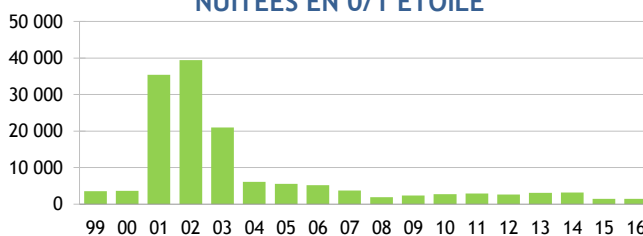
PDM 06/F	
J	4,6%
F	4,6%
M	5,5%
A	6,1%
M	5,8%
J	10,4%
J	10,9%
A	10,2%
S	9,3%
O	5,3%
N	5,3%
D	5,6%



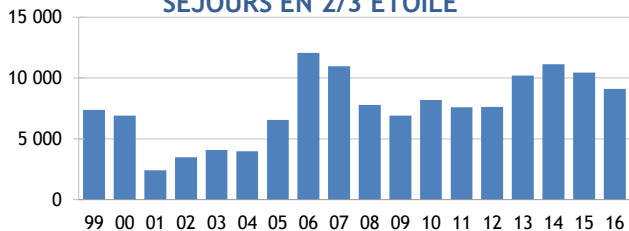
SEJOURS EN 0/1 ETOILE



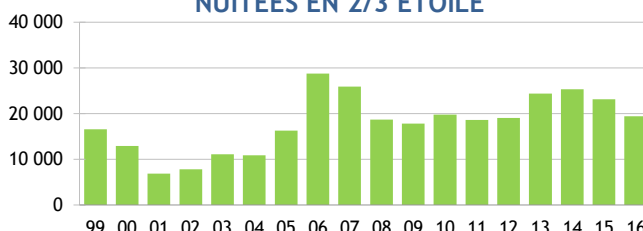
NUITEES EN 0/1 ETOILE



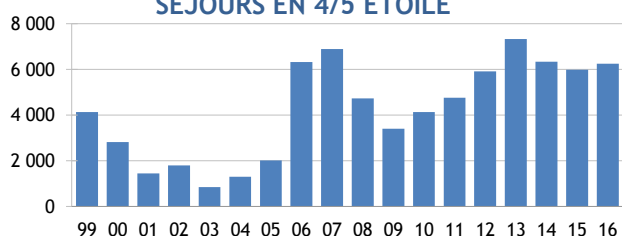
SEJOURS EN 2/3 ETOILE



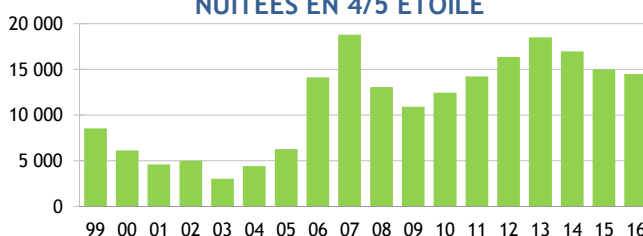
NUITEES EN 2/3 ETOILE



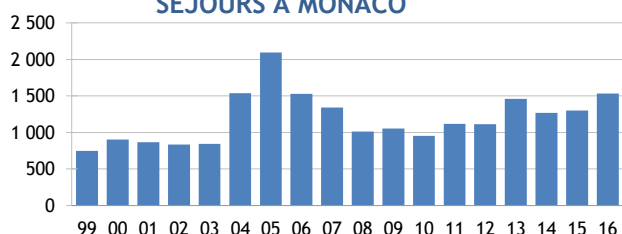
SEJOURS EN 4/5 ETOILE



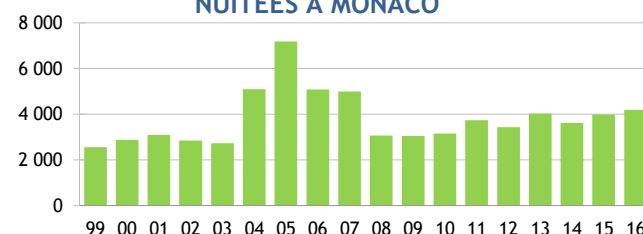
NUITEES EN 4/5 ETOILE



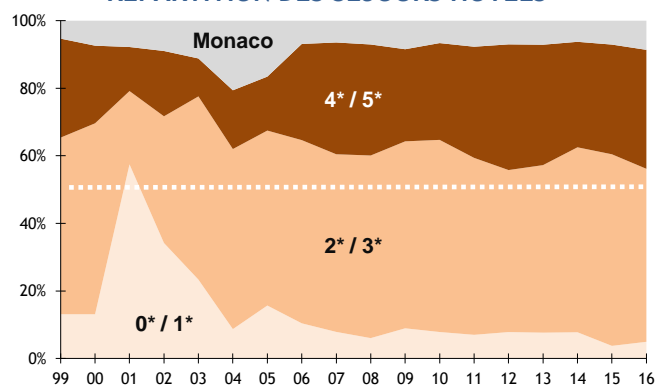
SEJOURS A MONACO



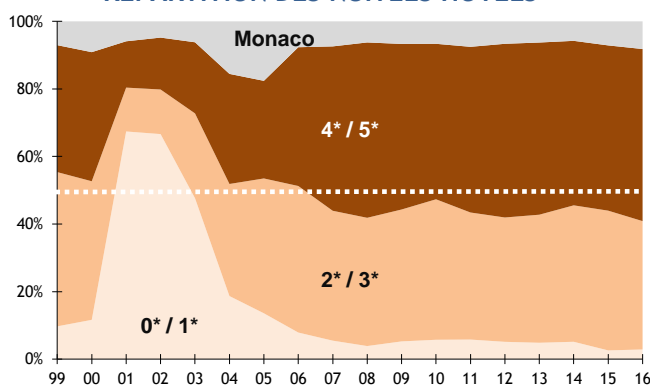
NUITEES A MONACO



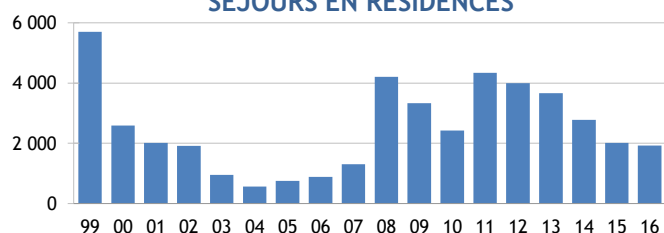
REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



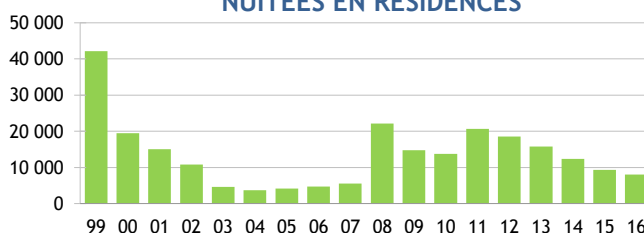
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



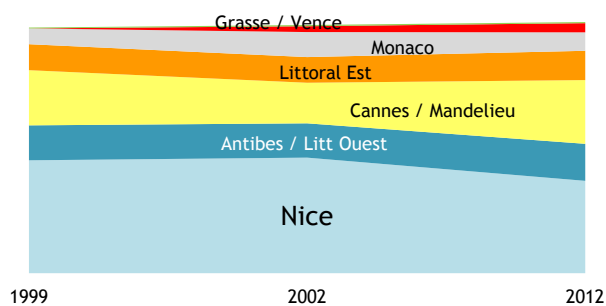
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



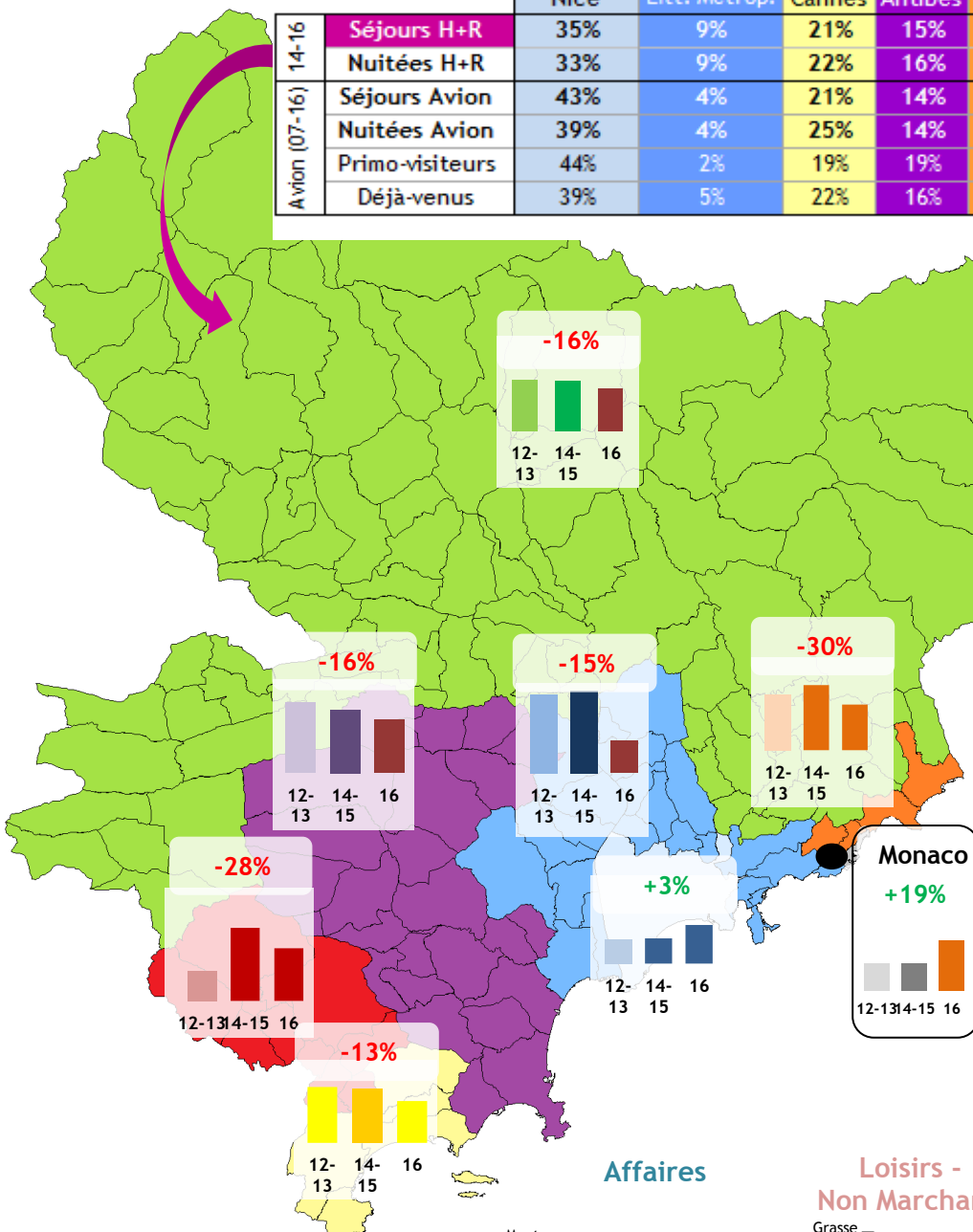
TENDANCES HOTELS 99-2012 - ANCIEN ZONAGE



Historiquement, les Tchèques et Slovaques étaient surtout hébergés à Nice, pour 47% des séjours hôtels. Cette part élevée avait toutefois baissé à 37% en 2012, au profit de Cannes-Mandelieu, qui bénéficiait de 25% des séjours hôtels.

Le Littoral Est avait gagné aussi 2 points à 12%. La part de Monaco était remontée à 10% en 2002, pour se réduire ensuite.

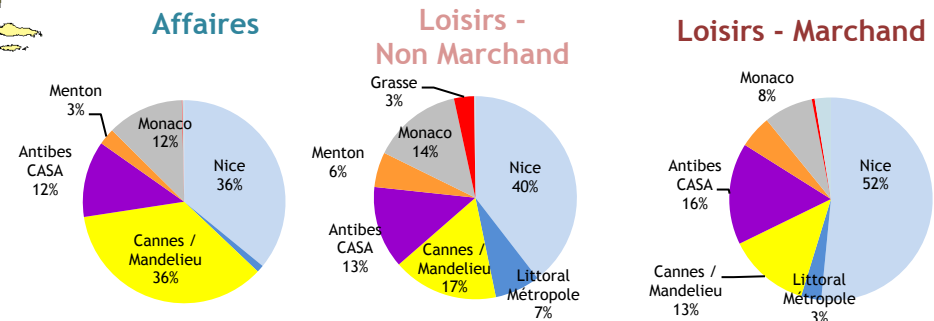
	Nice	Litt. Métrop.	Cannes	Antibes	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
14-16								
Séjours H+R	35%	9%	21%	15%	7%	6%	6%	1%
Nuitées H+R	33%	9%	22%	16%	8%	7%	4%	2%
Avion (07-16)								
Séjours Avion	43%	4%	21%	14%	4%	11%	1%	1%
Nuitées Avion	39%	4%	25%	14%	5%	10%	2%	2%
Primo-visiteurs	44%	2%	19%	19%	0%	9%	1%	6%
Déjà-venus	39%	5%	22%	16%	3%	13%	1%	0%

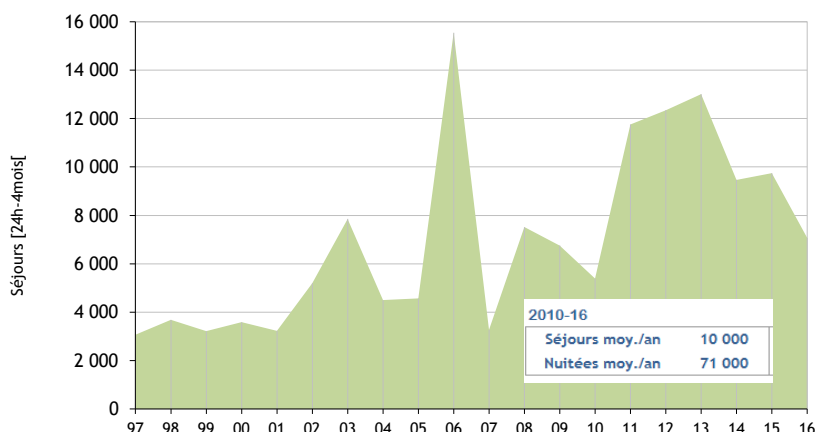


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2014-16 sont : Nice (35% des séjours hébergements et 43% des séjours avion), suivie de Cannes-Mandelieu (21%, mais un quart des nuitées avion) et d'Antibes-CASA (15% et 14%). 11% des séjours avion ont lieu à Monaco.

Le rôle moteur de Nice apparaît par le fait que 44% des primo-visiteurs choisissent cette zone, mais un sur 5 choisit Antibes-CASA et autant Cannes-Mandelieu. Nice accueille 52% des séjours Loisirs Marchand et 40% des non Marchand. En Loisirs Marchand, Antibes est la seconde zone choisie (16%). Cannes accueille 17% des séjours non Marchand. Pour le segment Affaires, Cannes en accueille 36%, autant que Nice.

En 2016 (voir carte), on note une forte chute sur la plupart des zones, notamment à Grasse et Menton, mais une forte croissance à Monaco et un léger gain à Nice.





Environ le quart des séjours tchèques ou slovaques sont réalisés par avion jusqu'à Nice Côte d'Azur, un taux encore inférieur à la moyenne, du fait d'un déficit de relations directes.

Marginal dans les années 90, le flux avion a fortement progressé depuis, soit autour de 8-10 000 séjours actuellement, après une pointe maximale de 16 000 séjours avion en 2006, presque atteinte de nouveau en 2013.

Les séjours par avion durent en moyenne 7,6 nuits, mais la durée en Loisirs non Marchand approche les 11 nuits. Les séjours Affaires durent 5,8 nuits. En Loisirs Marchand, le principal segment est le 4-6 nuits (37%) et les courts séjours représentent moins d'un quart du total. En non Marchand les segments 4-6 nuits et 7-10 nuits sont équilibrés. Pour l'Affaires c'est le segment 4-6 nuits qui domine (4 sur 10).

Le taux de satisfaction est très bon avec 82% de "très satisfaits" et 2% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs atteint 40%, un niveau élevé du fait du caractère relativement neuf de ce marché et d'une possible difficulté de fidélisation.

La dépense moyenne atteint 89€ par jour/pers. et la dépense par séjour 615€, un niveau moyen. Le segment "basse contribution" concerne 20% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 24%.

La clientèle est jeune, âgée de 35 ans en moyenne. Fait inhabituel, le principal segment âge en Loisirs est celui des 18-24 ans (23%).

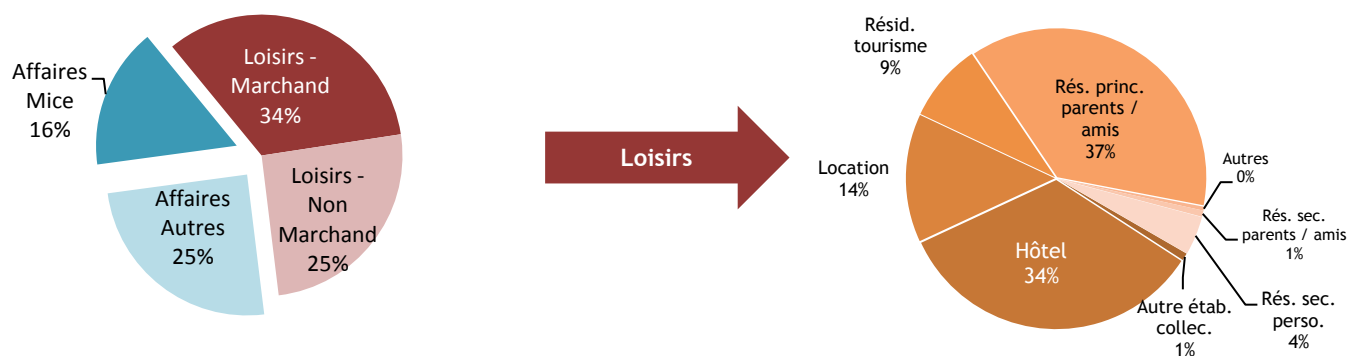
2007-16	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	7,6	7,0	10,5	5,8
Age moyen	35	34	34	37
Nb Personnes	1,7	2,0	1,4	1,6
Taux 1 ^{er} visite	40%	62%	20%	28%
Dépense/séjour	615 €	581 €	385 €	932 €
Dépense/jour	89 €	90 €	45 €	157 €
> 200€ / jour	24%	21%	5%	42%
De 30 à 200€ / jour	56%	67%	50%	50%
<30€ / jour	20%	12%	45%	8%
Satisfaction				
Très satisfaits	82%	89%	86%	72%
Satisfaits	15%	9%	11%	23%
Non entières. Satisf.	2%	2%	3%	5%

SEGMENTATION CIBLES

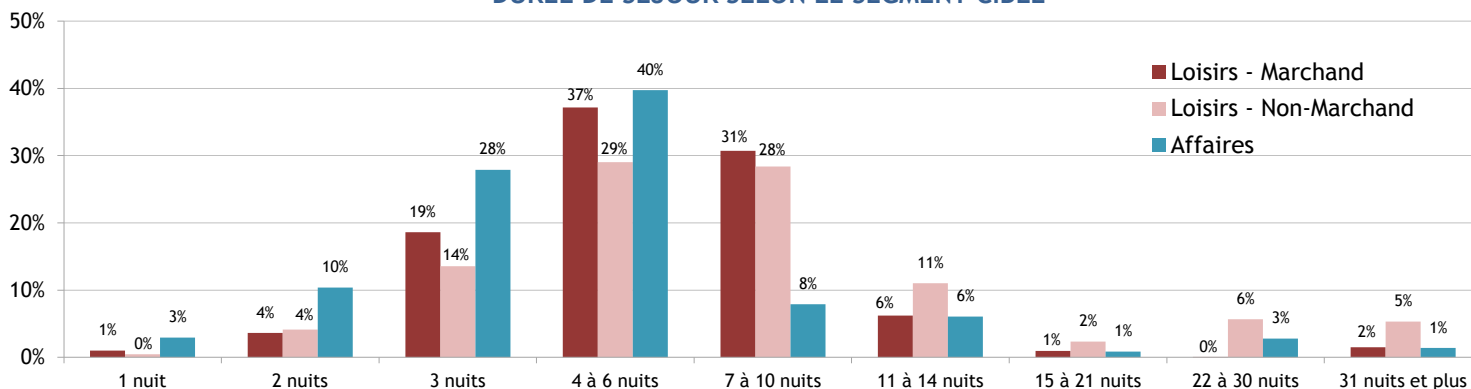
Le segment Loisirs Marchand regroupe 34% des séjours avion, devant le segment Loisirs non Marchand (25%). Le segment Affaires représente 41% des séjours avion, dont 16% en MICE.

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est la résidence de parents et amis, soit 37% des séjours Loisirs, devant l'hôtel (34%). La location bénéficie de 23% des séjours avion, mais la résidence secondaire de seulement 5%.

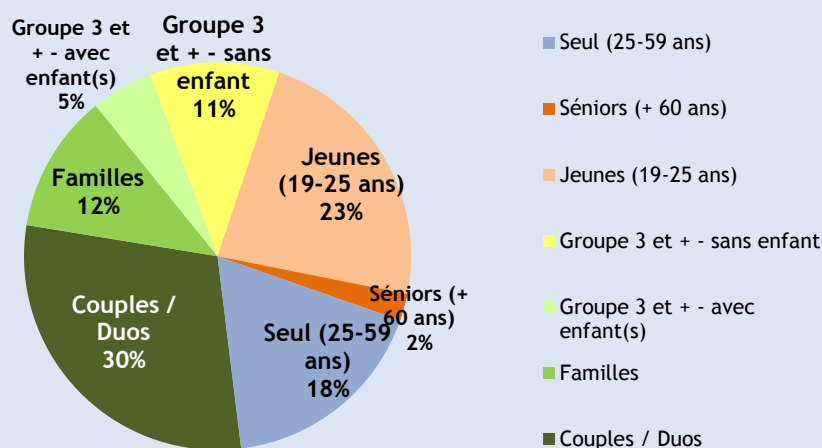
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



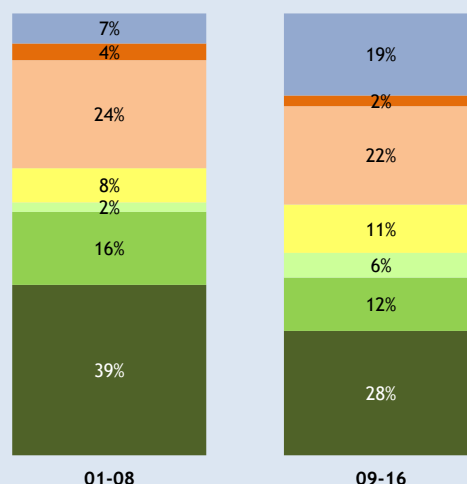
DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



TYOLOGIE LOISIRS AVION



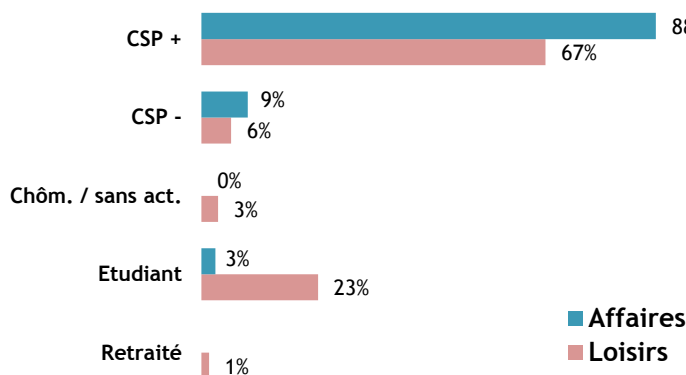
Moyenne 2007-2016



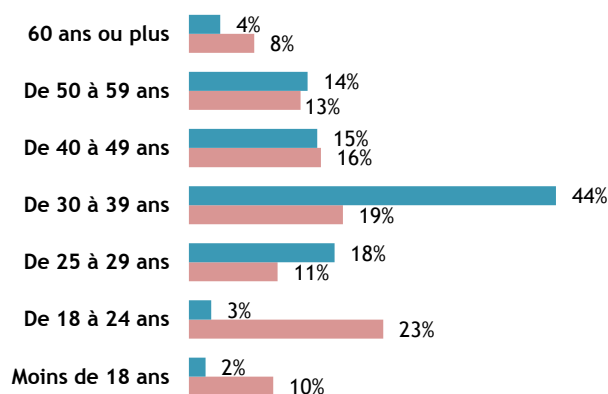
Les Tchèques et Slovaques à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 30% des cas. 18% sont des adultes voyageant seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et 11% voyagent à 3 adultes ou plus, sans enfant (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Familles représente 17% (incluant 1,4 enfant en moyenne), mais le segment Jeunes est important avec 23% des séjours avion. Le segment Séniors se limite à 2%.

Sur les 15 dernières années, l'évolution est favorable au segment des voyageurs Seuls, dont la part a quasiment triplé. La part des Familles et des Jeunes est stable mais celle des Couples a baissé.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



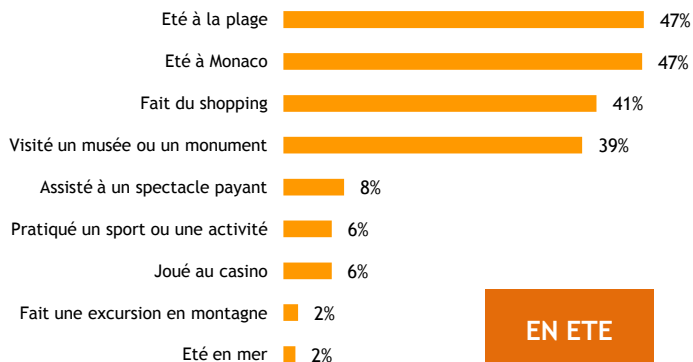
SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



SEGMENT LOISIRS

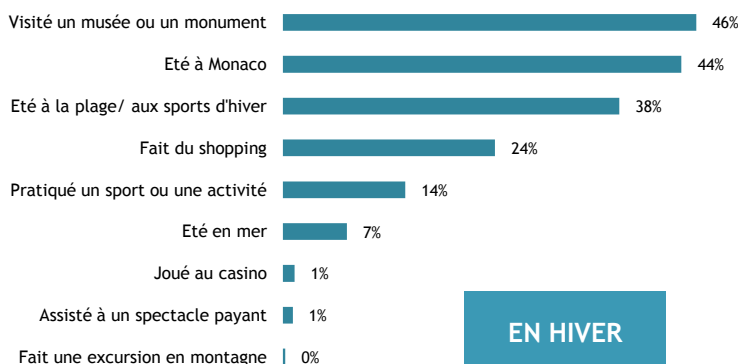
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la plage (47%), à égalité avec la visite de musée-monument et devant le shopping (41%). En hiver, la visite de musée-monument est en tête (46%), devant la visite à Monaco (44%) puis la plage/sports d'hiver (38%). Sur l'année entière 8% pratiquent un sport ou une activité.

ACTIVITES DECLAREES



EN ETE

ACTIVITES DECLAREES



EN HIVER