

Le Marché Hongrois

La Hongrie constitue le 4^{ème} principal marché d'Europe de l'Est hors Russie. Son potentiel démographique est réduit et sa population tend à diminuer. Mais la croissance économique forte de la décennie 2000 a fait croître le volume d'émission, et la tendance devrait se poursuivre.

Il est à noter que la demande hongroise existait déjà, dans une certaine mesure, avant l'ouverture des marchés Est-Européens.

La Côte d'Azur

Le marché Hongrie fait partie du marché Europe de l'Est hors Russie, qui figure au 6^{ème} rang. Parmi les 53 sous-marchés pays, la Hongrie occupe le 31^{ème} rang. Sa contribution à la fréquentation étrangère se limite à moins de 1%.

La Côte d'Azur accueille près de 15% des nuitées hôtels en France. La part de marché est élevée mais en baisse jusqu'en 2009, et en nette hausse depuis.

Chiffres clés

- 40 000 séjours de 8 nuits en moyenne, dont :
- 18 000 séjours en hôtels et résidences
- 4 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 50 résidences secondaires

Dépense : 53€/jour, 522€/séjour

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 54%, juillet-août = 28%, hiver = 22%. Pointe en juillet (15%)

Visiteurs avion (2012-16) : 38% repartent sur un vol vers Budapest (ouvert en cours de période), 26% vers Vienne, 8% vers Paris, 5% vers Zurich, 4% vers Munich

Ce marché inclut uniquement la Hongrie, soit une population de 9,8 millions d'habitants, contre 10,4 en 1990 (âge moyen : 39 ans).

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2016 : +4,8%/an
très forte progression entre 2000 et 2008 (x3) puis érosion

Dépenses à l'étranger

NC (moins de 3 milliards €)

Nombre de jours de congés payés

23+10 jours fériés = 33

Visa nécessaire pour la France : NON (espace Schengen)

Particularités du calendrier : fête nationale le 15 mars, St Etienne le 20 août, proclamation République le 23 octobre

C'est un marché...

- relativement "neuf" (40% de primo-visiteurs, plus d'un sur deux en Loisirs Marchand)
- de loisirs et d'affaires (1/3 des séjours avion)
- mal desservi en direct par les compagnies low cost
- de couples, de jeunes ou de voyageurs non accompagnés (âge moyen des visiteurs Loisirs Marchand : 35 ans)
- pour toutes les catégories d'hôtels et les résidences
- attiré par Monaco (55% de taux de visite) et les casinos



Pouvoir d'achat du Forint Hongrois en France



L'évolution du pouvoir d'achat des Hongrois en France (€ pour 1 Forint) est défavorable depuis la pointe de 2008, soit environ -20%.

Toutefois, le cours apparaît stabilisé sur les 4 dernières années.



Points forts

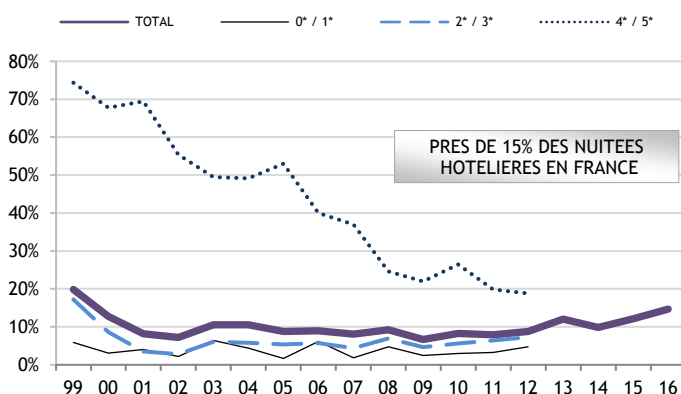
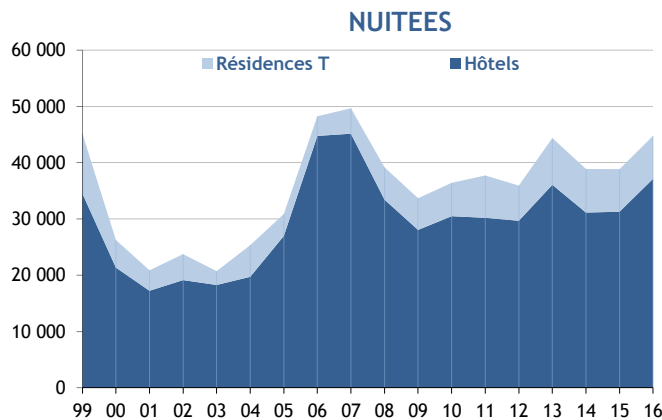
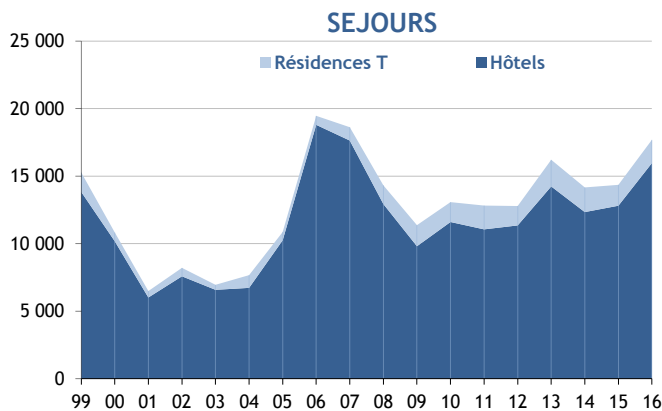
- une part de marché Côte d'Azur / France élevée et en hausse (près de 15%)
- une contribution intéressante à la fréquentation de Février et Novembre (près de 1% des nuitées étrangères) et 22% des séjours réalisés en hiver ; potentiel sur Janvier
- en progression sensible et qui devrait se poursuivre
- une clientèle jeune (35 ans d'âge moyen en Loisirs Marchand) et active



Points faibles

- un potentiel démographique limité et en baisse
- faiblesse de l'offre aérienne directe
- segment non marchand encore majoritaire
- pouvoir d'achat encore faible et dépense/jour limitée (segment haute contribution limité à 8% des séjours)
- durée de séjour plutôt courte

La tendance est bonne. Les séjours en hôtels et résidences avaient fortement progressé entre 2001 et 2006, puis rechuté brutalement ensuite avant de retrouver une croissance assez régulière. Le niveau record de 2006 n'a toutefois pas encore été rejoint. La demande en résidences progresse sensiblement sur la dernière décennie. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 10% des séjours et 18% des nuitées, une part assez élevée.



PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Hongrois en réalisent actuellement 14,7% sur la Côte d'Azur. Cette part est élevée, mais elle avait chuté à seulement 6,7% en 2009, pour rebondir fortement depuis. Elle a donc plus que doublé entre 2009 et 2016.

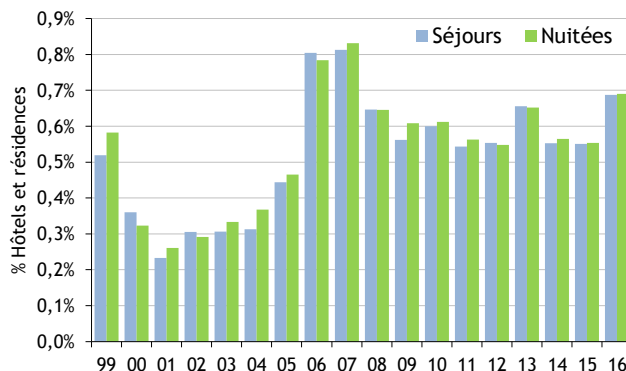
A fin 2012, la part était bien plus élevée en catégories 4-5* (19%), malgré une forte chute depuis 2005 (ce niveau était toutefois exceptionnel). La part en 2-3* se maintenait mieux, et la part en 0-1* fluctuait autour de 4%.

Note : la part est calculée hors affectation des indéterminés

La part des Hongrois dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences était infime au début des années 2000, mais elle a fortement augmenté jusqu'en 2007, à près de 1%. Elle reste en dessous de ce seuil depuis, mais avec un rebond depuis 2013. La tendance globale à long terme est bonne et ce marché pourrait compter un peu plus dans le tourisme étranger azuréen.

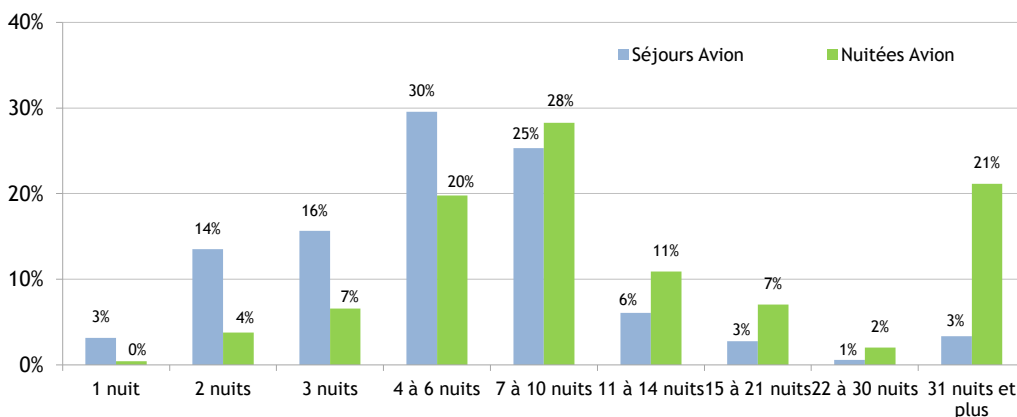
La part des nuitées est, certaines années, un peu plus élevée que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour légèrement supérieure à la moyenne, mais qui tend à se normaliser.

CONTRIBUTION DES HONGROIS A LA FREQUENTATION ETRANGERE

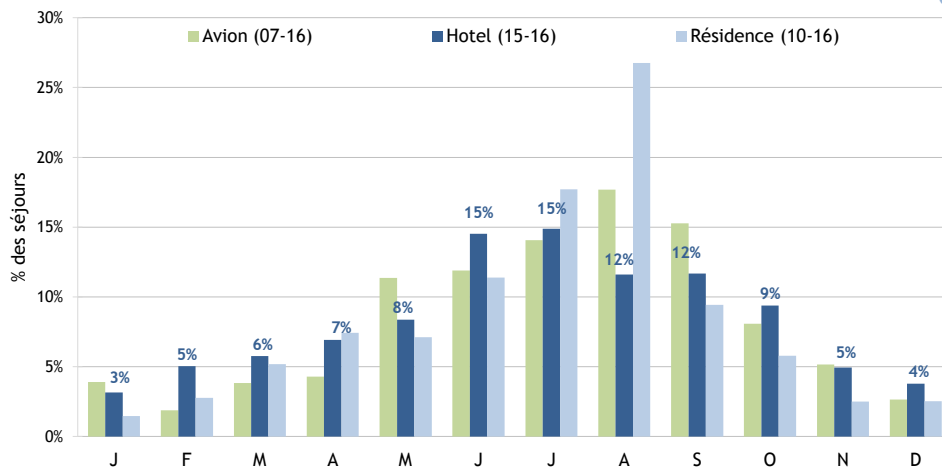


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours est assez courte sur la Côte d'Azur. Les séjours par avion durent moins de 7 nuits en moyenne (7,4 pour le Loisirs et 5,6 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchand durent aussi 7,4 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) représentent un tiers du total. Dans l'hôtellerie, les séjours durent 2,4 nuits en moyenne, pour 4,7 nuits en résidences. Pour les séjours avion, le principal segment est de loin le 4-6 nuits, soit 30% des séjours. Les séjours de plus de 2 semaines sont rares mais génèrent 3 nuitées sur 10.



	Durée	Nuits
Avion 12-16	Hôtels	2,4
	Résidences	4,7
	Hôtels+Rés.	2,6
	Moyenne	7,1
	Loisirs	7,4
	Dont Hébergement marchand	7,4
	Dont Hébergement non-marchand	7,4
	Affaires	5,6
	Dont MICE	3,6
	Dont Autres affaires	8,5



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

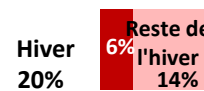
Les séjours hongrois montent régulièrement en puissance entre Janvier et Juillet, voire Août pour les séjours résidences. Les séjours en hôtels sont en pointe en Juillet et les séjours avion en Août.

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 se concentrent entre Avril et Octobre, avec une pointe en Juillet. L'hiver représente 20% des nuitées. La période de Juin à Septembre représente 57% du total annuel.

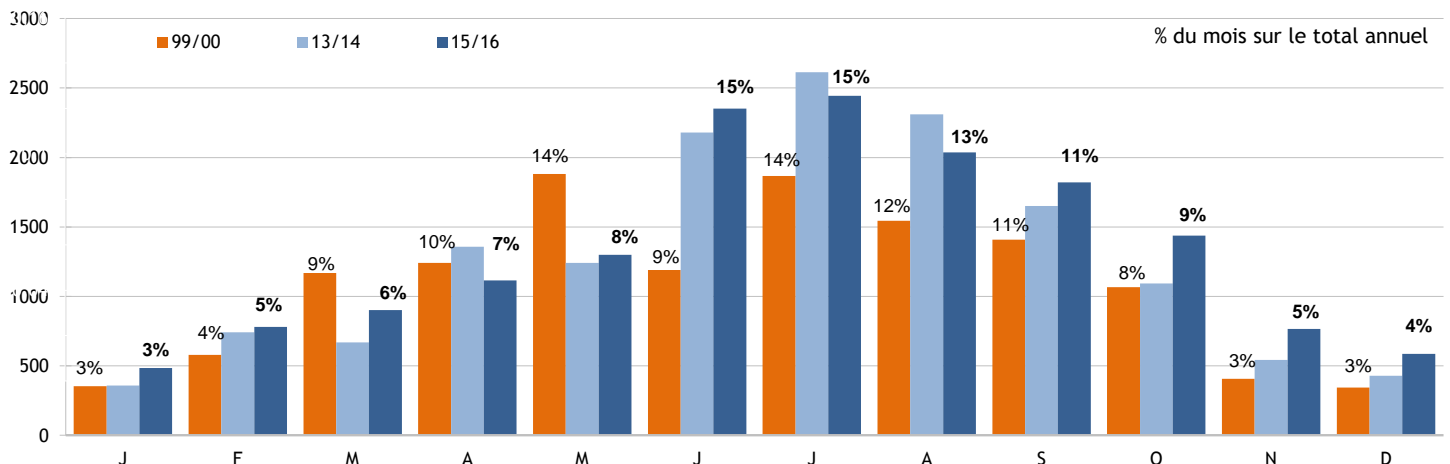
NUITEES 2015/16 - HOTELS ET RESIDENCES

Déc-Jan



L'évolution des séjours hébergements depuis 1999 (en volume) montre une croissance de la demande tous les mois sauf en Mars-Avril-Mai. Elle a surtout été forte en Juin et Novembre (x2), et en Décembre (+70%). Concernant la part de chaque mois, on note entre 99 et 2015/16 une croissance de la part des séjours réalisés en Février, Juin, Juillet, Août, Octobre, Novembre et Décembre, au détriment surtout de Mai.

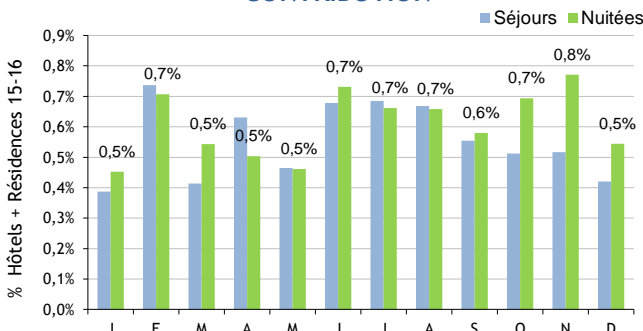
EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



POTENTIEL MENSUEL

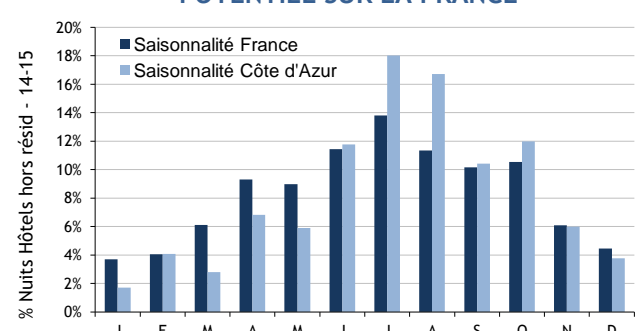
La part des Hongrois sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 0,5% en Décembre-Janvier à 0,8% en Novembre. Ce marché représente un potentiel limité toute l'année, mais un complément pour certains mois d'hiver. La part de marché Côte d'Azur/France est faible en Janvier (5,1%), mais monte à 16% en Août. Si on compare la distribution mensuelle des nuitées entre la France et la Côte d'Azur, on constate un potentiel élevé en Janvier et de Mars à Mai, avec une présence importante en France mais moindre sur la Côte d'Azur.

CONTRIBUTION

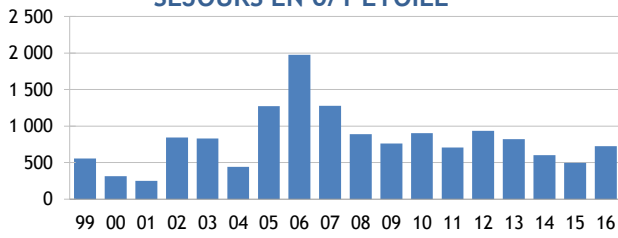


PDM 06/F	
J	5,1%
F	11,1%
M	5,1%
A	8,1%
M	7,2%
J	11,3%
J	14,4%
A	16,2%
S	11,3%
O	12,5%
N	10,8%
D	9,3%

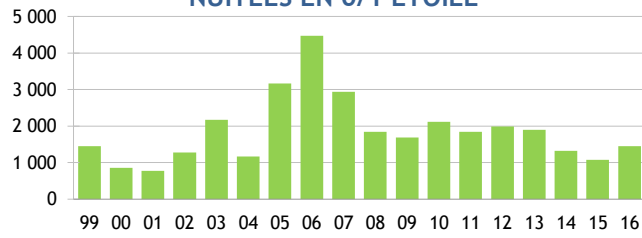
POTENTIEL SUR LA FRANCE



SEJOURS EN 0/1 ETOILE



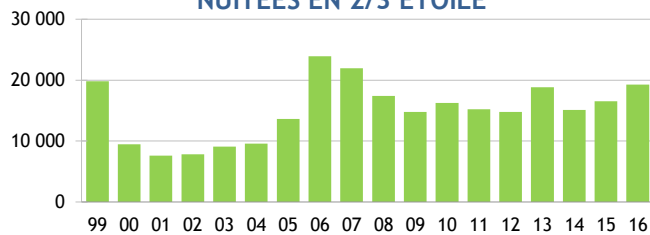
NUITÉES EN 0/1 ETOILE



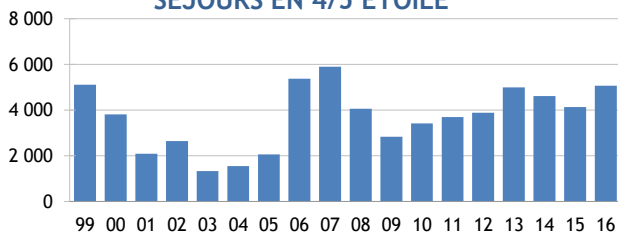
SEJOURS EN 2/3 ETOILE



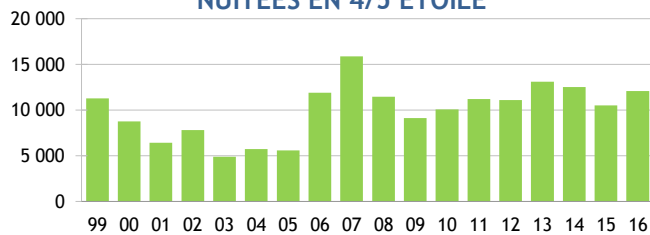
NUITÉES EN 2/3 ETOILE



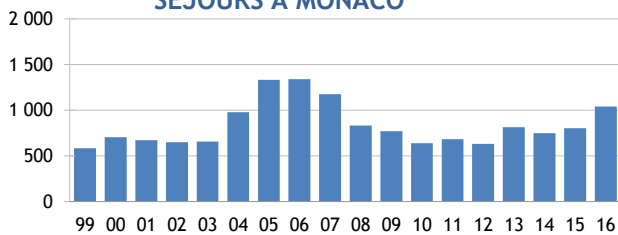
SEJOURS EN 4/5 ETOILE



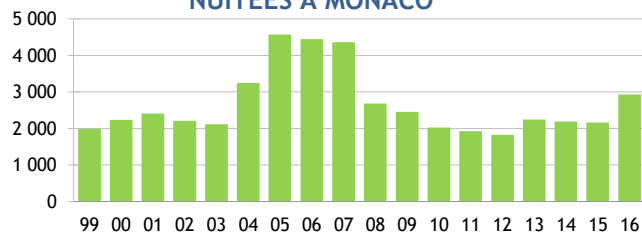
NUITÉES EN 4/5 ETOILE



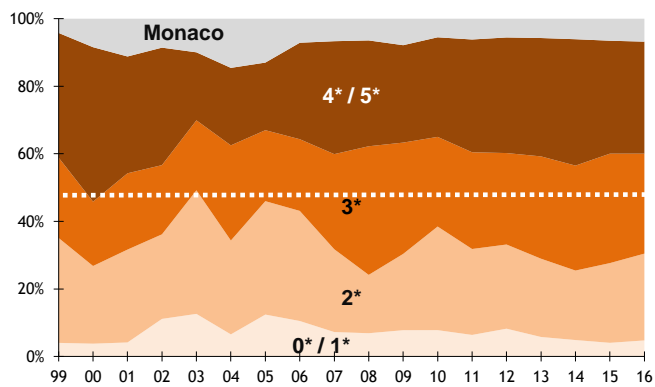
SEJOURS A MONACO



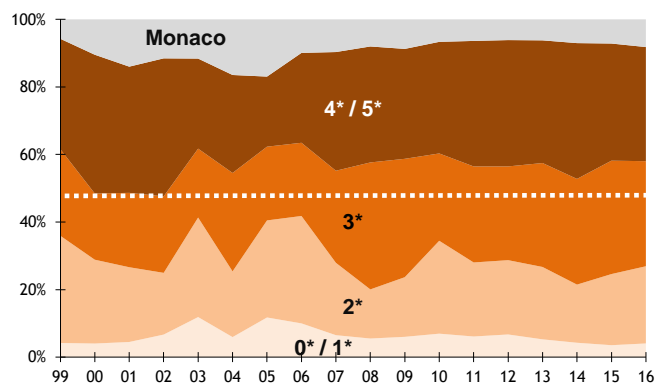
NUITÉES A MONACO



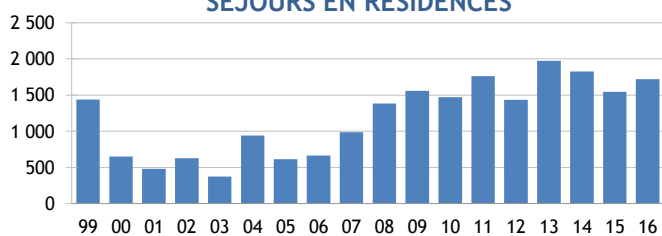
REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



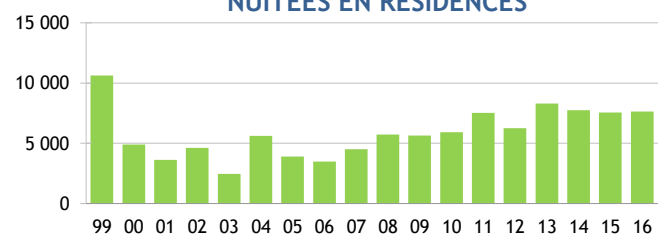
REPARTITION DES NUITÉES HOTELS



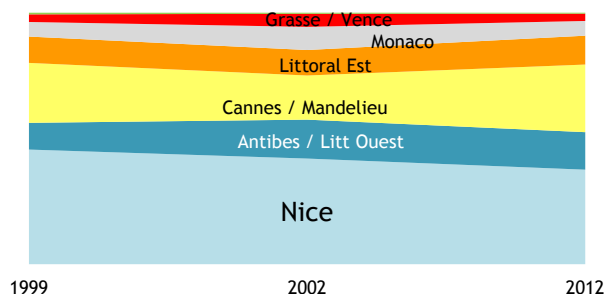
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITÉES EN RESIDENCES



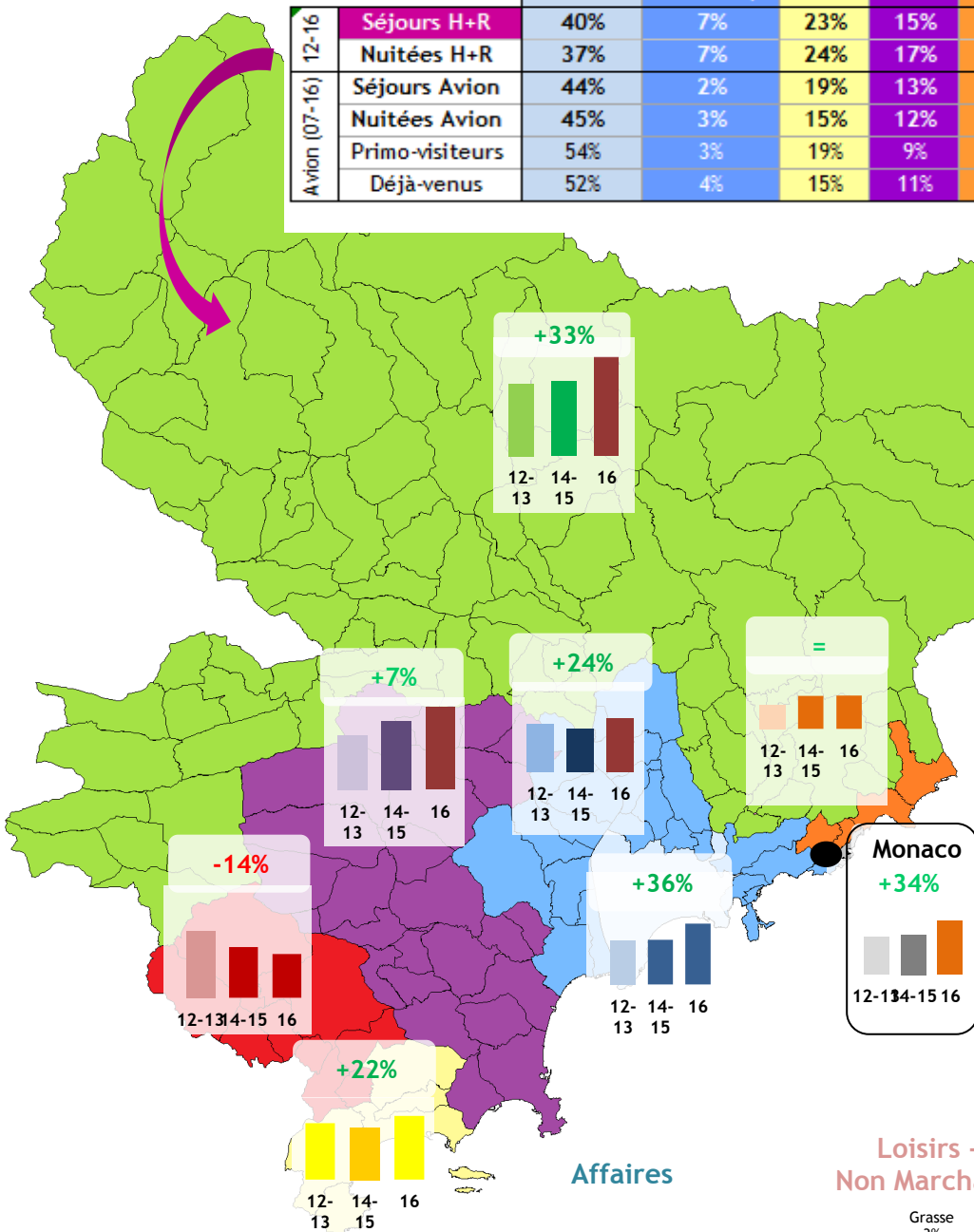
TENDANCES HOTELS 99-2012 - ANCIEN ZONAGE



Historiquement, les Hongrois étaient surtout hébergés à Nice, pour 46% des séjours hôtels. Cette part élevée a baissé à 38% en 2012, au profit de Cannes-Mandelieu (+ 3 points à 27%), et Antibes-Littoral Ouest (+ 4 points à 15%).

La fréquentation en montagne est restée proche de 0 sur cette période. La part de Monaco a progressé jusqu'en 2002 puis baissé ensuite (- 3 points à 6%).

		Nice	Litt Métrop.	Cannes	Antibes	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
12-16	Séjours H+R	40%	7%	23%	15%	6%	6%	1%	1%
	Nuitées H+R	37%	7%	24%	17%	7%	6%	1%	1%
Avion (07-16)	Séjours Avion	44%	2%	19%	13%	13%	8%	1%	0%
	Nuitées Avion	45%	3%	15%	12%	14%	10%	1%	0%
	Primo-visiteurs	54%	3%	19%	9%	8%	4%	1%	2%
	Déjà-venus	52%	4%	15%	11%	8%	8%	1%	0%

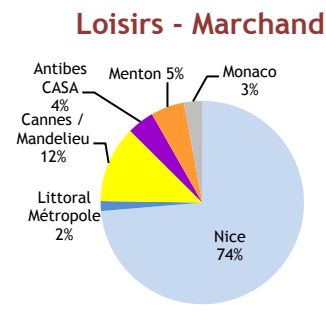
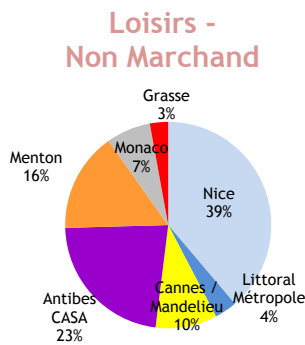
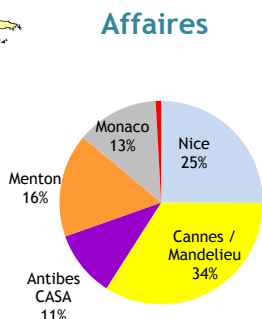


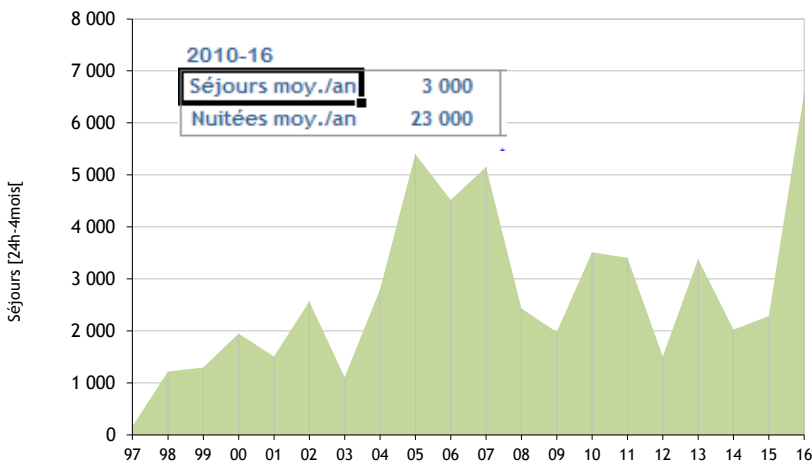
Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2012-16 sont : Nice (40% des séjours hébergements et 44% des séjours avion), suivie de Cannes-Mandelieu (23% et 19%) et d'Antibes-CASA (15% et 13%). 13% des séjours avion ont lieu à Menton et 8% à Monaco.

Le rôle moteur de Nice apparaît par le fait que 54% des primo-visiteurs choisissent cette zone, mais un sur 5 choisit Cannes-Mandelieu. Nice accueille 74% des séjours Loisirs Marchand et 39% des non Marchand. En Loisirs Marchand, Cannes est la seconde zone choisie (12%). 23% des séjours Loisirs non Marchand sont hébergés à Antibes et 16% à Menton.

Pour le segment Affaires, Cannes en accueille 34% et Nice 25%.

En 2016 (voir carte), par rapport à 2014-15, on note une forte progression des séjours hébergements sur toutes les zones, sauf à Menton (stabilité) et sur le Pays de Grasse (-14%). La hausse est particulièrement forte à Nice, à Monaco et en Montagne.





Seul un séjour hongrois sur 10 est réalisé par avion jusqu'à Nice Côte d'Azur. L'offre aérienne directe reste limitée, ce qui nuit au développement de ce segment. La tendance est cependant à la hausse, malgré d'assez fortes variations d'une année à l'autre (en partie due à la faiblesse de l'échantillon).

Une pointe marquée avait été enregistrée en 2005, et 2016 marque un nouveau maximum à plus de 6000 séjours avion.

Les séjours par avion durent en moyenne 7,1 nuits, et 7,4 nuits en Loisirs Marchand. Les séjours Affaires durent 5,6 nuits. Pour la demande Loisirs Marchand, le segment durée dominant est le 7-10 nuits (plus de 4 séjours sur 10, et 3 sur 10 pour le Loisirs non Marchand), et pour l'Affaires il s'agit du 4-6 nuit (1 séjour sur 2).

Le taux de satisfaction est bon avec 86% de "très satisfaits" et seulement 1% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs atteint 39%, un niveau plutôt élevé.

La dépense moyenne atteint 65€ par jour/pers. et 561€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne 27% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 8%.

La clientèle est jeune, âgée de 38 ans en moyenne, voire 35 ans en Loisirs Marchand. Le principal segment âge en Loisirs est celui des 30-39 ans (27%).

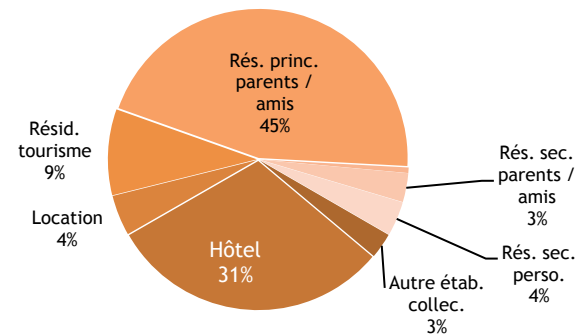
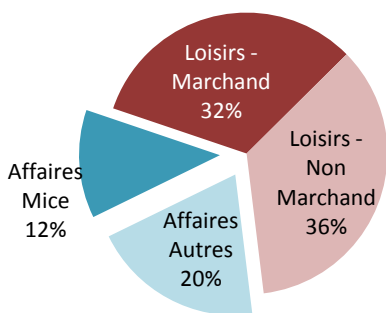
2007-16	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	7,1	7,4	7,4	5,6
Age moyen	38	35	38	42
Nb Personnes	1,3	1,6	1,3	1,2
Taux 1 ^{er} visite	39%	54%	21%	35%
Dépense/séjour	522 €	630 €	444 €	517 €
Dépense/jour	53 €	59 €	41 €	69 €
> 200€ / jour	8%	11%	0%	14%
De 30 à 200€ / jour	65%	85%	62%	50%
<30€ / jour	27%	4%	38%	36%
Satisfaction				
Très satisfaits	86%	81%	92%	85%
Satisfaits	12%	16%	8%	14%
Non entier. Satisf.	1%	3%	0%	1%

SEGMENTATION CIBLES

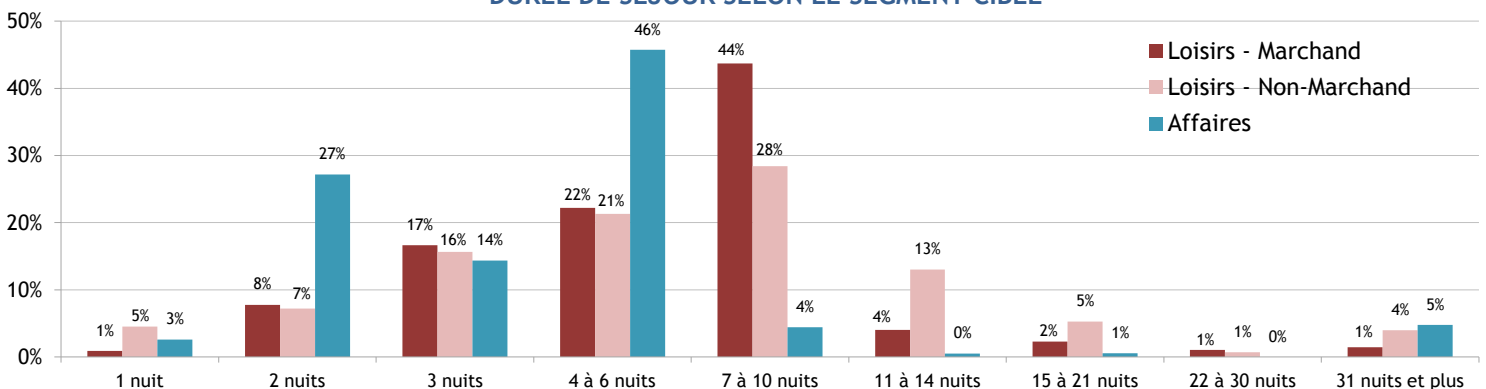
Le segment Loisirs Marchand regroupe 32% des séjours avion, derrière le segment Loisirs non Marchand (36%). Le segment Affaires représente 32% des séjours avion, dont 12% en MICE.

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin la résidence de parents et amis, soit 45% des séjours Loisirs, devant l'hôtel (31%). La location bénéficie de 13% des séjours avion, et la résidence secondaire de seulement 7%.

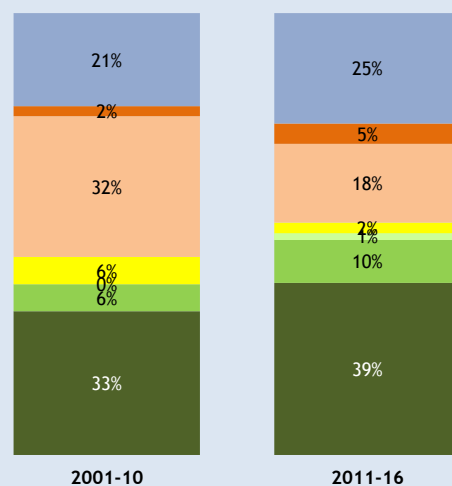
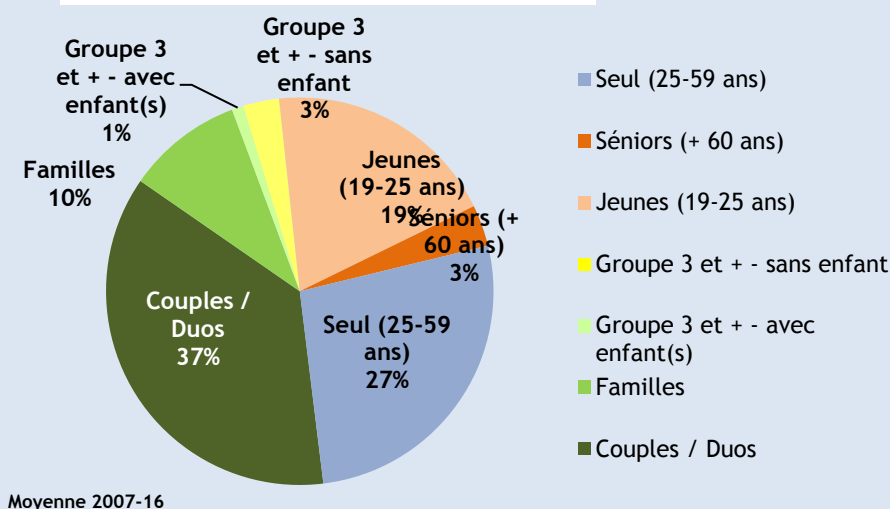
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



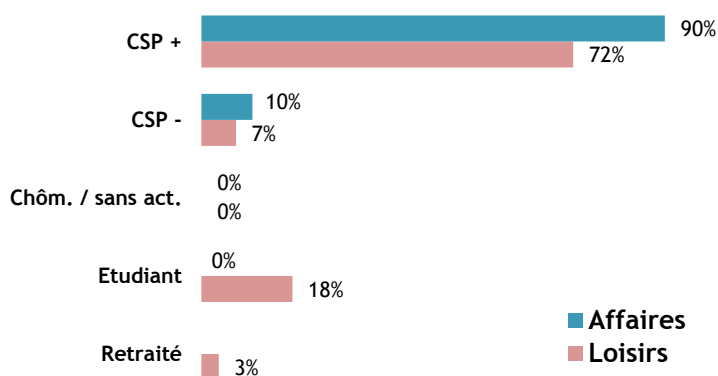
TYOLOGIE LOISIRS AVION



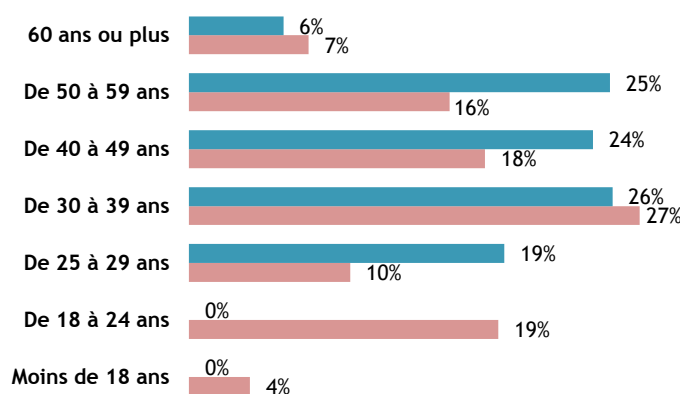
Les Hongrois à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 37% du total. un nombre important, soit 27%, sont des adultes voyageant seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place), et 3% voyagent à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Familles représente 11% (incluant 1,7 enfant en moyenne), mais le segment Jeunes est important avec 19% du total. Le segment Seniors se limite à 3%.

Sur les 15 dernières années, l'évolution est favorable au segment Couples/Duos et à celui des voyageurs seuls. La part des Jeunes a au contraire fortement reculé. Celle des Familles a progressé.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



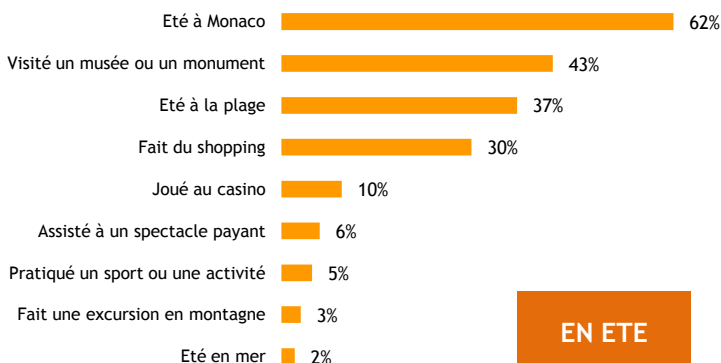
SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



SEGMENT LOISIRS

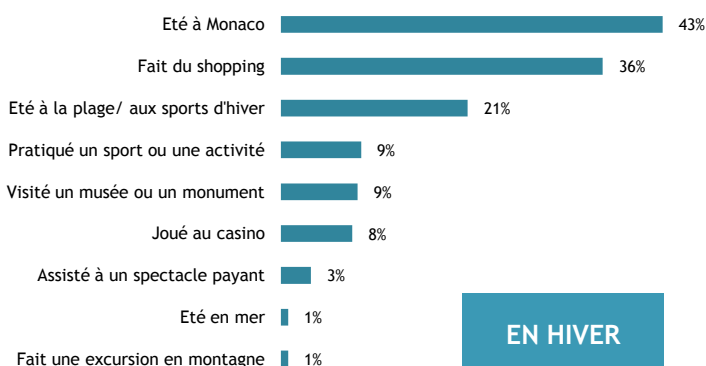
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la visite de Monaco (62%), la visite de musée-monument (43%) et la plage (37%). En hiver, la visite de Monaco est également en tête (43%), devant le shopping (36%) et la plage ou les sports d'hiver (21%). Sur l'année entière près d'un sur 10 joue au casino et 6% pratiquent un sport ou une activité durant leur séjour.

ACTIVITES DECLAREES



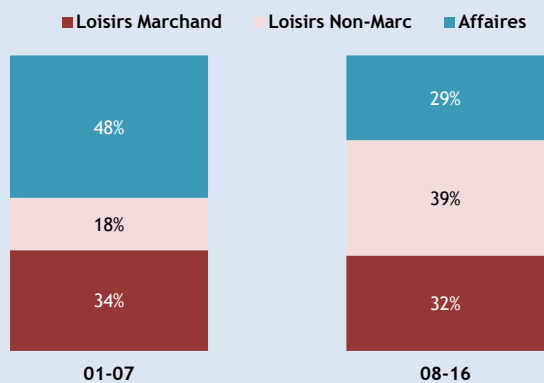
EN ETE

ACTIVITES DECLAREES

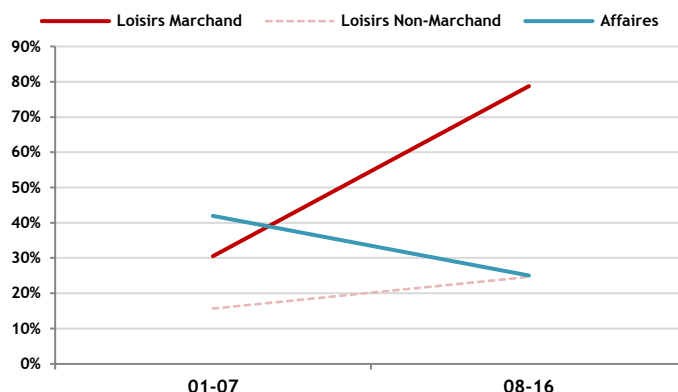


EN HIVER

SEGMENTATION CIBLES



TAUX DE PRIMO-VISITEURS



Tendances Visiteurs avion Loisirs

SEGMENTATION CIBLES

Progression de la part du Loisirs non Marchand, devenu majoritaire, au détriment du motif Affaires (qui tirait la demande)

TAUX DE PRIMO VISITEURS

En très forte progression depuis 2001 pour le Loisirs Marchand, hausse moins marquée en Loisirs non Marchand et baisse du taux pour l'Affaires

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Forte chute de la durée moyenne. Hausse de la part des courts séjours et des 7-10 nuits au détriment des 4-6 nuits. La part des longs séjours est en baisse.

ZONES DE SEJOUR

Nice reste largement en tête et progresse. Antibes est stable mais les autres zones chutent.

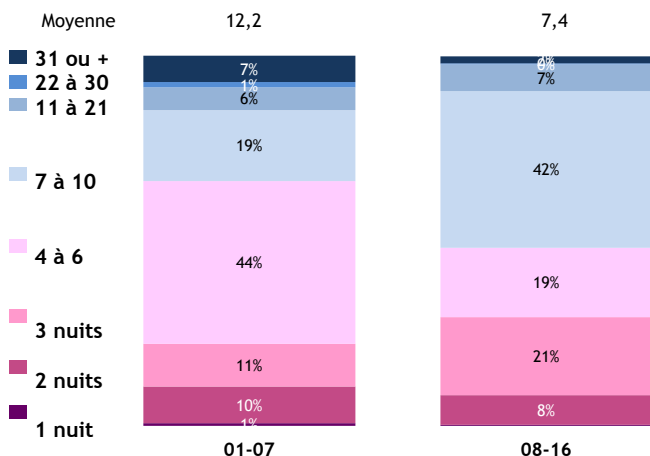
MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel, autrefois majoritaire, a chuté, passant derrière la résidence de parents et amis. Les séjours en location sont stables et la part de la résidence secondaire augmente.

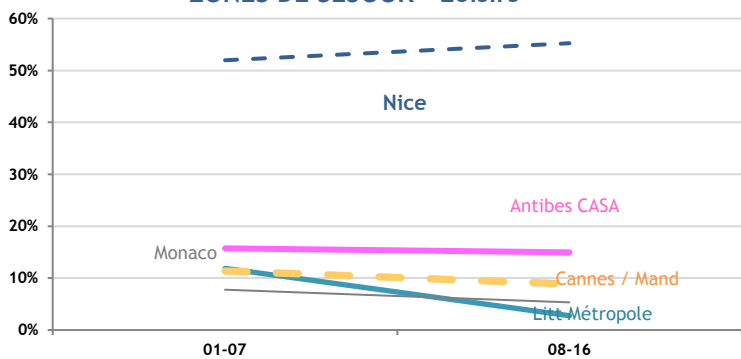
AGE/CSP

Age moyen en hausse. Baisse des -40 ans au profit des 40-59 ans. Hausse de la part des CSP+ au détriment des étudiants.

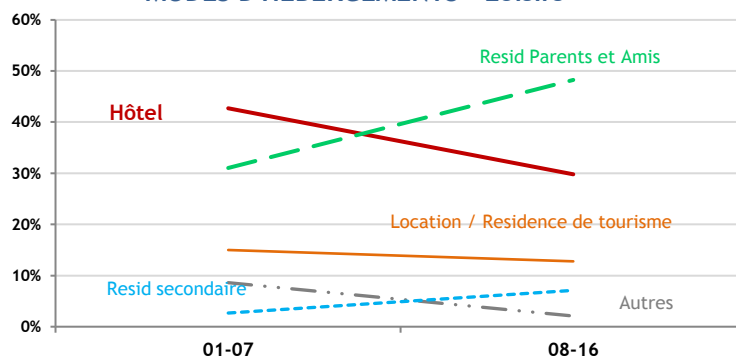
DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



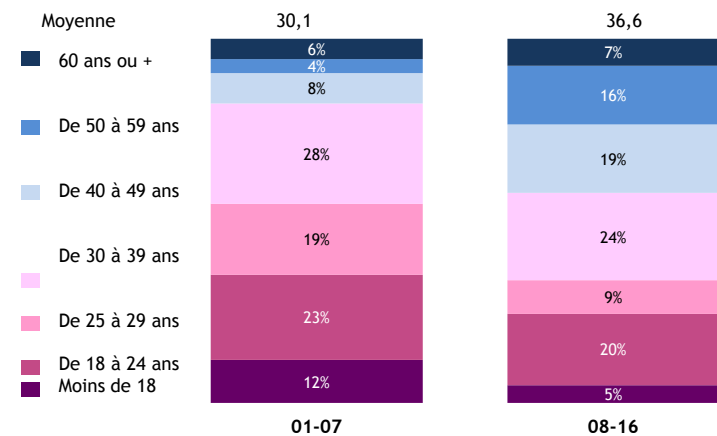
ZONES DE SEJOUR - Loisirs



MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)

