

Le Marché Grec

La Grèce est un petit marché de l'Union Européenne, avec une population réduite mais à forte disparité de revenus. Le marché touristique à l'émission a un potentiel réduit mais il s'agit d'une clientèle à fort pouvoir d'achat.

La crise a lourdement affecté l'économie et son maintien dans l'UE n'est pas garanti.

La Côte d'Azur

Le marché grec ne figure plus, depuis 2012, qu'au dernier rang des 24 marchés étrangers principaux de la Côte d'Azur, alors qu'il occupait le 16^{ème} rang en 98 et le 14^{ème} en 92. Un certain nombre de sous-marchés (pays) ont à présent un volume de séjours supérieur à celui de la Grèce. Sa contribution à la fréquentation étrangère se limite à 0,5%.

La Côte d'Azur accueille 9% des nuitées hôtels en France. La part de marché est élevée et stable.

Principales régions d'origine : la majorité provient de l'agglomération d'Athènes.

Chiffres clés

- 23 000 séjours de 7 nuits en moyenne, dont :
- 11 000 séjours en hôtels et résidences
- 7 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 40 résidences secondaires

Dépense : 123€/jour, 848€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : NC

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 44%, juillet-août = 23%, hiver = 26%. Pointe en août (13%)

Visiteurs avion (2006-14) : 23% repartent vers des vols à destination de Zurich, 18% vers Rome, 17% vers Paris, 12% vers Athènes, 7% vers Londres, 5% vers Vienne

😊 Points forts

- à forte dépense moyenne (123€/jour), les voyageurs appartenant aux classes aisées
- 26% des séjours réalisés en hiver, au 1^{er} rang des marchés pour le taux de séjours avion réalisés en Janvier et Novembre
- contribution maximale en Novembre -Décembre (près de 1% des nuitées étrangères), et fort potentiel supplémentaire sur Décembre-Janvier
- au 1^{er} rang des marchés pour le taux de séjours avion effectués pour motif MICE
- plus de 6 séjours hôtels sur 10 effectués en 4-5*

Ce marché inclut la Grèce et la république de Chypre, soit une population de 12 millions d'habitants (âge moyen : 40 ans).

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2014 : + 0,9 %/an

Dépenses à l'étranger

NC (ne figure pas parmi les 50 principaux) - Tendance annuelle moyenne 2005-2014 : NC

Nombre de jours de congés payés

25 + 12 jours fériés = 37

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

Particularités du calendrier : Noël sur deux jours (25-26), 6

C'est un marché...

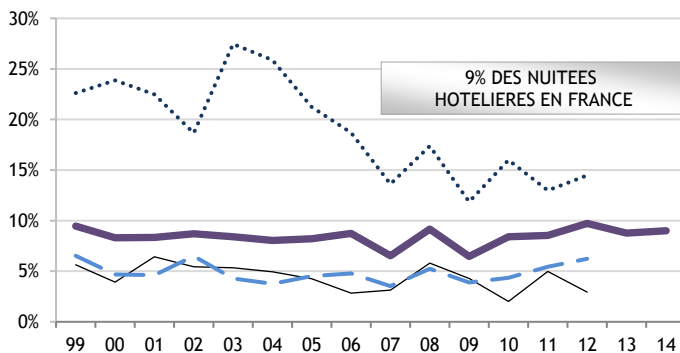
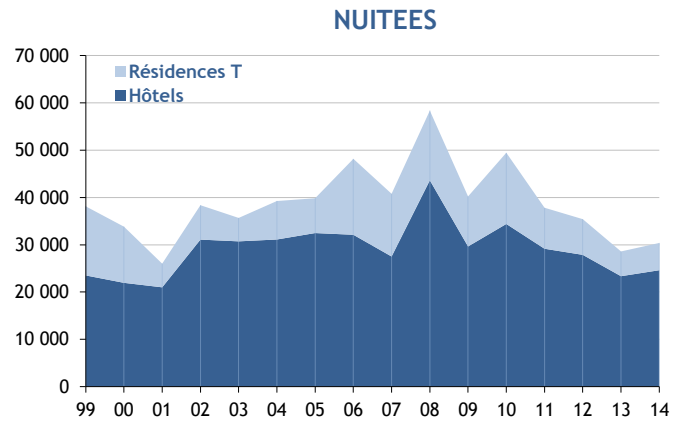
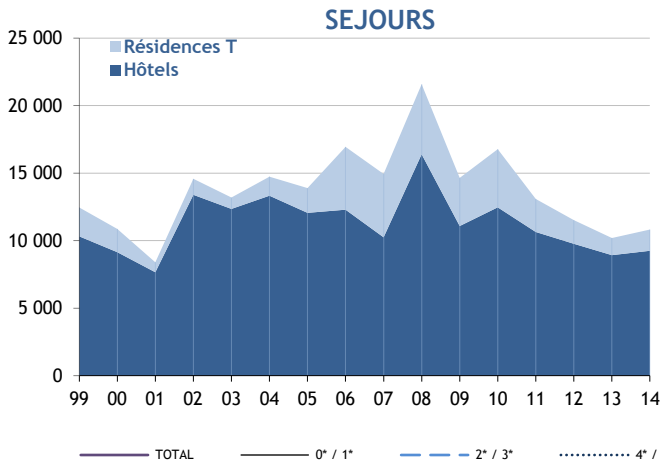
- de loisirs et d'affaires (part élevée sur les séjours avion)
- de couples et de seniors, avec très peu de familles
- à haute contribution (près de 1000€ par séjour), au 1^{er} rang en Europe hors Turquie
- de courts séjours marchands et de très longs séjours non marchands
- pour l'hôtellerie 3-4-5* des grandes stations littorales, fortement attirés par Monaco (1^{er} rang des marchés pour le taux de séjours avion à Monaco)
- de voyageurs dépensiers, et fortement intéressés par le shopping (sur la Côte d'Azur : 62%)



😞 Points faibles

- potentiel démographique limité
- desserte aérienne directe insuffisante et instable
- grave crise économique depuis 2008, avec une augmentation sensible de la pression fiscale et une chute des revenus disponibles
- concentration des séjours sur Nice, Cannes, Monaco, Antibes
- très faible taux de pratique plage et activités
- un sur 5 se déclare seulement satisfait voire insatisfait de son séjour

Les séjours grecs en hôtels et résidences ont plus que doublé entre 2001 et 2008, un maximum absolu à plus de 20 000 séjours ayant été atteint cette année là. Depuis, la crise a fait chuter la demande, avec un retour au niveau du début de la décennie 2000. Les séjours en résidences avaient très fortement progressé jusqu'en 2010, mais ont diminué depuis. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 14% des séjours et 19% des nuitées.



PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

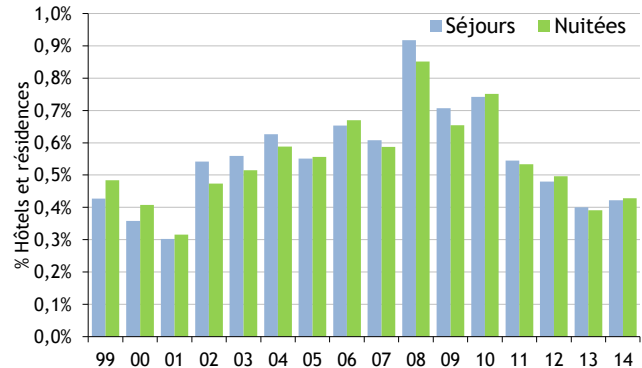
Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Grecs en réalisent 9% sur la Côte d'Azur, une part assez élevée. Cette part est globalement stable, avec des points bas en 2007 et 2009, mais près de 10% en 2012.

La part de marché était élevée en catégories 4-5* (14,5% en 2012), mais a fortement chuté entre 2003 et 2007, alors qu'elle avait tendance à progresser en 2-3* (6,2%). Elle restait très faible en 0-1*.

La part des Grecs dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences s'était rapidement accrue jusqu'à un maximum en 2008, à près de 1%. Elle a ensuite reculé jusqu'à seulement moins de 0,5%. Ce marché a chuté tandis que les autres clientèles se renforçaient.

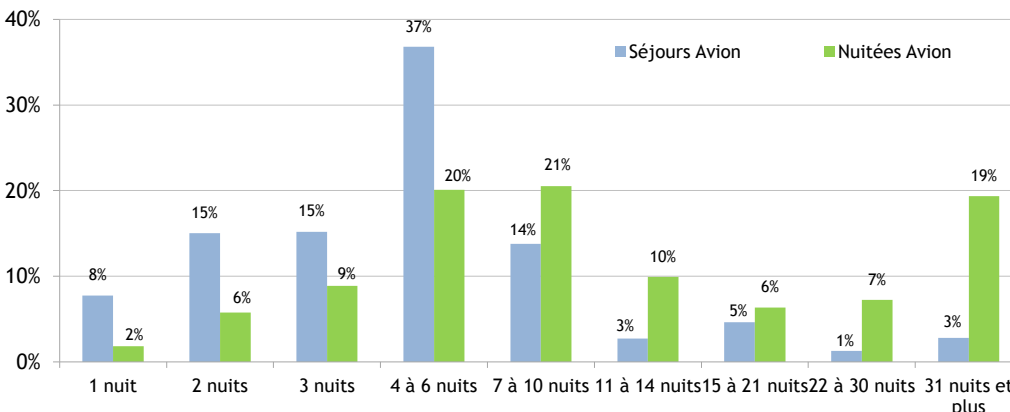
La part des nuitées est souvent plus faible que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour courte. En 2010 et 2012 elle était supérieure.

CONTRIBUTION DES GRECS A LA FREQUENTATION ETRANGERE

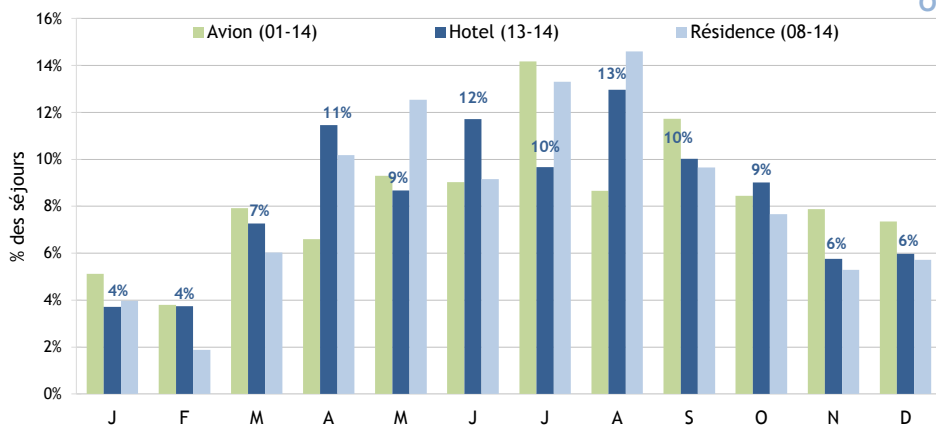


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Grecs est moyenne sur la Côte d'Azur. Les séjours par avion durent 7,1 nuits en moyenne (10 pour le Loisirs et 4,5 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchand sont très longs et durent 17 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) groupent 38% des séjours avion. Dans l'hôtellerie, les séjours durent 2,7 nuits en moyenne, et 4 nuits en résidences. Pour les séjours avion, le principal segment est de loin le 4-6 nuits, avec 37% des séjours. Les séjours de plus de 3 semaines sont rares mais pèsent pour plus du quart des nuitées totales.



	Durée	Nuits
	Hôtels	2,7
	Résidences	4,0
	Hôtels+Rés.	2,9
Avion 01-14	Moyenne	7,1
	Loisirs	9,9
	Dont Héb marchand	5,4
	Dont Héb non-march	17,3
	Affaires	4,5
	Dont MICE	3,9
	Dont Autres affaires	4,9



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

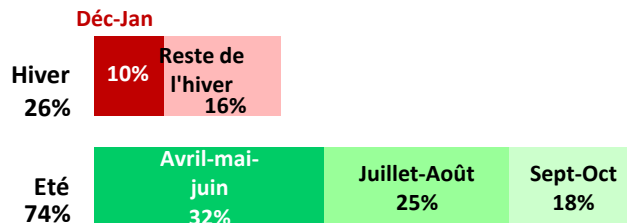
Les séjours grecs sont bien répartis sur l'année, bien qu'assez peu nombreux en début d'année. Des pointes apparaissent en Avril-Mai et en Juillet-Août. La Grèce figure au dernier rang des marchés pour le taux de séjours avion réalisés en Octobre, mais au 1er rang pour Janvier et Novembre.

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.

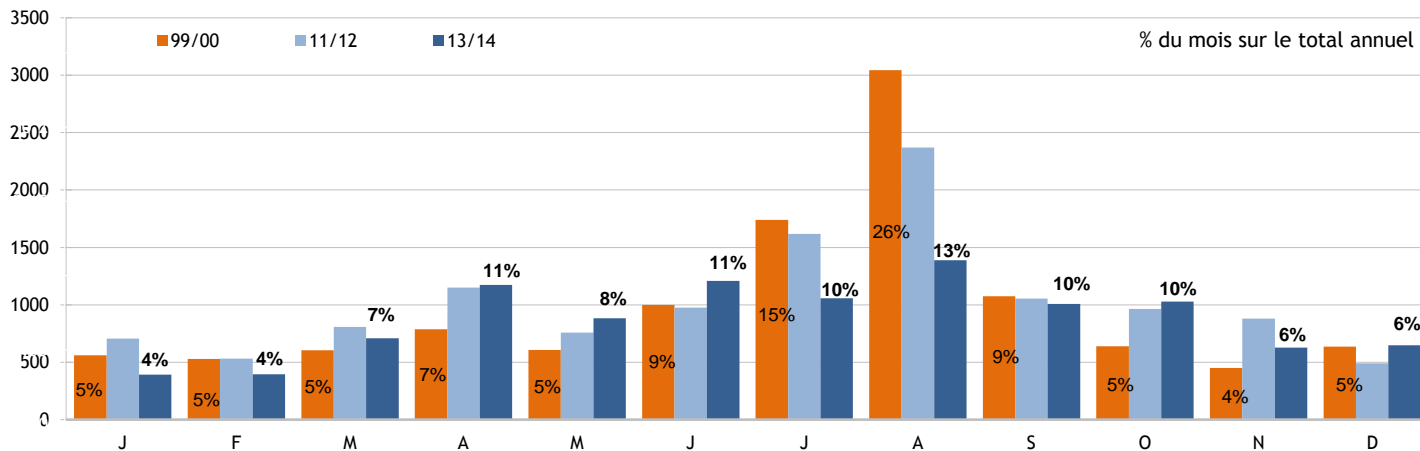
Les nuitées hébergements sont bien réparties entre Mars et Octobre. Avril et Juin pèsent davantage que Juillet. Août est le mois de pointe avec près de 15% des nuitées. L'hiver réalise 26% des nuitées annuelles marchandes. La période de Juin à Septembre représente 46% du total annuel, une part relativement faible.

L'évolution des séjours hébergements depuis 1999 (en volume) montre une croissance sur les mois de Mars à Juin (+49% en Avril et +45% en Mai) ainsi qu'en Octobre (+61%) et Novembre (+39%), mais une forte chute en Juillet (-39%) et surtout en Août (-54%) ainsi qu'en Janvier-Février (-28%). Concernant la part de chaque mois, on note entre 99 et 2013/14 une croissance de la part des séjours pour quasiment tous les mois, sauf Janvier, Février, Juillet et surtout Août (passé de 26% à 13%).

NUITEES 2013/14 - HOTELS ET RESIDENCES

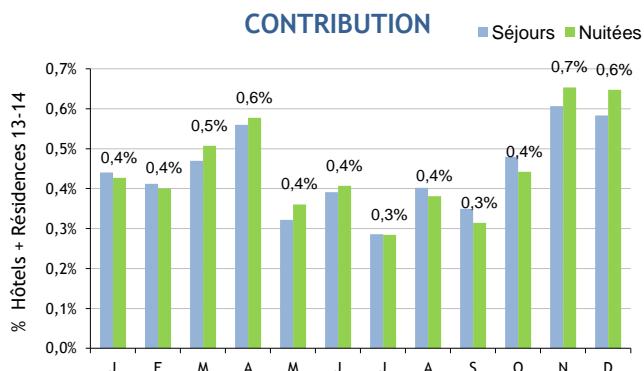


EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS

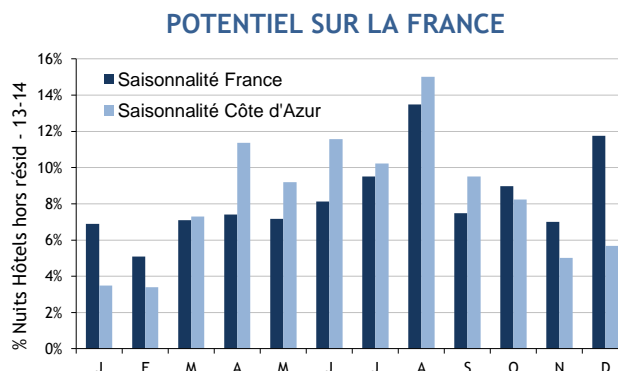


POTENTIEL MENSUEL

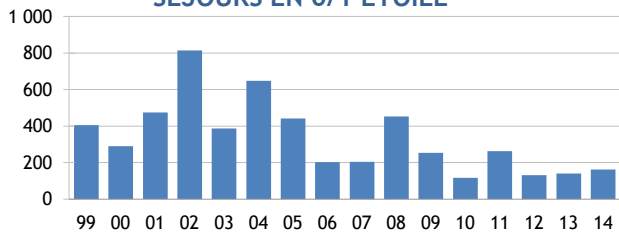
La part des Grecs sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 0,3% en Juillet à 0,7% en Novembre. Le marché grec représente une cible intéressante pour les mois d'hiver, en particulier Novembre-Décembre. Le reste de l'année, sa contribution est très réduite. La part de marché Côte d'Azur/France est faible en hiver (4,5% seulement en Décembre-Janvier). Si on compare la distribution mensuelle des nuitées entre la France et la Côte d'Azur, on constate un potentiel élevé en Décembre-Janvier, avec une présence importante en France mais bien moindre sur la Côte d'Azur.



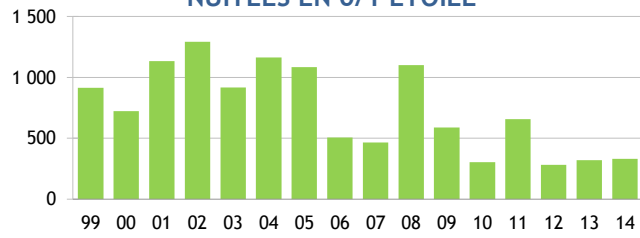
PDM 06/F	
J	4,5%
F	5,9%
M	9,1%
A	13,6%
M	11,4%
J	12,6%
J	9,5%
A	9,9%
S	11,3%
O	8,2%
N	6,4%
D	4,3%



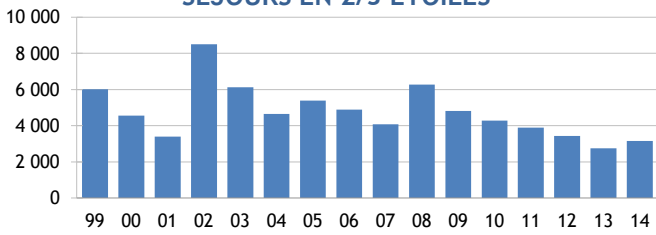
SEJOURS EN 0/1 ETOILE



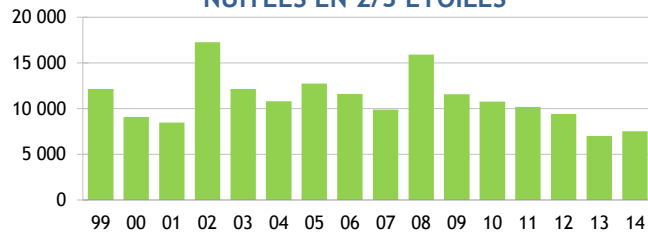
NUITEES EN 0/1 ETOILE



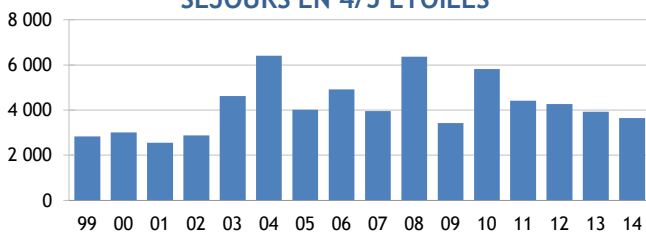
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



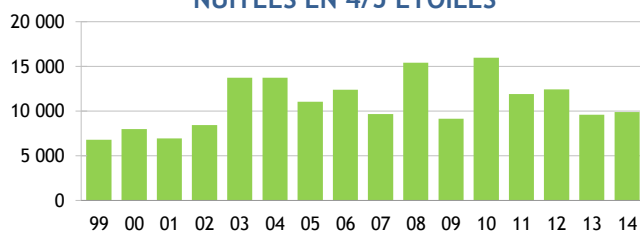
NUITEES EN 2/3 ETOILES



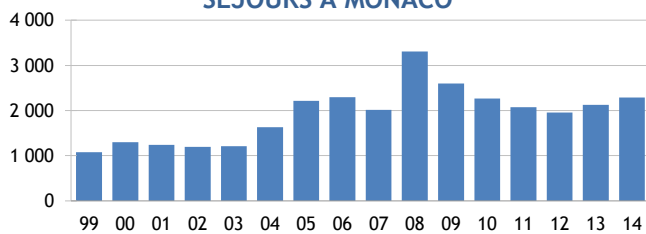
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



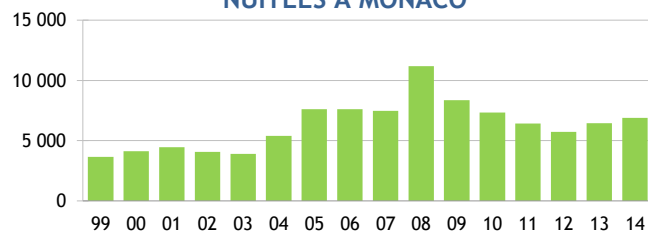
NUITEES EN 4/5 ETOILES



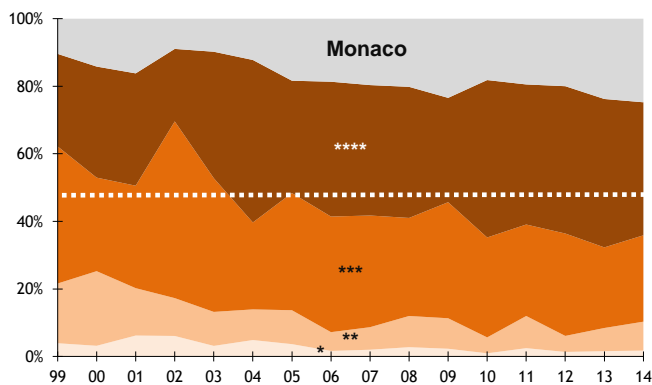
SEJOURS A MONACO



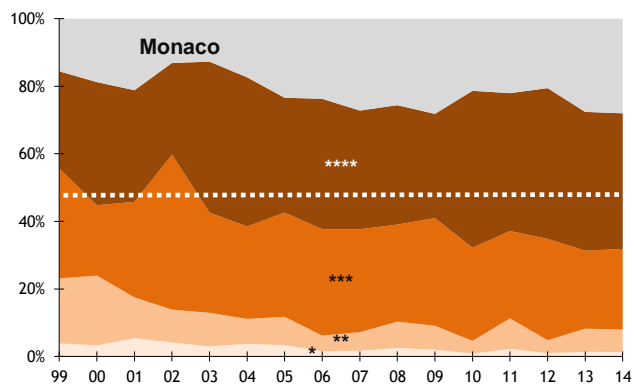
NUITEES A MONACO



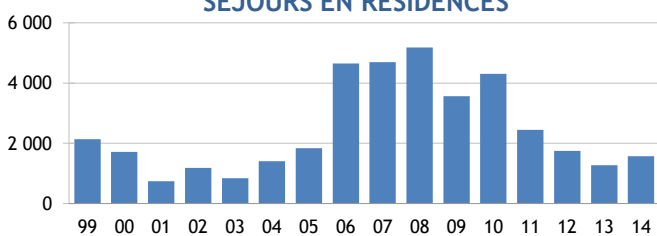
REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



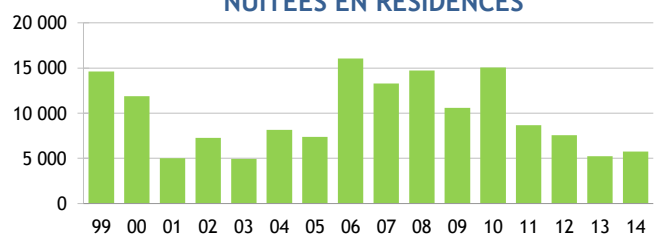
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



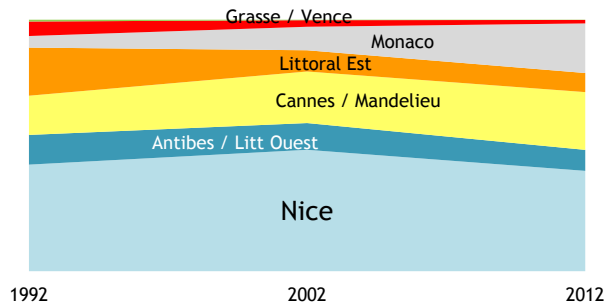
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



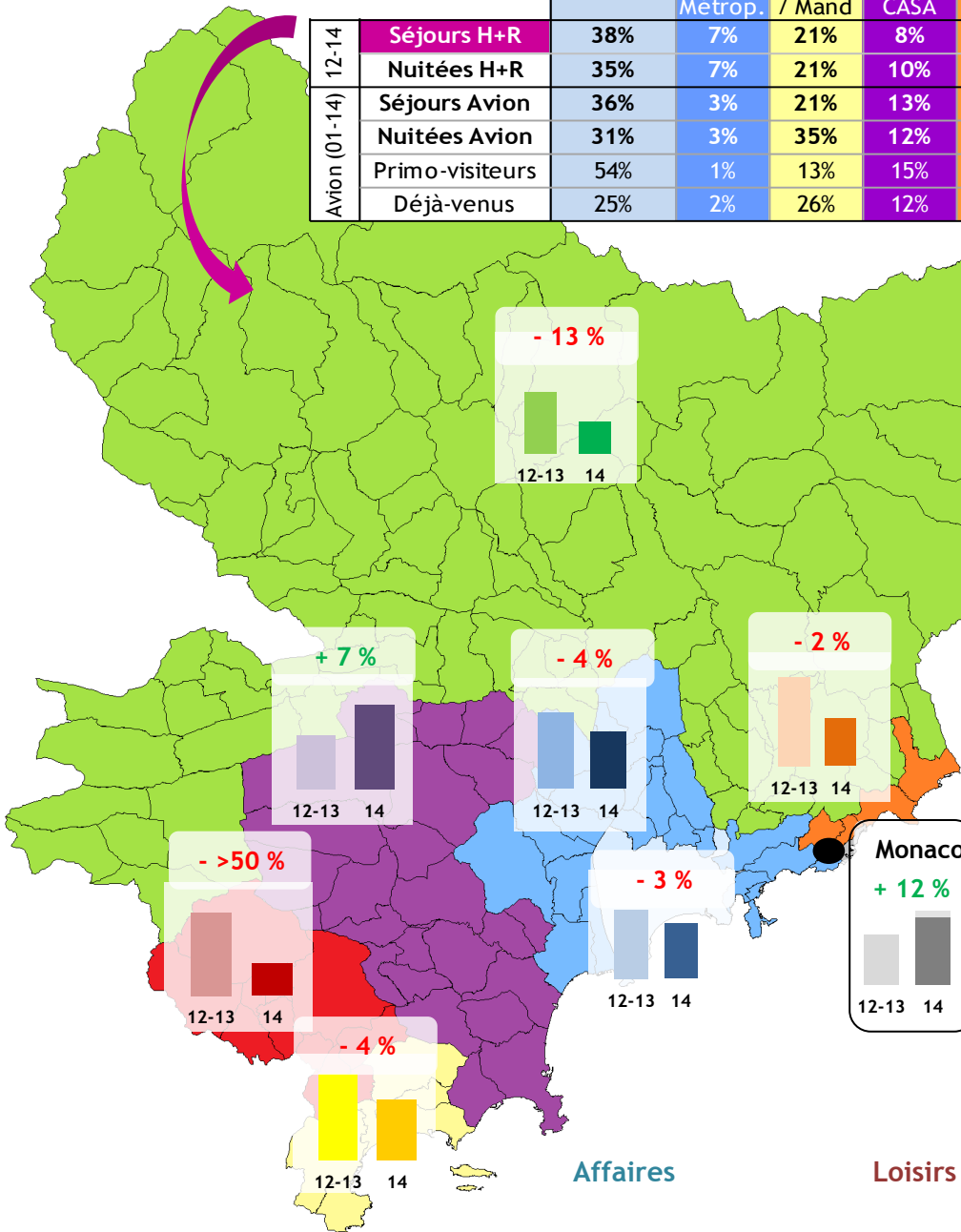
TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



Historiquement, les Grecs étaient surtout présents, dans l'hôtellerie, sur Nice et le Littoral Est. Nice réalisait 42% des séjours hôtels de 92 et 40% en 2012.

La part de Cannes-Mandelieu a progressé, passant de 16% à 23%. On constate aussi un net transfert du Littoral Est au profit de Monaco, dont la part s'est très fortement élargie de 5% à 20% en 2012. La part d'Antibes-Littoral Ouest a glissé de 12% à 8%.

	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
12-14	Séjours H+R	38%	7%	21%	8%	5%	20%	1%
	Nuitées H+R	35%	7%	21%	10%	6%	20%	1%
Avion (01-14)	Séjours Avion	36%	3%	21%	13%	1%	25%	0%
	Nuitées Avion	31%	3%	35%	12%	2%	14%	2%
	Primo-visiteurs	54%	1%	13%	15%	0%	16%	0%
	Déjà-venus	25%	2%	26%	12%	2%	33%	0%

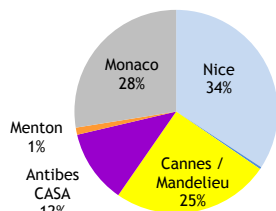


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2012-14 sont : Nice (38% des séjours hébergements et 36% des séjours avion), suivie de Cannes-Mandelieu (21%) et de Monaco (20% et 25%, devant Cannes). Antibes-CASA accueille 8% des séjours hébergements mais 13% des séjours avion. La Grèce figure au 1er rang des marchés pour la part de séjours avion effectués à Monaco et à Villeneuve-Valbonne, mais au dernier rang des marchés pour la part de séjours à Antibes, Grasse, Métropole Ouest et Menton, et à l'avant-dernier rang pour Métropole Est).

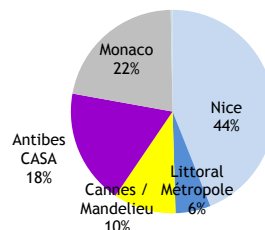
Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 54% des primo-visiteurs choisissent cette zone (et 16% Monaco), et que 44% des séjours Loisirs Marchand y sont hébergés. 3 séjours Loisirs non Marchand sur 10 y sont aussi hébergés, mais Cannes réalise 31%. Pour le segment Affaires, Nice en accueille 34%, Monaco 28% et Cannes un quart. Monaco réalise une part quasiment identique sur les trois segments.

En 2014 (voir carte), on note une forte progression des séjours hébergements à Monaco, moins forte à Antibes, ainsi qu'une chute sur les autres zones, particulièrement forte à Grasse et en montagne.

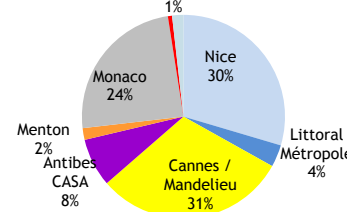
Affaires

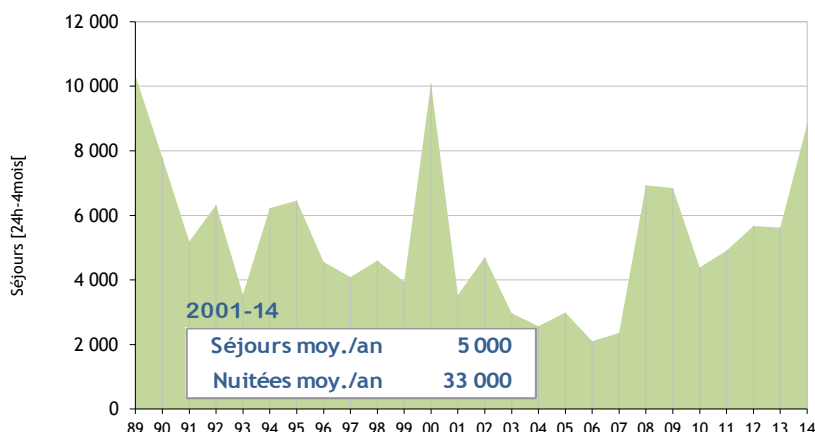


Loisirs - Marchand



Loisirs - Non Marchand





Environ un tiers des séjours grecs sont effectués par avion jusqu'à Nice-Côte d'Azur. L'insuffisance et l'instabilité de l'offre aérienne directe explique ce taux relativement faible. Le volume des séjours grecs a eu tendance à chuter fortement jusqu'en 2006, avant de croître de nouveau. Le seuil des 10 000 séjours semble avoir été atteint en 89 et 2000 (donnée reposant sur un échantillon annuel limité).

Les séjours par avion durent en moyenne 7 nuits, et pour les 3 cibles Motifs le principal segment est de loin le séjour de 4 à 6 nuits. Pour les séjours Loisirs Non Marchand, les durées sont nettement plus élevées (plus de 2 semaines pour un tiers des séjours), soit en moyenne 17 nuits. Les courts séjours ne représentent que le quart des séjours en Loisirs Marchand, mais 56% des séjours Affaires.

Le taux de satisfaction est assez bon avec 80% de "très satisfaits" et seulement 2% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs atteint 40%.

La dépense moyenne est très élevée à 123€ par jour/pers. et 848€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne seulement 8% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 39%.

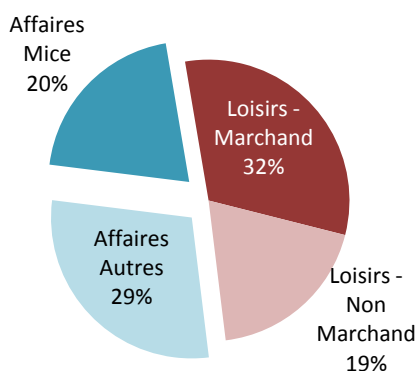
La clientèle est âgée de 43 ans en moyenne, voire 47 ans en Loisirs Marchand. Le principal segment âge en Loisirs est le 50-59 ans (21%). Avec 1,5 personnes voyageant ensemble, la Grèce est à l'avant-dernier rang des marchés pour ce nombre moyen, et au dernier pour le nombre moyen d'enfants accompagnants.

2001-14	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	7,1	5,4	17,3	4,5
Age moyen	43	47	48	41
Nb Personnes	1,4	1,9	1,4	1,3
Taux 1 ^{er} visite	40%	61%	22%	38%
Dépense/séjour	848 €	964 €	729 €	863 €
Dépense/jour	123 €	181 €	58 €	209 €
> 200€ / jour	39%	51%	14%	48%
De 30 à 200€ / jour	53%	45%	66%	49%
<30€ / jour	8%	4%	20%	3%
Satisfaction				
Très satisfaits	80%	86%	84%	74%
Satisfaits	18%	12%	14%	23%
Non entières. Satisf.	2%	2%	2%	2%

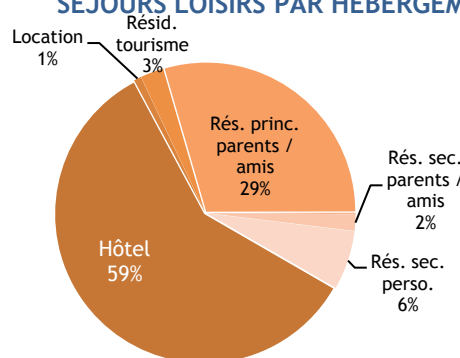
SEGMENTATION CIBLES

Les segments sont très équilibrés, avec une moitié pour l'Affaires. Le segment Loisirs Marchand regroupe 29% des séjours, derrière le segment Affaires autres qui en réalise 31%. Le segment Loisirs non Marchand représente 19% et l'Affaires MICE 21% (au 1er rang des marchés pour ce taux).

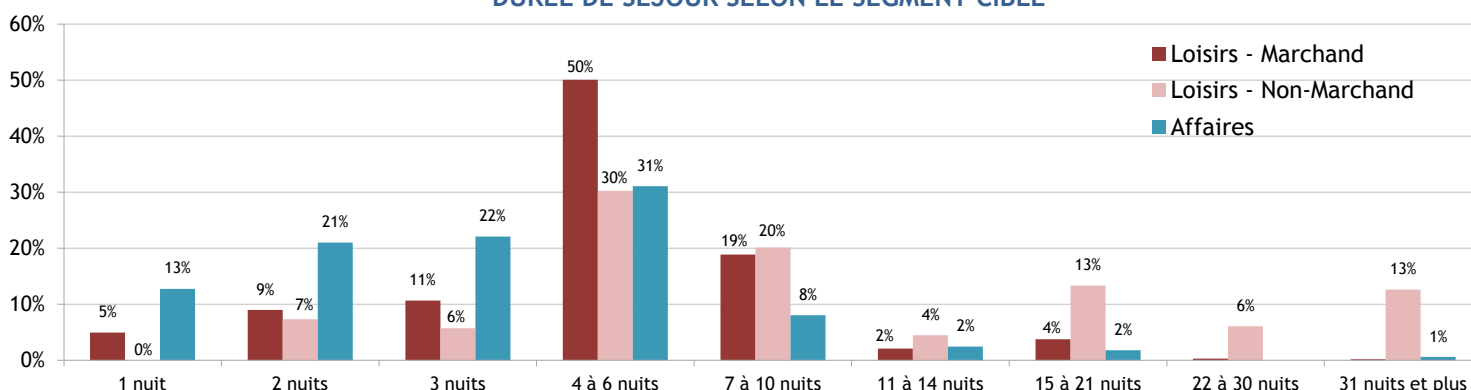
Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin l'hôtel, avec 57%, devant les parents et amis (29%). La location ne concerne que 4% des séjours mais la résidence secondaire regroupe 10% des séjours avion.



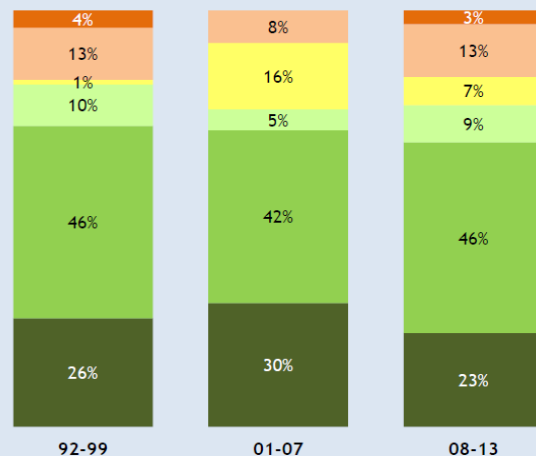
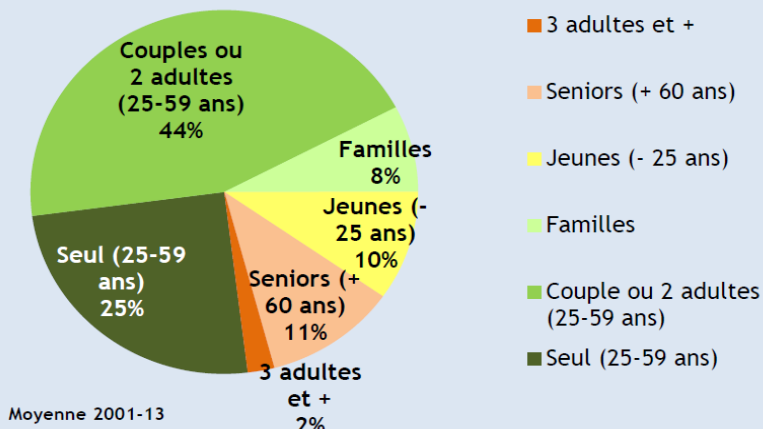
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



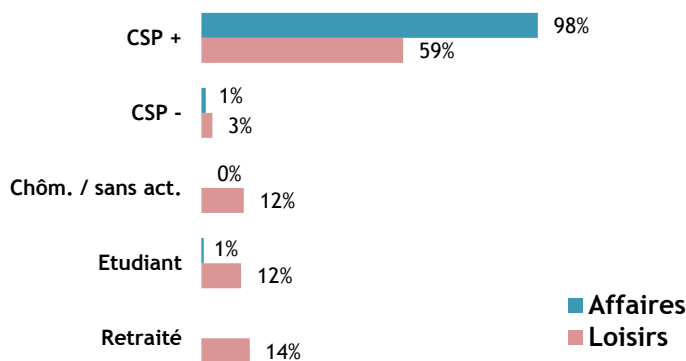
TYOLOGIE LOISIRS AVION



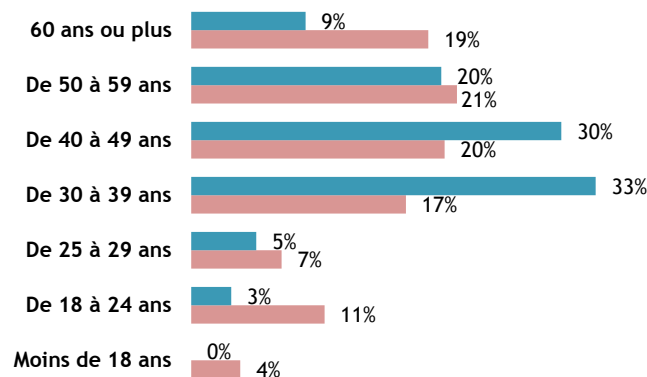
Sur la période 2001-13 (données 2014-15 en cours de traitement), les Grecs à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 44% des cas. 25% sont des adultes voyageant seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et 2% voyagent à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Jeunes représente 10% des séjours avion et les Seniors 11%. Le segment Familles représente 8% (incluant 1,0 enfant en moyenne, au dernier rang des marchés).

Sur deux décennies à fin 2013, l'évolution est favorable au segment Jeunes, mais la part des autres segments est restée relativement stable. Avec 2014 la part des Seniors augmentera sensiblement.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



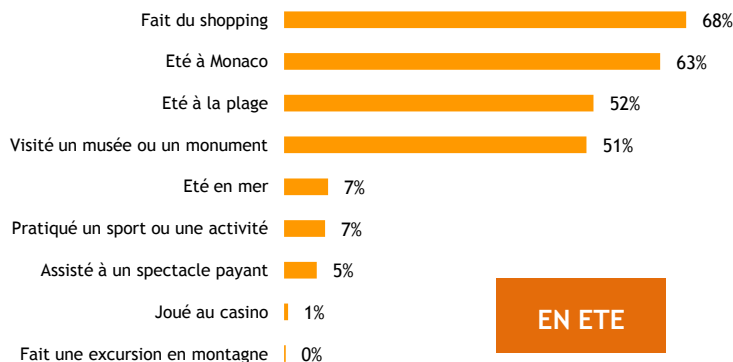
SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



SEGMENT LOISIRS

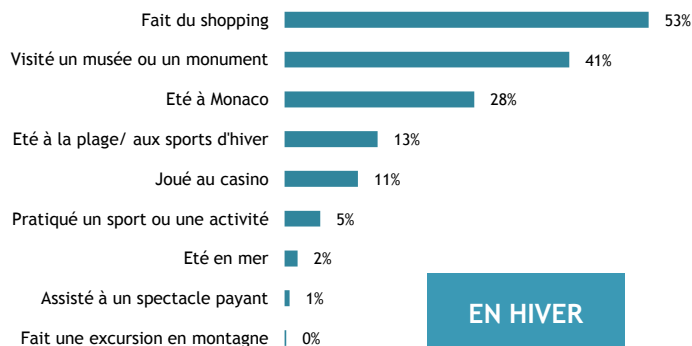
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout le shopping (68%), la visite à Monaco (63%) et la plage (52%). En hiver, c'est aussi le shopping qui vient en tête avec 53%, devant la visite de musée-monument (41%) et la visite de Monaco (28%). Sur l'année entière Monaco est la seconde activité pratiquée après le shopping. Seuls 6% pratiquent un sport ou une activité et les autres taux de pratique apparaissent très faibles (au dernier rang pour le taux d'excursion en montagne).

ACTIVITES DECLAREES



EN ETE

ACTIVITES DECLAREES



EN HIVER