

Le Marché Grec

La Grèce est un petit marché de l'Union Européenne, avec une population réduite et à forte disparité de revenus (un bon tiers de la population est en dessous du seuil de pauvreté et le taux de chômage reste élevé).

Le marché touristique à l'émission a un potentiel limité, mais il existe aussi un segment de clientèle à fort pouvoir d'achat. La Grèce compte plusieurs des plus importantes compagnies de transport maritime mondiales.

La crise financière post 2007 a fortement secoué l'économie grecque, et son maintien dans l'UE n'a été possible qu'au prix de lourds sacrifices.

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 : moins de 10% proviennent de Chypre, la majorité des Grecs provient des agglomérations d'Athènes et de Thessalonique.

Chiffres clés

- 30 000 séjours de 7 nuits en moyenne, dont :
- 14 000 séjours en hôtels et résidences
- 7 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 50 résidences secondaires

Dépense : 115€/jour, 772€/séjour

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 46%, juillet-août = 27%, hiver = 26%. Pointe en août (17%)

Visiteurs avion (2014-19) : 26% repartent vers des vols à destination d'Athènes, 24% vers Zurich, 13% vers Paris, 11% vers Rome, 7% vers Istanbul, 4% vers Francfort, 4% vers Vienne, 3% vers Bruxelles

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

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2019 : +2,4%/an

Dépenses à l'étranger

NC (ne figure pas parmi les 50 principaux) - Estimées pour la Grèce à environ 3 milliards €

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 fériés entre Décembre et Mars

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
- 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, au second pour Cannes)
- de voyageurs dépensiers, et fortement intéressés par le shopping (sur la Côte d'Azur : 55%), par Monaco et les casinos



Points forts

- forte dépense moyenne (115€/jour), les voyageurs appartenant aux classes aisées
- part de marché France élevée
- 26% des séjours réalisés en hiver (1^{er} rang des marchés pour le taux de séjours avion réalisés en Nov. et Déc.)
- contribution maximale en Novembre-Décembre (près de 1% des nuitées étrangères), et potentiel hiver supplémentaire
- au 1^{er} rang des marchés pour le taux de séjours avion effectués pour motif MICE
- second meilleur taux de satisfaction parmi les marchés

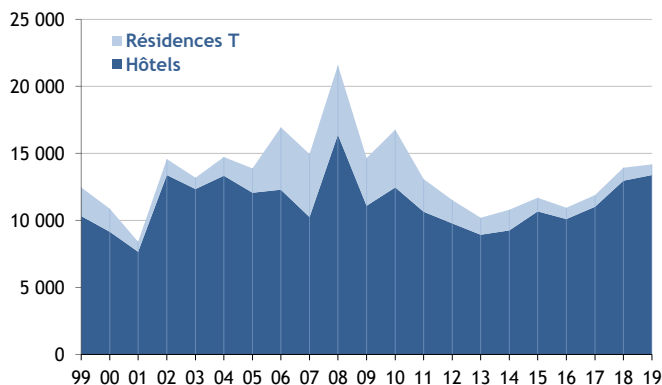


Points faibles

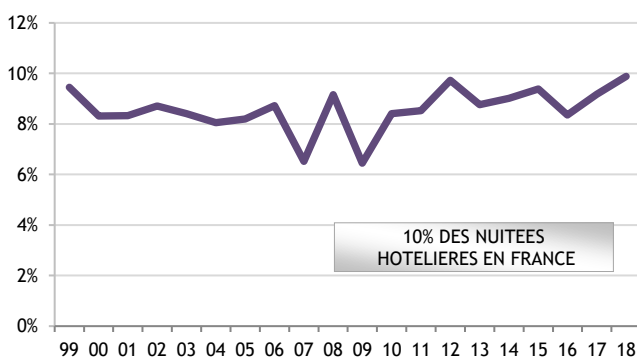
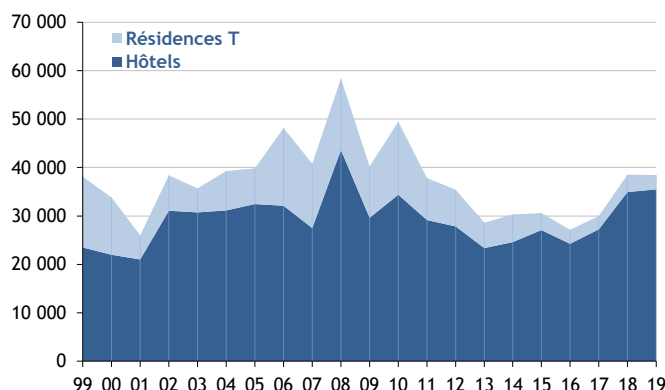
- potentiel démographique limité
- desserte aérienne directe insuffisante et non stabilisée
- grave crise économique depuis 2008, avec une augmentation sensible de la pression fiscale et une chute des revenus
- concentration des séjours sur Nice, Cannes, Monaco, Antibes
- faible taux de pratique d'activités

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 jusqu'en 2013, avant un retour à la croissance. 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 seulement 7% des séjours et 9% des nuitées.

SEJOURS



NUITEES



PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

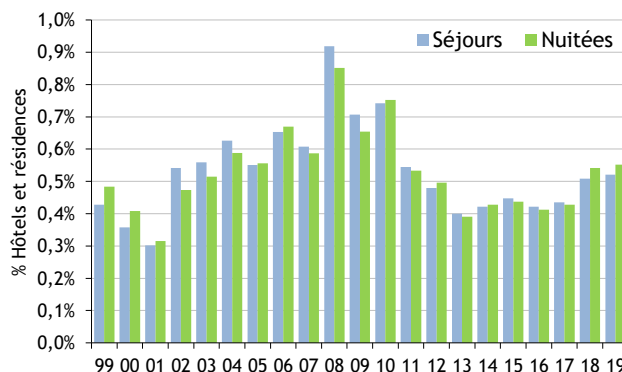
Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Grecs en réalisent 9,9% sur la Côte d'Azur, une part élevée.

Cette part a fluctué assez fortement entre 2006 et 2010, mais a bien rebondi ensuite et la tendance de long terme reste favorable, avec un retour aux plus hauts niveaux en 2018.

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.

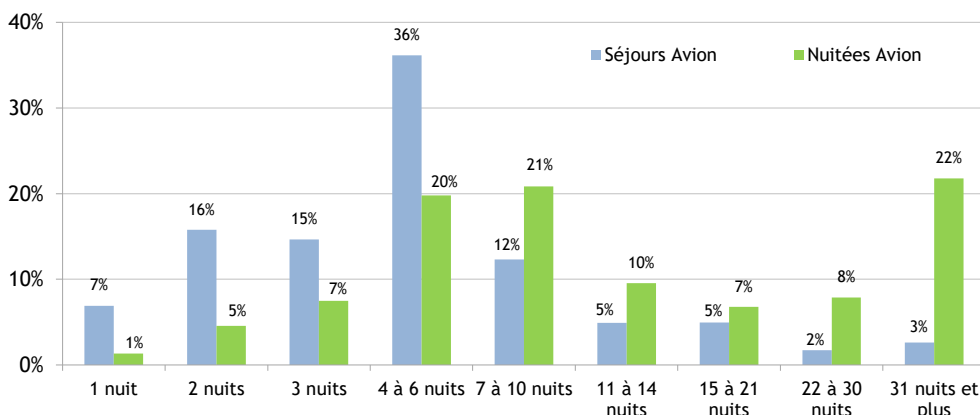
La part des nuitées est souvent plus faible que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour courte. En 2010 et 2012 elle était supérieure.

CONTRIBUTION DES GRECS A LA FREQUENTATION ETRANGERE

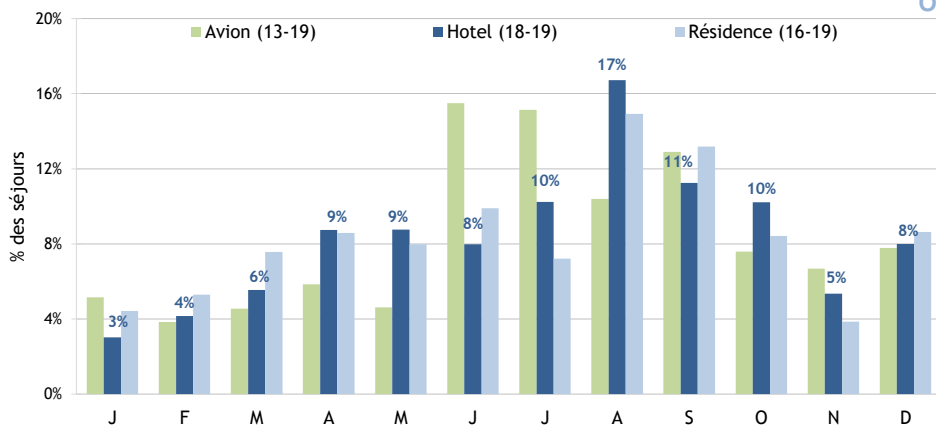


DUREES DE SEJOUR

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	3,7
	Hôtels+Rés.	2,9
Avion 07-19	Moyenne	7,1
	Loisirs	9,4
	Dont Hébergement marchand	4,9
	Dont Hébergement non-marchand	16,0
	Affaires	4,5
	Dont MICE	4,0
	Dont Autres affaires	4,8



Hotels + Résidences		
18-19	SEJOURS	NUITEES
J	3,2%	3,3%
F	4,3%	4,2%
M	5,6%	5,8%
A	8,7%	8,3%
M	8,8%	8,8%
J	8,2%	8,0%
J	10,0%	10,6%
A	16,5%	17,1%
S	11,4%	11,2%
O	9,9%	9,4%
N	5,3%	5,1%
D	8,1%	8,3%

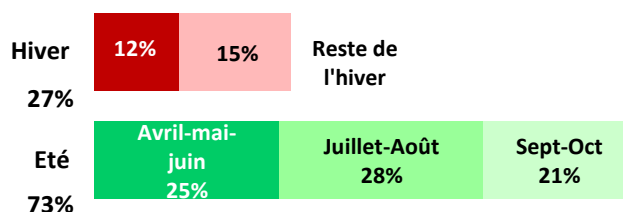
Les séjours grecs sont bien répartis sur l'année, bien qu'assez peu nombreux en début d'année. Le mois d'août est en pointe pour les hôtels et les résidences, mais les séjours avion sont surtout nombreux en Juin-Juillet. Une pointe secondaire apparaît en Avril. La Grèce figure au dernier rang des marchés pour le taux de séjours avion réalisés en Mai et Octobre, mais au 1er rang pour Novembre et Décembre.

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.

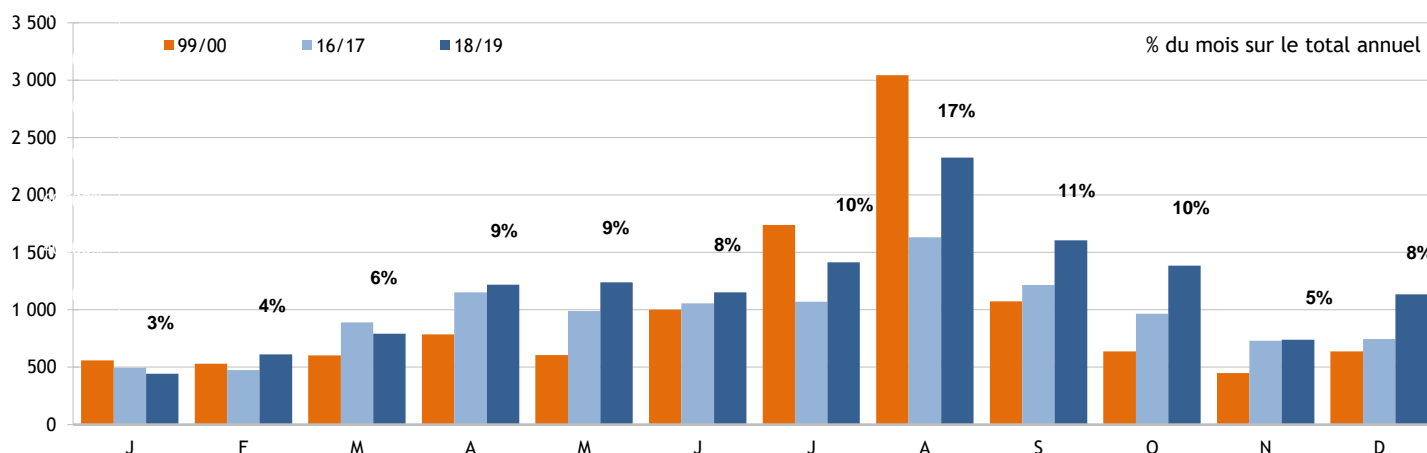
Les nuitées hébergements sont bien réparties entre Mars et Décembre. Août est le mois de pointe avec 17% des nuitées. L'hiver réalise 27% des nuitées annuelles. La période de Juin à Septembre représente 47% du total annuel, une part relativement faible.

L'évolution des séjours hébergements depuis 1999 (en volume) montre une croissance sur les mois de Février à Juin et de Septembre à Décembre. La plus forte croissance porte sur Mai et Octobre (séjours x2), ainsi qu'en Décembre (+78%), Novembre (+64%) et Avril (+55%). Janvier, Juillet et Août ont chuté de plus de 20%. Concernant la part de chaque mois, on note entre 99 et 2018/19 une croissance de la part des séjours pour quasiment tous les mois, sauf Janvier, Juin, Juillet, Août, en chute.

NUITEES 2018/19 - HOTELS ET RESIDENCES

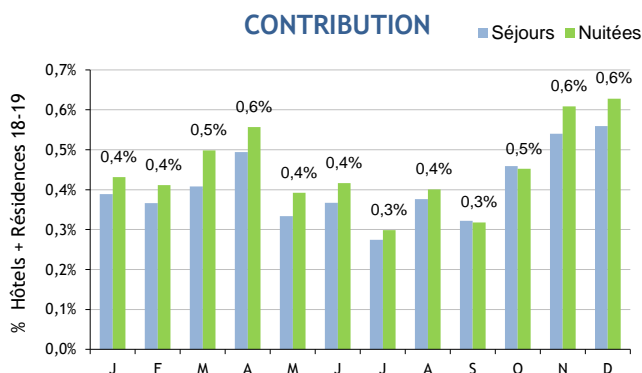


EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



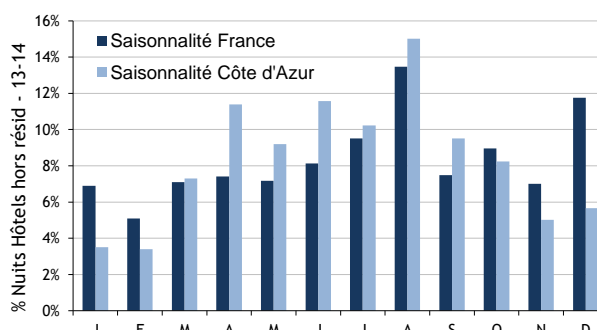
POTENTIEL MENSUEL

La part des Grecs sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 0,3% en Juillet à 0,6% en Novembre-Décembre. Le marché grec représente une petite cible intéressante pour les mois d'hiver, où la clientèle étrangère est plus rare. Mais son potentiel reste limité. 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.

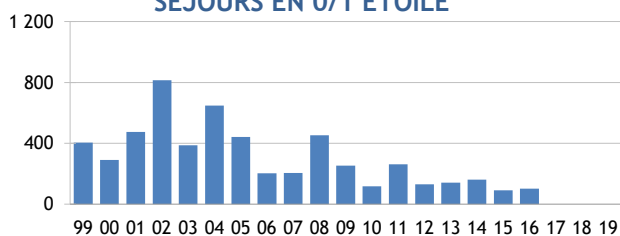


PDM 06/F	
J	4,5%
F	5,9%
M	9,1%
A	13,7%
M	11,4%
J	12,6%
J	9,5%
A	9,9%
S	11,3%
O	8,2%
N	6,4%
D	4,3%

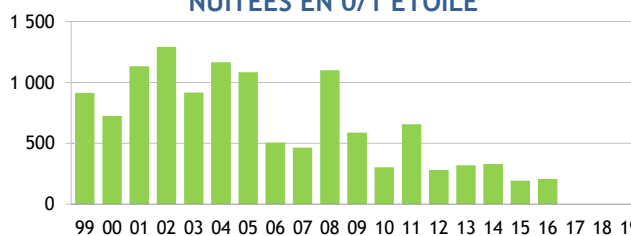
POTENTIEL SUR LA FRANCE



SEJOURS EN 0/1 ETOILE



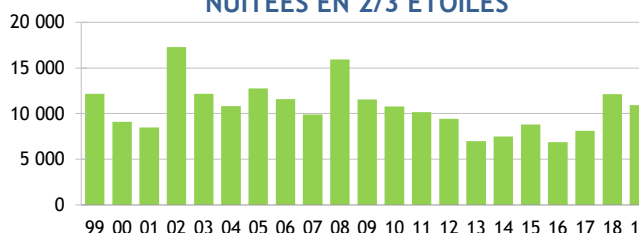
NUITEES EN 0/1 ETOILE



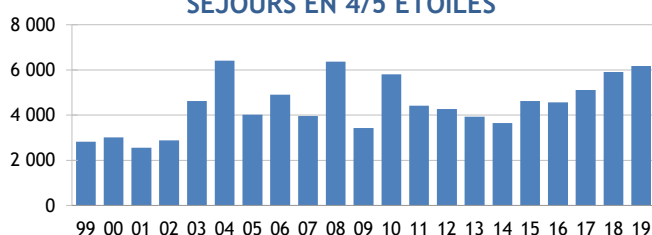
SEJOURS EN 2/3 ETOILES



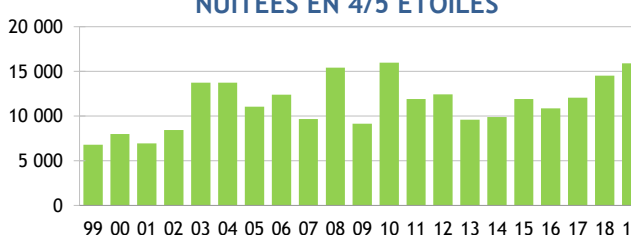
NUITEES EN 2/3 ETOILES



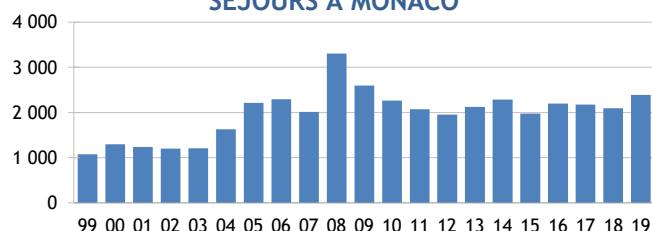
SEJOURS EN 4/5 ETOILES



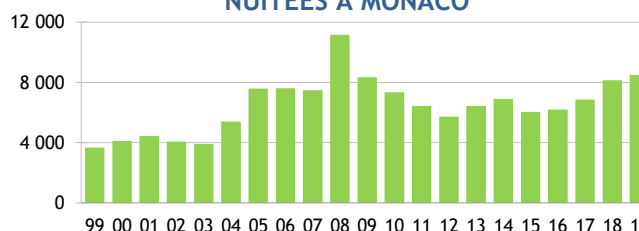
NUITEES EN 4/5 ETOILES



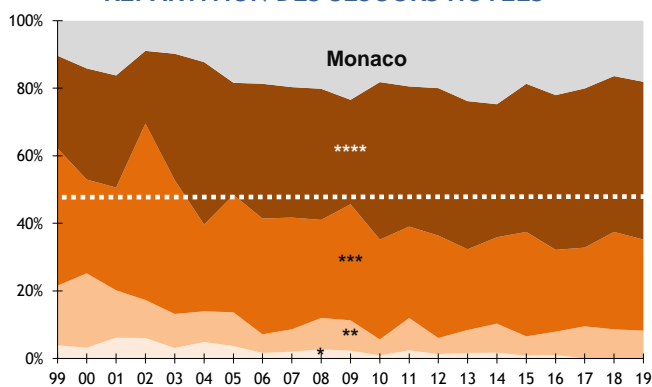
SEJOURS A MONACO



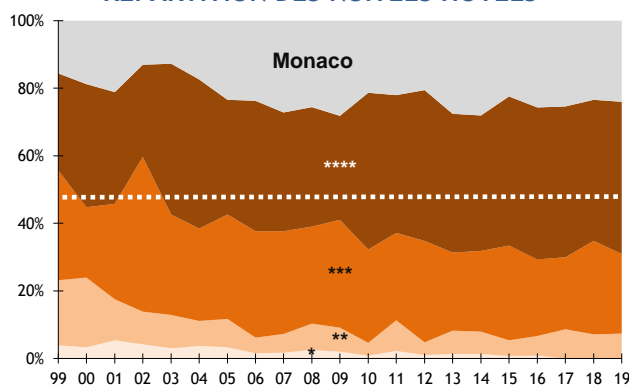
NUITEES A MONACO



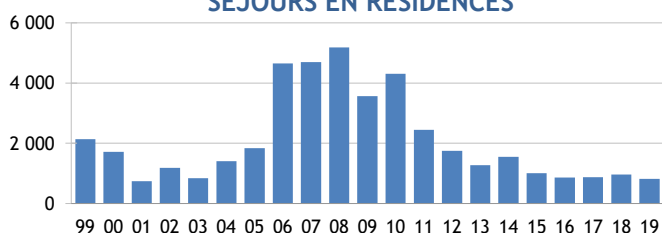
REPARTITION DES SEJOURS HOTELS



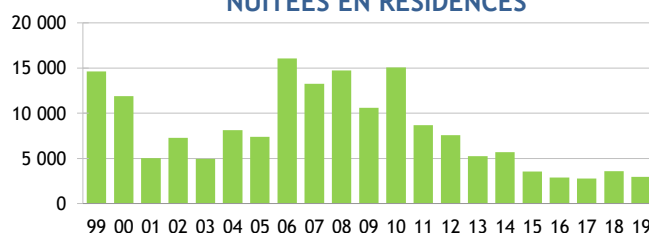
REPARTITION DES NUITEES HOTELS



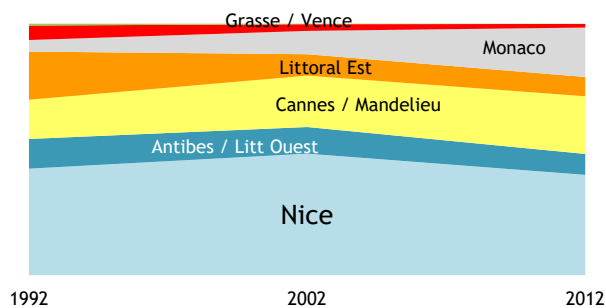
SEJOURS EN RESIDENCES



NUITEES EN RESIDENCES



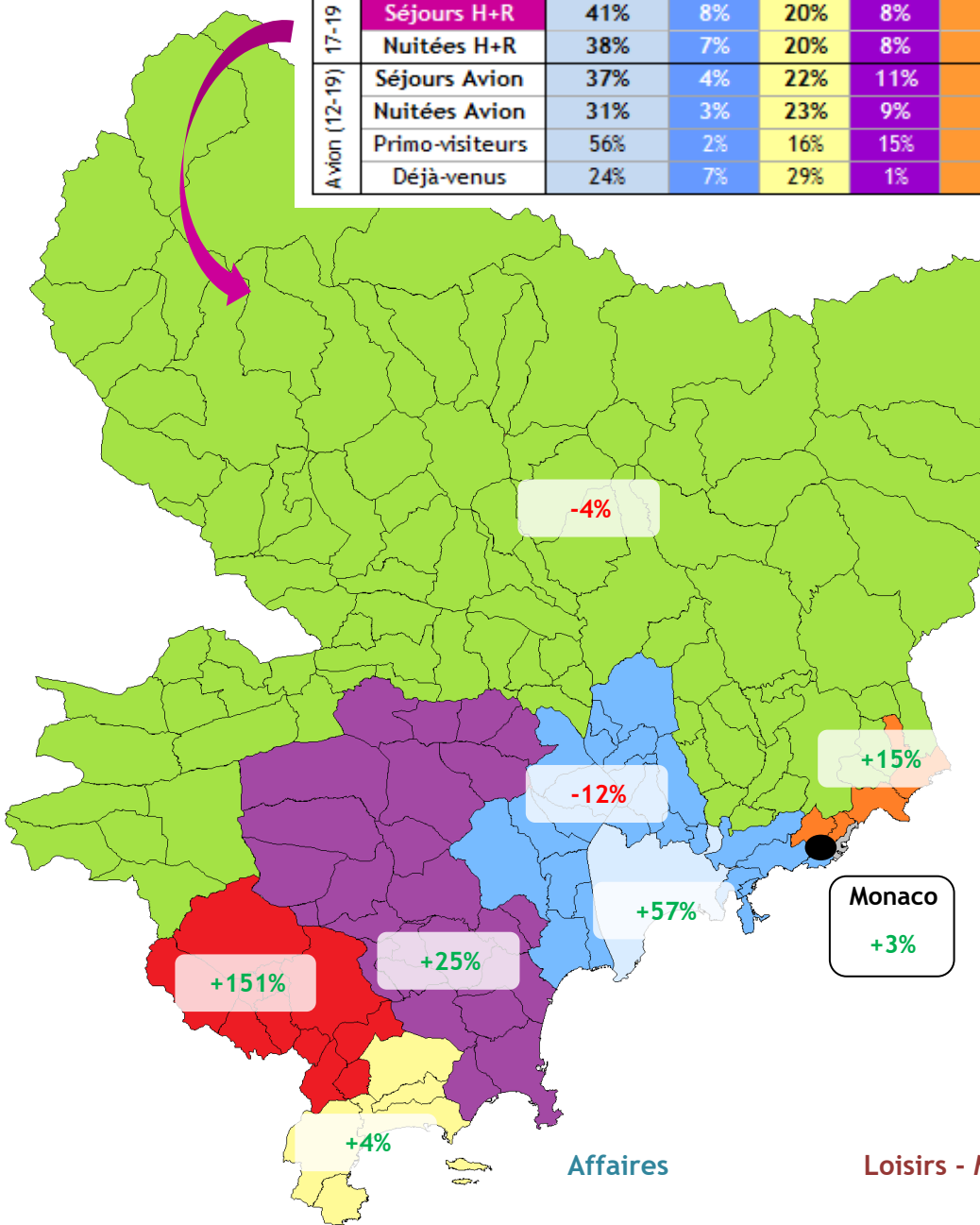
TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



Historiquement, les 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 avait bien progressé, passant de 16% à 23%. Il s'était aussi produit un net transfert du Littoral Est au profit de Monaco, dont la part s'était très fortement élargie de 5% à 20% en 2012. La part d'Antibes-Littoral Ouest glissait dans le même temps de 12% à 8%.

		Nice	Litt	Cannes	Antibes	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
17-19	Séjours H+R	41%	8%	20%	8%	4%	17%	1%	1%
	Nuitées H+R	38%	7%	20%	8%	4%	22%	1%	1%
Avion (12-19)	Séjours Avion	37%	4%	22%	11%	1%	25%	0%	0%
	Nuitées Avion	31%	3%	23%	9%	3%	27%	2%	3%
	Primo-visiteurs	56%	2%	16%	15%	0%	11%	0%	0%
	Déjà-venus	24%	7%	29%	1%	1%	36%	2%	0%

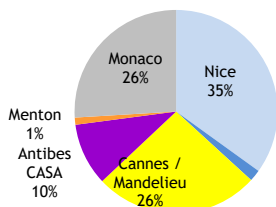


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2017-19 sont : Nice (41% des séjours hébergements et 37% des séjours avion), suivie de Cannes-Mandelieu (20%) et de Monaco (17% et 25% des séjours avion, devant Cannes). Antibes-CASA accueille 8% des séjours hébergements et 11% des séjours avion. Le moyen et haut pays n'est quasiment pas fréquenté. La Grèce figure au 1er rang des marchés pour la part de séjours avion effectués à Monaco et au 2ème pour Cannes, mais à l'avant dernier rang pour Menton et Métropole Littoral Ouest, et au dernier pour Grasse et Antibes.

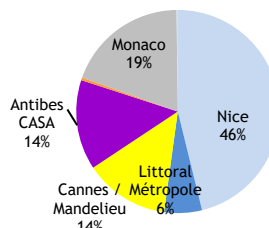
Le rôle moteur de Nice apparaît clairement par le fait que 56% des primo-visiteurs choisissent cette zone (16% Cannes et 15% Antibes), et que 46% des séjours Loisirs Marchand y sont hébergés. 3 séjours Loisirs non Marchand sur 10 y sont aussi hébergés, mais Cannes en réalise 27%. Pour le segment Affaires, Nice en accueille 35%, Monaco 26% à égalité avec Cannes.

En 2017/19 (voir carte), on note une forte progression des séjours hébergements sur quasiment tout le littoral ainsi qu'à Grasse, mais une baisse sur le montagne et le Littoral Métropole hors Nice.

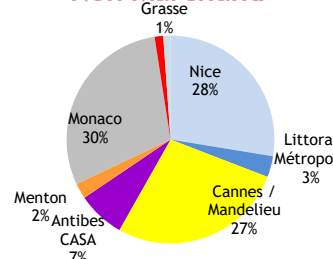
Affaires

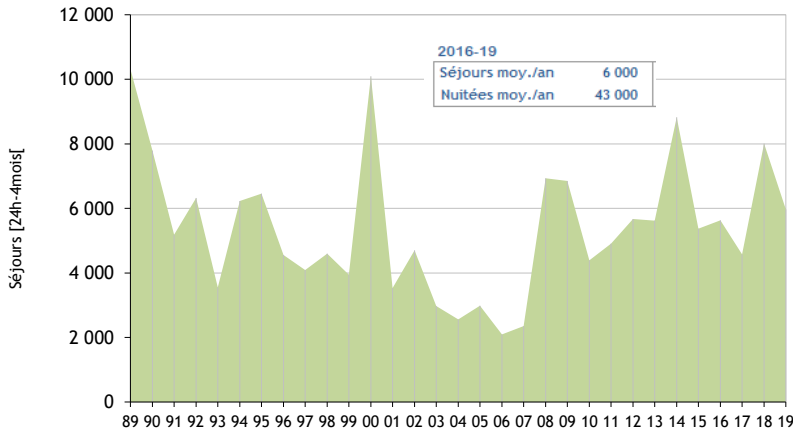


Loisirs - Marchand



Loisirs - Non Marchand





Environ un quart seulement 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 a été atteint en 89 et 2000 (donnée reposant sur un faible échantillon annuel).

Les séjours par avion durent en moyenne 7,1 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 16 nuits. Les courts séjours représentent près de 30% des séjours en Loisirs Marchand, mais 56% des séjours Affaires.

Le taux de satisfaction est très bon avec 86% de "très satisfaits" (2ème rang des marchés) et seulement 2% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs atteint 38%.

La dépense moyenne est très élevée à 115€ par jour/pers. et 772€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne seulement 11% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 31%.

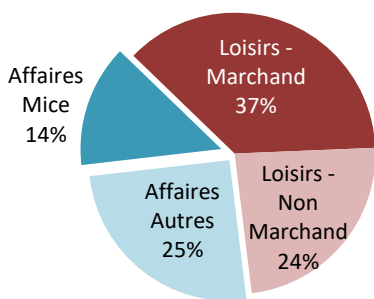
La clientèle est âgée de 43 ans en moyenne. Le principal segment âge en Loisirs est le 30-39 ans (21%). Avec 1,5 personnes voyageant ensemble, la Grèce est à l'avant-dernier rang des marchés pour ce nombre moyen.

2007-19	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	7,1	4,9	16,0	4,5
Age moyen	43	42	44	43
Nb Personnes	1,5	1,8	1,4	1,3
Taux 1 ^{er} visite	38%	52%	24%	34%
Dépense/séjour	772 €	956 €	642 €	694 €
Dépense/jour	115 €	215 €	50 €	157 €
> 200€ / jour	31%	51%	6%	29%
De 30 à 200€ / jour	59%	44%	71%	65%
<30€ / jour	11%	5%	23%	6%
Satisfaction				
Très satisfaits	86%	86%	84%	86%
Satisfaits	13%	14%	14%	11%
Non entier. Satisf.	2%	1%	2%	3%

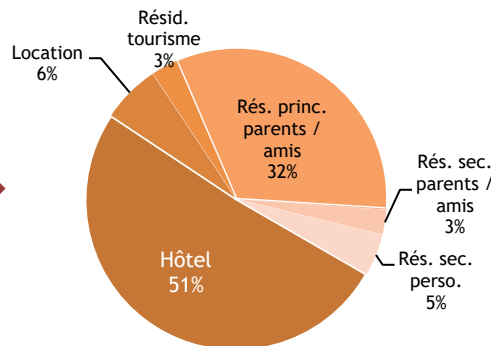
SEGMENTATION CIBLES

Les segments aériens sont équilibrés, avec 39% pour l'Affaires. Le segment Loisirs Marchand regroupe 27% des séjours. Le segment Loisirs non Marchand représente 24% et le MICE, au sein du motif Affaires, 14% (au 1er rang des marchés pour ce taux, du fait d'un segment avion Loisirs encore faible).

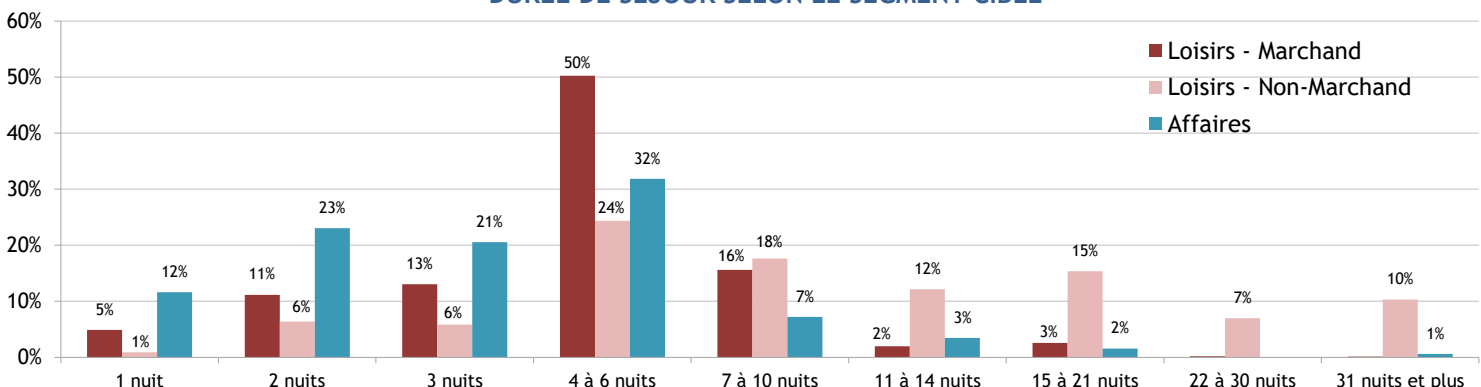
Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est de loin l'hôtel, avec 51% (1er rang des marchés), devant les parents et amis (32%). La location ne concerne que 9% des séjours et la résidence secondaire regroupe 8% des séjours avion.



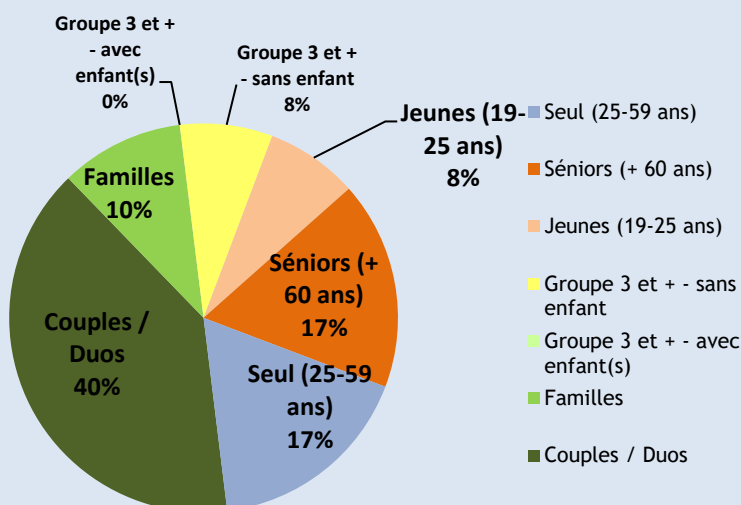
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



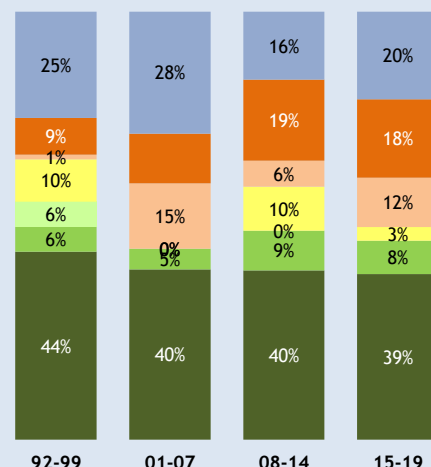
DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



TYPOLOGIE LOISIRS AVION



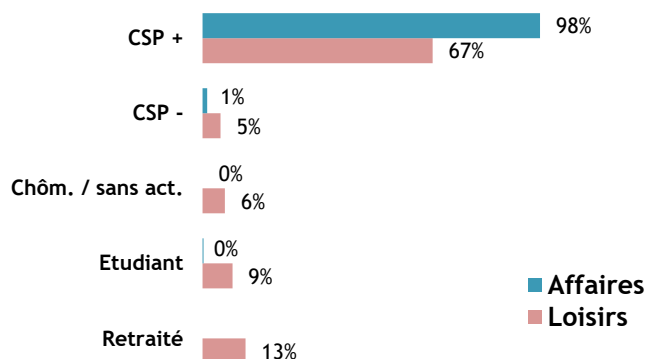
Moyenne 2012-19



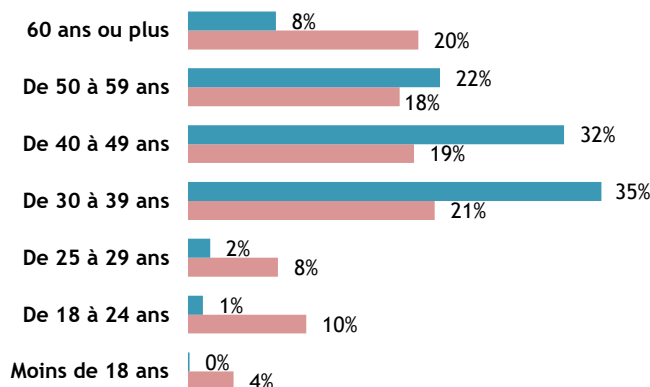
Les Grecs à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 40% des cas. 17% sont des adultes voyageant seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et 8% voyagent à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Jeunes représente 8% des séjours avion et les Seniors 17%. Le segment Familles représente 10% (incluant 1,0 enfant en moyenne, au dernier rang des marchés).

Sur près de trois décennies, l'évolution est favorable au segment Seniors, dont la part a doublé et dans une moindre mesure aux Jeunes. La part des Couples-Duos, majoritaire, s'est un peu érodée, et la part des voyageurs Seuls a baissé. La part de Familles est assez stable.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



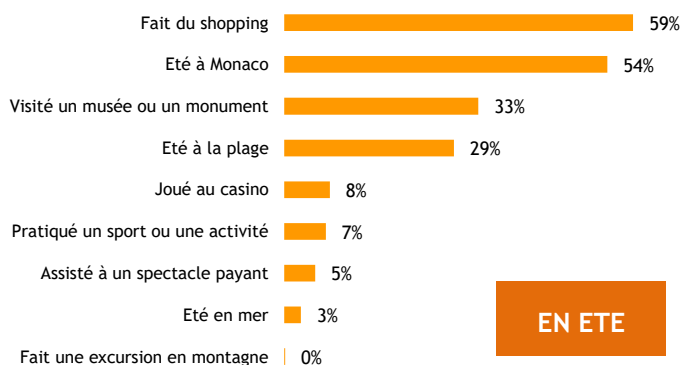
SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



SEGMENT LOISIRS

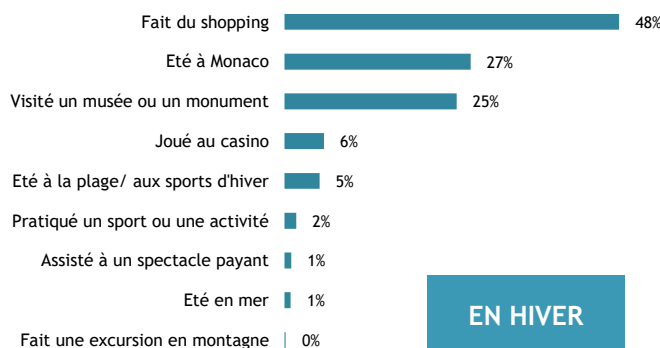
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout le shopping (59%), la visite à Monaco (54%) et la visite de musée-monument (33%). En hiver, c'est aussi le shopping qui vient en tête avec 48%, devant la visite de Monaco (27%) et la visite de musée-monument (25%). Sur l'année entière 21% vont à la plage ou aux sports d'hiver. Seuls 5% 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