

## Le Marché Ukrainien

L'Ukraine est un marché émergent, occupant une position stratégique entre Russie et UE, et qui bénéficiait d'une forte croissance économique jusqu'en 2011, avec une explosion des dépenses des Ukrainiens à l'étranger.

Le pays connaît depuis 2014 une grave crise politique (perte de la Crimée), un appauvrissement, avec chute du PIB, malgré un rebond entre 2017 et 2019, et une forte émigration de travailleurs. Il cherche à se rapprocher de l'UE et conserve son potentiel de croissance.

## La Côte d'Azur

Le marché ukrainien fait partie du marché Russie-CEI, qui figure au 9<sup>ème</sup> rang des marchés étrangers. Il représente environ 12% du grand marché Russie-CEI. Parmi les 53 sous-marchés (pays), il figure (en volume séjours) au 42<sup>ème</sup> rang. Sa contribution à la fréquentation étrangère se limite à moins de 1%.

La part de marché France n'est pas connue. Monaco accueille plus de 4 000 séjours hôteliers, d'une durée plutôt longue de 3,4 nuits. La fréquentation hôtelière à Monaco a connu une forte poussée (nuitées +45%) entre 2010 et 2019.

## Chiffres clés

- 25 000 séjours de 7 nuits en moyenne, dont :
- 13 000 séjours en hôtels et résidences, dont plus de 4 000 à Monaco, avec une forte croissance depuis 2011 (durée moy. séjours hôtels : 3,4 nuits)
- 13 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 40 résidences secondaires

Dépense : 112€/jour, 830€/séjour

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 58%, juillet-août = 40%, hiver = 20%. Pointe en août (22%)

Visiteurs avion : 43% repartent sur des vols directs vers Kiev, correspondance à Paris pour 11%, Varsovie 10%, Munich 8%, Istanbul 4%, Copenhague 3%, Francfort 3%, Vienne 3%, Budapest 3%

Ce marché n'inclut que l'Ukraine, soit une population de 43 millions d'habitants, dont 4 provenant de Russie-CEI, (52 millions en 1993), d'un âge moyen d'env. 40 ans.

### PIB

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

### Dépenses à l'étranger

7,6 milliards €, au 38<sup>ème</sup> rang mondial en 2019 - Tendance annuelle moyenne 2005-2019 : +8,9%

### Nombre de jours de congés payés

18 + 9 jours fériés = 27

Visa nécessaire pour la France : NON (depuis mi 2017) si - 3 mois

Particularités du calendrier : 1<sup>ère</sup> sem. de janvier fériée ; 29 juin et 24 août fêtes nationales

## C'est un marché...

- de jeunes primo-visiteurs (52%) ou habitués
- majoritairement de loisirs
- de couples et de familles, très jeunes (âge moyen Loisirs : 31 ans)
- à faible motivation musées (13%) et casinos, mais attiré par les spectacles, même payants (14%, 4<sup>ème</sup> rang parmi les marchés pays) et par Monaco (taux d'excursion 63%)



## Pouvoir d'achat de la Hryvnia en France



A fin avril 2021, l'évolution du pouvoir d'achat des Ukrainiens en France (€ pour 1 Hryvnia ou Grivna) est en très forte chute. La perte est de -70% depuis l'été 2012, l'essentiel de la chute ayant eu lieu entre 2012 et fin 2017.

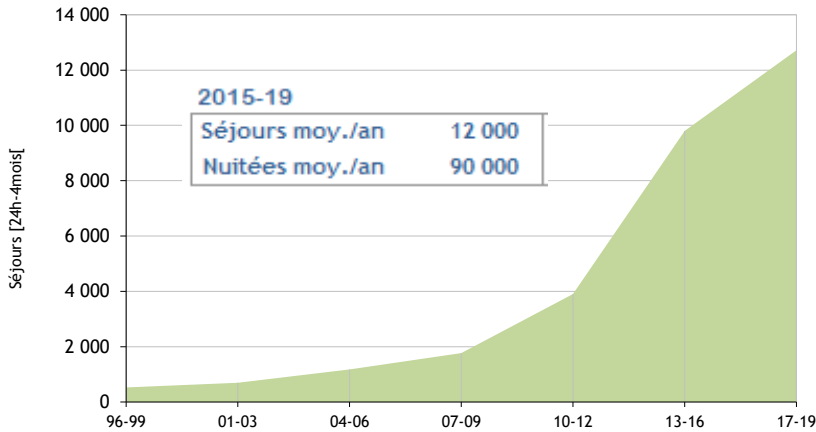
Cependant, sur ce marché, l'€ et le US\$ sont utilisés aussi et le marché noir est très développé, expliquant dans ce contexte le maintien de la demande touristique

## 😊 Points forts

- un marché de diversification en Europe, émergent malgré la crise récente
- un des rares marchés européens à fort potentiel de croissance
- suppression de l'obligation du visa depuis mi 2017
- nette croissance des séjours avion
- clientèle très jeune (35% de -30 ans ; âge moyen 33 ans en Loisirs Marchand ; absence de Seniors)
- forte dépense moyenne (112€/jour), 14<sup>ème</sup> sur 53 marchés pays

## 😞 Points faibles

- desserte directe encore réduite à un vol saisonnier (6 visiteurs sur 10 doivent effectuer une correspondance)
- grave crise politique et économique actuelle, population en baisse
- forte dévaluation de la monnaie
- séjours Côte d'Azur concentrés sur Nice-Cannes-Monaco (plus de 8 sur 10), absence sur le haut-pays
- forte concentration sur juillet-août (40%)
- faibles taux de pratique d'activités



Environ la moitié des Ukrainiens arrivent sur la Côte d'Azur par avion jusqu'à Nice Côte d'Azur. Moins de la moitié de ces visiteurs avion repartent sur le vol direct Nice-Kiev.

Le volume de séjours avion augmentait de façon exponentielle depuis le début de la décennie 2000. Malgré un ralentissement de la croissance depuis 2016, le potentiel de croissance reste élevé.

Les séjours par avion sont plutôt longs, ils durent en moyenne 8,3 nuits, tirée par les longs séjours en non Marchand (15 nuits). Pour le Loisirs Marchand comme non Marchand le principal segment est le 4-6 nuits (durée moyenne : 6,2 nuits), et pour l'Affaires le 2 nuits (9 nuits en moy.).

Le taux de satisfaction est très bon avec 85% de "très satisfaits" mais aussi 6% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs atteint 52% (marché encore "neuf" pour la destination).

La dépense moyenne est élevée à 106€ par jour/pers. et 807€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne seulement 9% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 20%.

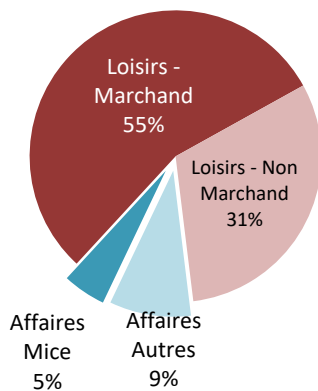
La clientèle est âgée de 33 ans en moyenne, voire seulement 31 ans en Loisirs Marchand, donc très jeune (la présence d'enfants fait baisser l'âge moyen). Le principal segment âge en Loisirs est le 30-39 ans (33%).

2007-19	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	7,5	6,2	15,1	9,1
Age moyen	33	31	35	39
Nb Personnes	1,9	2,4	1,5	1,5
Taux 1 <sup>er</sup> visite	52%	67%	34%	28%
Dépense/séjour	807 €	787 €	873 €	730 €
Dépense/jour	106 €	138 €	70 €	155 €
> 200€ / jour	20%	20%	15%	33%
De 30 à 200€ /jour	71%	80%	60%	52%
<30€ / jour	9%	0%	24%	15%
Satisfaction				
Très satisfaits	85%	83%	88%	87%
Satisfaits	9%	8%	8%	12%
Non entier. Satisf.	6%	8%	4%	1%

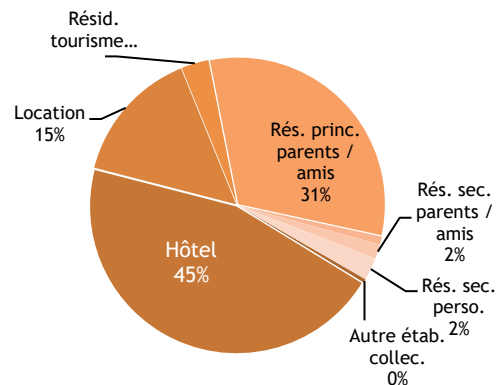
## SEGMENTATION CIBLES

Le segment Loisirs Marchand est majoritaire avec une part de 55%, en progression. La part du Loisirs Non Marchand est élevée, à 31%. Le segment Affaires représente 14% des des séjours avion, dont seulement 5% pour le MICE.

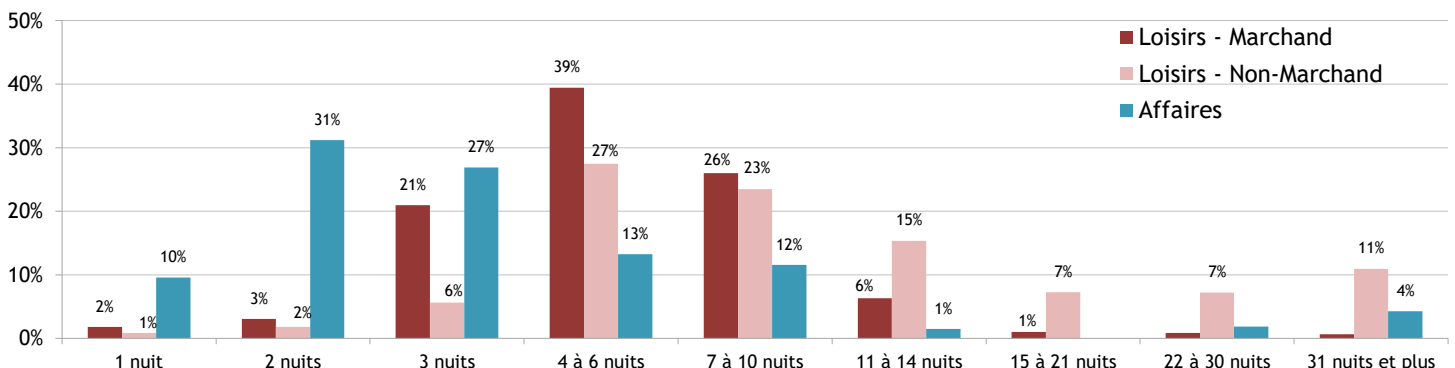
Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est l'hôtel, avec 45%, devant les parents et amis (31%). 4% des séjours loisirs seulement ont lieu en résidences secondaires, mais la location (incluant les plates-formes entre particuliers) concerne 18% des séjours ukrainiens.



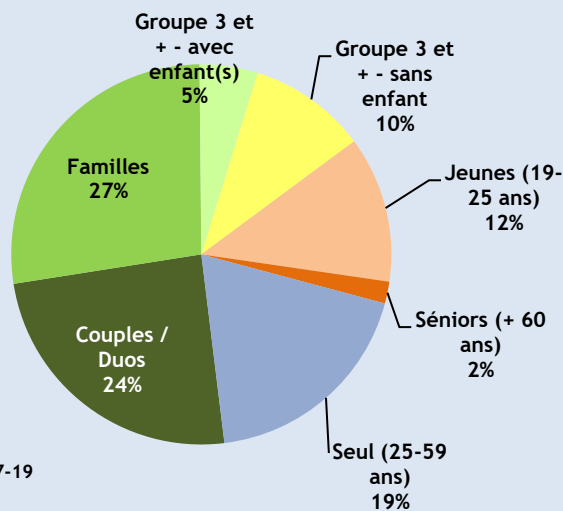
## SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



## DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



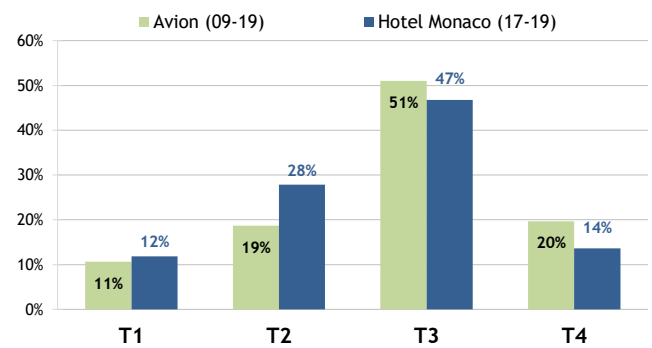
## TYOLOGIE LOISIRS / AVION



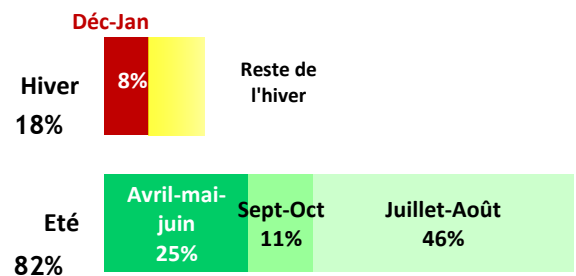
Moyenne 2007-19

Les Ukrainiens à motif Loisirs venant par avion voyagent le plus souvent en Famille, soit 32% des cas (incluant 1,6 enfant en moyenne). Les Couples/Duos représentent 24% des séjours. 19% voyagent seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et 10% voyagent à 3 ou plus sans enfant (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Jeunes représente 12%. En revanche, les Séniors sont pour l'instant quasiment absents de la demande Loisirs avion (2% seulement).

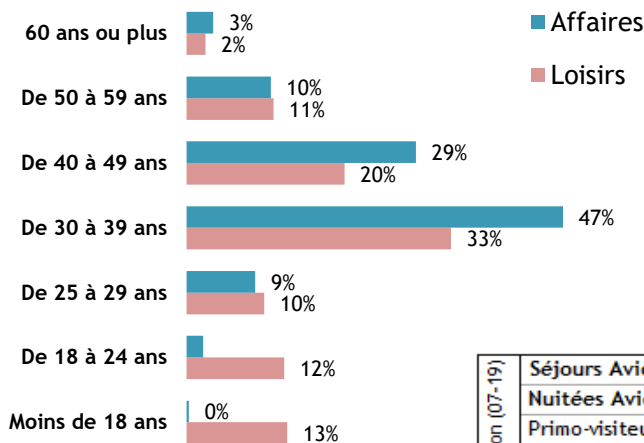
## SAISONNALITE DES SEJOURS



## NUITÉES 2017-19 - HOTELS MONACO



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



**Saisonnalité :** la demande se concentre sur le 3<sup>ème</sup> trimestre, avec la moitié des séjours annuels. La période de Juin à Septembre représente 58% des séjours avion comme des arrivées à Monaco (63% des nuitées). Le 2<sup>ème</sup> trimestre pèse 28% à Monaco mais 19% globalement.

**Age/CSP :** 62% des touristes Loisirs appartiennent aux catégories CSP+, 1% seulement sont des retraités et 6% des étudiants. La classe d'âge la plus fréquente est celle des 30-39 ans pour le Loisirs (33%) comme pour l'Affaires (47%). Les Séniors sont très peu nombreux.

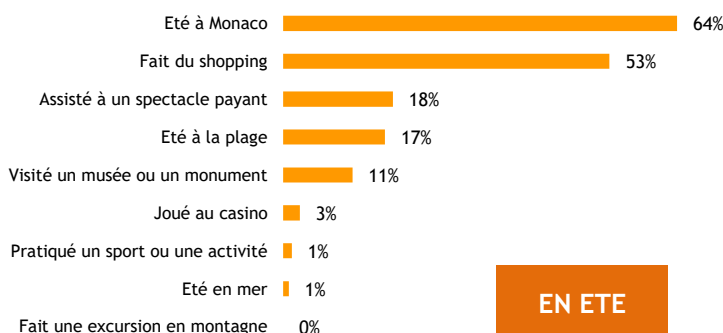
**Zones :** Nice héberge 52% des séjours avion mais 64% des primo-visiteurs. Monaco (15%) est devant Cannes (14%) et Antibes réalise une part de 8%, voire 13% pour les nuitées avion. Le Littoral Métropole réalise 7%. La fréquentation des autres zones est marginale.

	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
Avion (07-19) Séjours Avion	52%	7%	14%	8%	3%	15%	0%	0%
Nuitées Avion	51%	6%	17%	13%	2%	11%	0%	0%
Primo-visiteurs	64%	13%	9%	7%	0%	7%	0%	1%
Déjà-venus	44%	7%	18%	9%	2%	21%	0%	0%

## SEGMENT LOISIRS

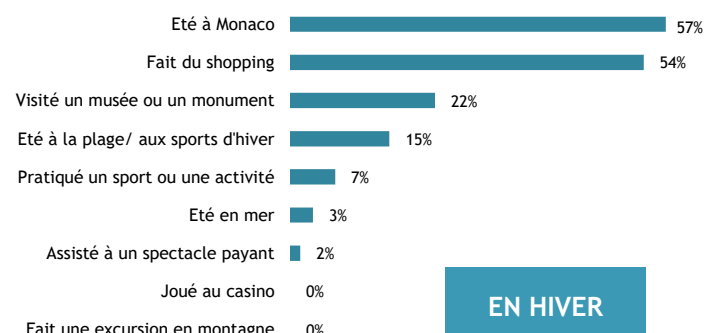
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la visite de Monaco (64%), le shopping (53%) et les spectacles payants, devant la plage (17%). En hiver, c'est également la visite de Monaco qui vient en tête avec 57%, devant le shopping (54%), et la visite de musée-monument (22%). Sur l'année entière 14% déclarent avoir assisté à un spectacle payant durant leur séjour, un taux élevé, mais peu indiquent avoir joué au casino, été en mer ou en montagne.

### ACTIVITES DECLAREES



EN ÉTÉ

### ACTIVITES DECLAREES



EN HIVER