RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

ATOUT FRANCE
L'Agence de développement touristique de la France

Plan d'actions Hongrie

Le budget voyages des Hongrois semble avoir été sanctuarisé avec des vacances à l'étranger et des dépenses touristiques en forte hausse. Un marché secondaire à ne pas négliger !

En savoir plus sur les clientèles de ce marché

Principales données économiques du marché

- Population : 9,7 millions d'habitants
- Taux de croissance 2023 : -0,9%
- Prévision du taux de croissance 2024 et 2025 : +2,2 % et 3,3%
- PIB par habitant (2023) : 45 690 $

La très forte inflation des dernières années (+17% en 2023) s'est drastiquement réduite en 2024 (projections FMI de +3,7% en 2024). Grâce aux importante revalorisations de salaires et de pensions en 2022 et 2023, la population hongroise a pu maintenir son niveau de consommation et a même fortement augmenté ses dépenses dans le cadre des vacances (+20% en 2023 vs 2022 et projections de +10% en 2024 vs 2023).
Les vacances seront même le premier poste de dépenses des Hongrois en 2024 selon le Cofidis Credit Monitor.
Sources : Commission Européenne, Statista, Oxford Economics, Office National de la Statistique

Positionnement de la destination France

Comme dans la plupart des marchés d'Europe Centrale (notamment en République tchèque et en Roumanie), on note en Hongrie une **reprise notable des séjours vers l'étranger en 2023** (4,85 millions de séjours, soit +34,85% vs 2022). Conséquence de l'inflation, **le montant des dépenses a augmenté de manière encore plus significative,** s'établissant en 2023 à 4 milliards d'euros, soit une **hausse de +47%** par rapport à 2022.
La France était en 2022 la 11e destination la plus visitée par les touristes hongrois qui y ont généré 1,4 million de nuitées et environ 105 millions d'euros de dépenses touristiques. Notre destination a enregistré **229 000 arrivées de touristes hongrois en 2022** (vs 215 320 en 2019).
Si la desserte de la France a été significativement réduite lors de la pandémie avec seulement 4 villes desservies (Paris, Nice, Marseille et Mulhouse/Bâle ainsi que Genève pour les Alpes française), l'ouverture de 2 nouvelles lignes en 2024 à destination de **Lyon** et de **Toulouse** devrait permettre une meilleure programmation de notre destination.

La France devrait en outre pouvoir regagner des parts de marché grâce à une offre qui correspond aux attentes des touristes hongrois dans le domaine de la **culture,** des **activités de plein air** et de la **montagne hiver** (495.000 hongrois vont skier chaque année à l'étranger).

Principales motivations de séjour et mode de réservation

- Les principaux bassins émetteurs sont la capitale Budapest et les villes industrielles de Gyor et Debrecen (secteur automobile et sous-traitants).
- Notre public cible est une clientèle hongroise de classe moyenne supérieure et plus attirée par notre art de vivre
- Panier moyen : hausse du prix moyen des séjours avec des hébergements de meilleure catégorie, essentiellement 3 et 4*
- Motivations de séjour : Tourisme urbain, Culture et Patrimoine, Ski
- Public cible : DINKS, Millenials, Seniors actifs
  Top 5 régions: PIDF, Côte d'Azur, Alpes, Provence, Centre Val de Loire

Intermédiation : Maximum 30% pour le tourisme de loisirs généraliste / beaucoup plus important pour le haut de gamme (environ 70%) et le ski (environ 70-80%)

Principales OTA : Invia, Booking, Expedia, Beontrip

Saisonnalité : Phases de réservation: septembre à janvier pour le ski, octobre à février pour l'été, 1 à 3 mois avant les séjours printemps et automne.

Recommandations pour aborder ce marché

Compte tenu de la spécificité du marché (clientèle individuelle connectée, intermédiation France relativement active), Atout France développe une stratégie de communication grand-public axée sur les réseaux-sociaux et les prescripteurs (presse et blogueurs) en déclinant les thématiques les plus pertinentes :

- Une offre renouvelée en matière d’expositions et d’événements pour développer les séjours urbains et culturels
- Une diversité des destinations touristiques avec de nouvelles idées de circuits notamment pour l´oenotourisme, la nature active et la montagne

Comme sur les autres marchés d'Europe centrale. Atout France s'attache à accompagner les Tour-opérateurs hongrois à mieux connaître l'offre touristique francaise afin d'étoffer leur programmation.

Thématiques : Tourisme urbain ; Culture ; Montagne Hiver ; Littoral ; Oenotourisme

Le marché Hongrie en un clin d'oeil

Chiffres clés | Marché

ATOUT FRANCE
Agence de développement touristique de la France

HONGRIE

Taux de change

1€ = environ 368 HUF

Quelques données économiques

- 9,7 MILLIONS d'habitants
- 20.770 € : PIB / habitant
- 2,4 % : prévision du taux de croissance de l'économie en 2024

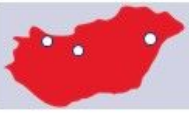
Données touristiques

- 8,2 Millions de voyages à l'étranger
- 169 800 Arrivées de touristes hongrois en France en 2022
- 47 Millions d'€ de recettes touristiques (2022)
- 7 Nuitées - Durée moyenne des séjours loisirs

Période de départ – toutes destinations

- 28% PRINTEMPS
- 17% AUTOMNE
- 45% ÉTÉ
- 10% HIVER

Principaux bassins émetteurs



Budapest
Győr
Debrecen

Connectivité aérienne France

PARIS BSL MRS NCE GVA

Profil voyageurs

- La France est la 12ème destination des Hongrois à l'étranger :
- La clientèle hongroise voyageant en France appartient à la classe moyenne supérieure
- Paris est la 3ème capitale la plus desservie au départ de Budapest derrière Londres et Francfort

Principales destinations visitées en France

TOP 3 des motivations de voyages en France

2 Nature et montagne

1 Tourisme urbain et culture

3 Littoral

Contact marché Hongrie | dagmar.grzeja@atout-france.fr

Sources : Commission Européenne, Statista, Oxford Economics, Office National de la Statistique

www.atout-france.fr | www.france.fr