

Pays-Bas

Données générales	Données économiques
Nom : Pays-Bas Régime politique : Monarchie Parlementaire Capitale : Amsterdam Monnaie : Euro Population : 16.3 millions d'habitants	PNB/Hab : 31 700€ Taux de chômage : 4.60% Taux d'inflation : 1.50% Taux de croissance : 1.40%

➤ **Données touristiques générales :**

• **Les vacances**

Taux de départ en vacances : 81.2%

En augmentation de 2% par rapport à 2003.

Nombre de départs par personnes : 2,82 (+1,8%) voyages en 2004

Les Hollandais partent plus souvent mais toujours sous le niveau de 2002.

• **Les séjours à l'étranger**

Nombre de départs à l'étranger : 17.1 millions (+4.3%)

Dépenses à l'étranger : 9.6 milliards d'€

Principales destinations étrangères

Courts séjours	France	Espagne	Allemagne
	17%	12%	9%
Longs séjours	Allemagne	Belgique	France
	28%	27%	16%

• **Les principaux bassins émetteurs :**

L'ouest : Randstad (Amsterdam, La Haye et Rotterdam), le sud (Breda, Eindhoven et Maastricht), l'est (Arnhem, Nijmegen), le nord (Groningen, friesland).

➤ **Comportements et tendances des consommateurs**

• **Mode de consommation et sources d'informations**

Réservations

Internet : 36%, agences de voyages 35%.

La part d'Internet a doublé en 2 ans et près d'un quart des packages se réservent via Internet.

Achats

61% des longs séjours et 51% des courts séjours et vacances additionnelles sont organisés via un intermédiaire.

Davantage d'intermédiation en 2004 : 11% en plus toute destination confondue.

Pour les voyages à l'étranger, l'augmentation de la part des ventes en ligne est particulièrement forte, elle est passée de 15% en 2002 à 24% en 2003.

• **Motivations**

La clientèle néerlandaise choisit ses destinations en fonction du prix et des phénomènes de mode.

• **Saisonnalité**

Désaisonnalisation accrue, 47% d'octobre à mai 2004 contre 32% en 2000 et 38% en juillet et août 2004 contre 44% en 2000.

- **Mode de transport**

	Voiture	Camping car	Avion	Train	Bus
Longs séjours	53%	1%	38%	2%	5%
Courts séjours	64%	1%	17%	8%	7%

Croissance toujours aussi importante des low-cost (en 2004, 30% des voyages en avion).

- **Types et durées des séjours**

Augmentation du tourisme de villes.

Vacances additionnelles (< 7 nuits) : 54% soit 18.9 millions

Vacances principales (> 7 nuits) : 46% soit 16.2 millions

- **Hébergement**

	Caravaning, mobilhome, camping car, tente	Maison	Appartement	Famille/amis	Hôtel	Particulier
Longs séjours	53%	15%	10%	7%	6%	5%
Courts séjours	7%	9%	5%	15%	54%	2%

- **Destination France :**

Séjours	2.88 millions (-13%)	Durée moyenne du séjour	Longs séjours : 15,2 nuits Courts séjours : 3,2 nuits
Nuitées	31.9 millions (-17%)	Dépenses	Long séjour : 36€/ j / pers. Court séjour 92€/ j / pers.

- **Les régions préférées (2003)**

	Longs séjours	Courts séjours		Longs séjours	Courts séjours
Rhône-Alpes	18%	4%	Alsace-Vosges	3%	5%
PACA	15%	3%	Auvergne	3%	1%
Languedoc-Roussillon	10%	2%	Centre Val de Loire	3%	4%
Bretagne	6%	1%	Franche-Comté – Jura	3%	1%
Midi-Pyrénées	6%	1%	Poitou-Charentes	3%	-
Aquitaine	5%	1%	Champagne-Ardenne	2%	2%
Normandie	5%	4%	Corse	1%	-
Bourgogne	4%	2%	Lorraine	1%	1%
Limousin	4%	1%	Ile-de-France	1%	56%
Pays-de-la-Loire	4%	-	Picardie	1%	2%

- **Types et durées des séjours**

Courts séjours (34%) : 3.2 nuits

Longs séjours (66%) : 15.2 nuits

- **Organisation**

42% des longs séjours et 63% des courts séjours et vacances additionnelles sont organisés via un intermédiaire.

Le marché néerlandais pour la France : Poussée des réservations via Internet.

- **Transport**

	Voiture	Camping car	Avion	Bus	Train
Longs séjours	88%	4%	3%	3%	1%
Courts séjours	67%	1%	8%	14%	10%

- **Hébergement**

Le camping est le mode privilégié des néerlandais pour venir en France. La tendance est inversée pour les courts séjours, ils utilisent beaucoup plus l'hôtel.

Fréquentation de l'hôtellerie française

	Arrivées	Nuitées
Hôtellerie de tourisme	2 007 278	3 772 372
Hôtellerie de plein air	2 358 169	13 832 975

- **Motivations**

Les principales motivations des néerlandais pour leur séjours en France sont la plage, littoral et activités en bord de mer, nature active mais aussi la culture (notamment les visites de monuments et de musées).

➤ **Destination Corse en 2006 :**

- **Evolution des séjours**

2001	2004	2005	2006
10 563	10 142	10 450	11 191

- **Nombre séjours et nuitées**

	Avant Saison	Saison	Arrière Saison	Total
Séjours	2 185	5 684	3 296	11 191
Nuitées	19 437	57 498	45 888	122 823

- **Durée moyenne des séjours**

Avant saison	Saison	Arrière saison	Moyenne
8.9	10.1	13.9	11.0

Part des Hollandais par type d'hébergement

Séjours	Ensemble	Avant Saison	Saison	Arrière Saison
Camping	2.6	0.3	1.4	10.1
Hôtel	0.9	1.1	1.2	0.2
Meublé	1.3	3.0	0.9	1.1
Résidence secondaire	1.5	2.4	1.6	0.4
Résidence de tourisme ou VV	0.5	0.7	0.4	0.6
Tourisme vert	11.6	7.4	25.6	0.6

Nuitées	Ensemble	Avant Saison	Saison	Arrière Saison
Camping	2.8	0.5	0.6	13.1
Hôtel	1.0	1.5	1.4	0.1
Meublé	0.7	1.9	0.5	0.6
Résidence secondaire	0.9	2.1	1.1	0.2
Residence de tourisme ou VV	0.3	0.0	0.2	0.7
Tourisme vert	13.9	11.5	27.8	0.4

➤ **Tendances et perspectives du marché**

Destinations en baisse

Pays-Bas (-26%), Belgique (-20%)- Allemagne (-10%), Grande Bretagne (- 14%), Scandinavie (- 9%), France (-7,8%), Espagne (-7%).

Destination en hausse

Retour de la concurrence de certaines destinations soleil dans le bassin méditerranéen à bas prix.
Maroc (+41%), Turquie (+30%), Tunisie (+26%), Portugal (+26%).

En France : Des réservations en retrait de 7,8% (435.104) par rapport à l'année précédente
Part de marché de 14%, 2ème destination la plus revendue par les Tour opérateurs après la Turquie.

Une tendance négative

Economie morose et une baisse du pouvoir d'achat ou une certaine retenue.

Le critère prix est important.

La fréquence des départs est sous pression.

Les dépenses devraient être en baisse.

Une tendance positive

Des changements dans l'offre et une réactivité de dernière minute.

Guerre des prix chez les Tour opérateurs : hausse des destinations à bas prix surtout pour les voyages en avion et les destinations soleil.

Le taux d'intermédiation devrait continuer de croître.

Forte augmentation du communautarisme, particulièrement sur Internet.

Les néerlandais planifient de plus en plus tard leurs congés en attente des offres de dernière minute.

D'ici 2020, la population de plus de 50 ans augmentera de 36%.

La population de 50 à 64 ans a effectué 4.5 millions de séjours en 2001, elle devrait en réaliser 5.5 millions en 2010.

➤ **Les cibles prioritaires**

Le grand public : Les urbains de 25 à 55 ans, les seniors

Les professionnels : Les voyageurs d'affaires individuels, les voyageurs (agences de voyages)

➤ **Les produits prioritaires :**

● **Produits d'appel**

Courts séjours à thème, événements (festivals, animations, fêtes), hébergement de charme, tourisme des jeunes.

● **Produits de découverte**

Tourisme itinérant (circuits et routes à thème), événements (festivals, animations, fêtes), Nature/Vacances actives.

● **Produits de consommation**

Tourisme urbain, montagne (été/hiver), Nature/Vacances actives.

● **Produits de niche**

Naturisme, Tourisme de jeunes, tourisme viti-vinicole.