

Le Marché Néerlandais

La Hollande représente un marché assez atypique en Europe. La demande se tourne surtout vers les modes locatifs et campings des zones littorales, rurales ou de montagne, qui attire d'une manière particulière les habitants des Pays-"bas", comme ceux du "plat pays".

La France accueille près de 5 millions de touristes hollandais par an (7ème rang des étrangers), qui durent en moyenne 7 nuits. En 2018 la fréquentation est en hausse de 10%, la meilleure tendance parmi les grands marchés européens de la France.

Parmi les régions de l'Union Européenne au plus fort PIB par habitant, on trouve les régions néerlandaises de Groningue, Utrecht et la région Nord.

La Côte d'Azur

La Côte d'Azur ne se situe pas sur le coeur de marché et sa clientèle hollandaise présente un profil atypique. La destination a toutefois sa carte à jouer, notamment sur les segments haut de gamme, montagne et sports d'hiver. Les Pays Bas figurent au 11ème rang des marchés étrangers (8ème en 2006). Sa contribution à la fréquentation étrangère se limite à 2,5%. La Côte d'Azur accueille moins de 4% des nuitées hôtels en France. **La part de marché est faible et en baisse.**

Principales régions d'origine : plus de la moitié viennent de la région Ouest incluant Amsterdam, 20% du Sud, 15% du Nord et 10% de l'Est.

Chiffres clés

- 180 000 séjours de 6,5 nuits en moyenne, dont :
- 60 000 séjours en hôtels et résidences
- 80 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- 1000 résidences secondaires (-18% depuis 2011)

Dépense : 88€/jour, 571€/séjour

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 53%, juillet-août = 28%, hiver = 21%. Pointe en août (14%)

Visiteurs avion (2015-20) : 77% des visiteurs repartent sur un vol vers Amsterdam, 12% vers Eindhoven, 4% vers Rotterdam, 2% vers Paris, 1% vers Bruxelles, 1% vers Genève/Zurich, 1% vers Londres

😊 Points forts

- la clientèle Côte d'Azur dispose d'un bon pouvoir d'achat
- un marché incontournable pour le camping
- une excellente dispersion spatiale au profit de tous les types d'espace (1er rang pour le taux de séjour et d'excursion en montagne, 2ème rang pour Pays de Grasse, 3ème pour Mandelieu)
- Une demande hivernale en hausse sensible et avec potentiel supplémentaire élevé
- au 1er rang des marchés pour le taux de pratique d'activités (visiteurs avion), notamment sports d'hiver
- plus de la moitié des séjours hôtels en 4-5*

Ce marché n'inclut que les Pays Bas, soit une population de 17 millions d'habitants (âge moyen : 39 ans).

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2019 : +2,9%/an

Dépenses à l'étranger

18,4 milliards €, au 16ème rang mondial en 2019 - Tendance annuelle moyenne 2005-2019 : +2,5%

Nombre de jours de congés payés

20 + 7 jours fériés = 27

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

Particularités du calendrier : fête du roi le 26 ou 27 avril, 4 et 5 mai : fêtes de la commémoration/libération

C'est un marché...

- de proximité, bien desservi par les low cost
- majoritairement de loisirs
- pour l'hôtellerie de plein air (principal marché étranger avec 30% des nuitées étrangères dans les campings, 11% du total séjours hollandais Côte d'Azur) et le mode locatif
- de résidents secondaires (1er rang des marchés pour le taux de séjours avion en RS personnelle)
- pour le Moyen Pays et la Montagne (au 1er rang pour le taux d'excursion en montagne : 7%)
- de touristes souvent actifs (au 1er rang pour le taux de pratique d'activités : 12%), notamment sports d'hiver et spectacles

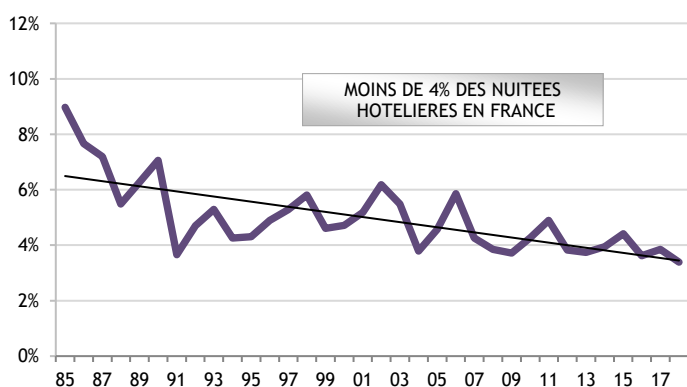
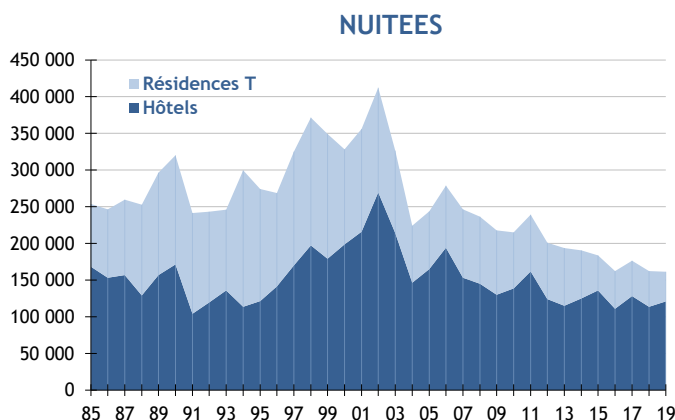
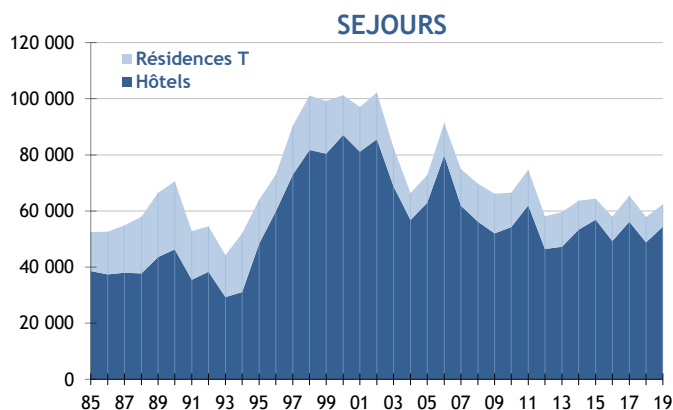


😞 Points faibles

- une offre Côte d'Azur en décalage par rapport au profil général de la demande, qui recherche des offres moins haut de gamme à prix moins élevés
- part de marché Côte d'Azur très faible et en baisse
- poids du non marchand (près d'un séjour avion sur 2), mais baisse du nombre de résidences secondaires
- âge moyen élevé et difficulté à attirer les jeunes (10% des visiteurs avion ont moins de 25 ans)

OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR

Les séjours hollandais en hôtels et résidences ont été multipliés par deux entre 93 et 2002, puis ont reflué jusqu'en 2012, avant de se stabiliser, avec des années de sursaut (pointes périodiques en 2006, 2011, 2015, 2017, 2019). La demande en résidences de tourisme a plus fortement reculé, surtout en nuitées, mais leur part sur le cumul des deux hébergements reste élevée : 14% des séjours et 28% des nuitées.



PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Hollandais en réalisent seulement 3,4% sur la Côte d'Azur. Malgré quelques pics autour de 6% jusqu'en 2006, la tendance reste nettement baissière sur le long terme.

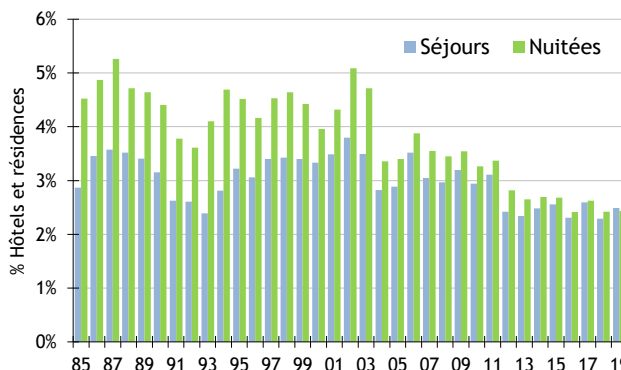
La part de 2019 tombe à un niveau très bas, l'une des plus faibles parmi les marchés étrangers.

Une partie de ce recul est dû au transfert vers les résidences de tourisme puis vers les plates-formes d'hébergements entre particuliers.

La part des Hollandais dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences s'est maintenue au dessus de 4% jusqu'en 2003, dépassant même parfois les 5%. Sa contribution a nettement chuté ensuite. La tendance reste négative jusqu'en 2013, mais se stabilise ensuite.

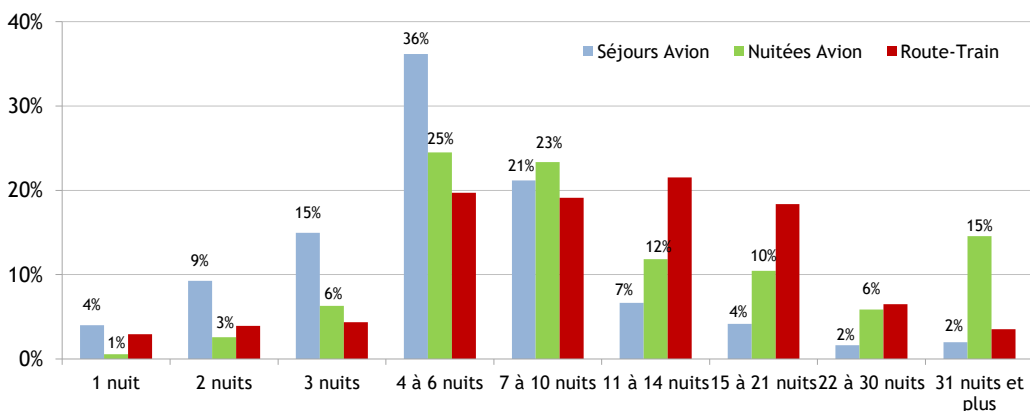
La part des nuitées était nettement plus élevée que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour très supérieure à la moyenne. Toutefois, cet écart s'est fortement réduit à partir de 2004, les longs séjours s'étant reportés sur les modes locatifs.

CONTRIBUTION DES HOLLANDAIS A LA FREQUENTATION ETRANGERE

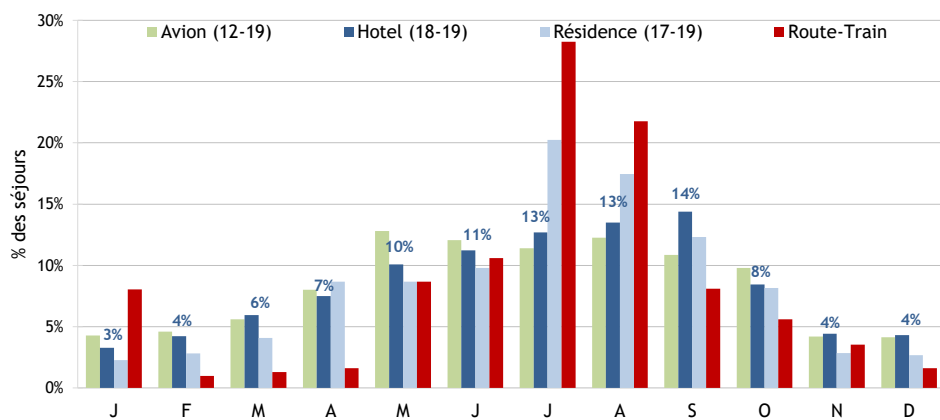


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Hollandais est assez moyenne sur la Côte d'Azur. Les séjours par avion durent moins de 7 nuits en moyenne (7,7 pour les Loisirs et 4,4 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchand durent 9,6 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) groupent 28% du total. Dans l'hôtellerie, les séjours durent 2,3 nuits en moyenne, pour 5,3 nuits dans les résidences. Pour les séjours avion, le principal segment est de loin le 4-6 nuits, soit 36% des séjours. Les séjours de plus de 3 semaines sont rares mais pèsent pour plus de 2 nuitées sur 10. Les séjours route-train durent 12,6 nuits en moyenne (principal segment : 11-14 nuits).



	Durée	Nuits
Avion 12-19	Hôtels	2,3
	Résidences	5,3
	Hôtels+Rés.	3,2
	Moyenne	6,9
	Loisirs	7,7
	Dont Hébergement marchand	5,4
	Dont Hébergement non-marchand	9,6
	Affaires	4,4
	Dont MICE	3,9
	Dont Autres affaires	4,6
Route - Train	12,6	



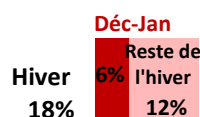
Hotels + Résidences		
18-19	SEJOURS	NUITEES
J	3,1%	2,8%
F	4,0%	3,6%
M	5,6%	4,9%
A	7,5%	7,0%
M	9,9%	10,1%
J	11,1%	10,8%
J	13,8%	15,5%
A	14,1%	16,7%
S	14,3%	14,3%
O	8,3%	7,9%
N	4,2%	3,3%
D	4,1%	3,0%

Les séjours hollandais sont assez concentrés sur la saison d'Avril à Octobre, avec un point bas en début d'année. Les séjours hôtels sont mieux répartis mais sur les segments résidences et route-train la pointe de Juillet reste bien marquée. La demande locative (résidences) est forte entre Avril et Octobre. La présence en hiver reste très limitée. Les séjours avion sont bien répartis avec une pointe en Mai-Juin (2ème rang des marchés pour le taux de séjours avion en Mai).

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.

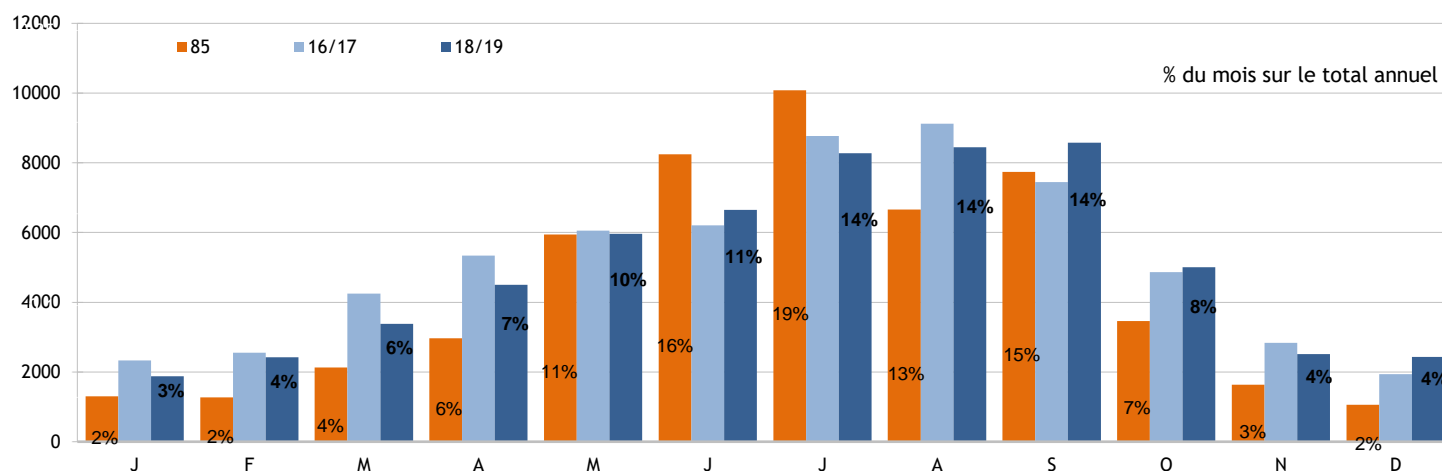
Les nuitées hébergements sont concentrées sur l'été et notamment sur Juillet-Août qui en regroupent 32%. Le printemps réalise près de 3 nuitées sur 10. Mais seules 18%

NUITEES 2018/19 - HOTELS ET RESIDENCES



L'évolution des séjours hébergements depuis 1985 (en volume) montre une croissance de la demande quasiment tous les mois de l'année, sauf en Juin et Juillet (-18%) et en Mai (stabilité). La hausse est surtout marquée en Décembre (+129%), Février (+91%), Mars (+59%) et Novembre (+54%). Concernant la part de chaque mois, on note entre 85 et 2018/19 une croissance de la part des séjours réalisés en Janvier-Février-Mars-Avril, en Août et en Octobre-Novembre-Décembre, une évolution par conséquent très positive.

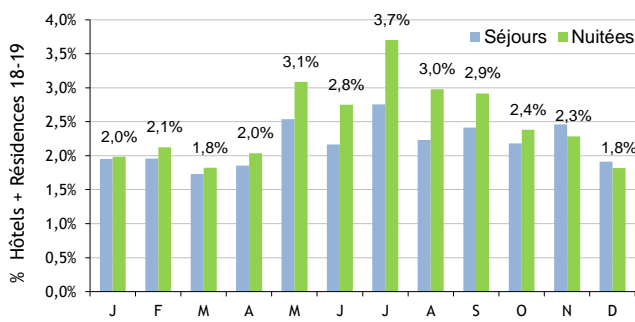
EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



POTENTIEL MENSUEL

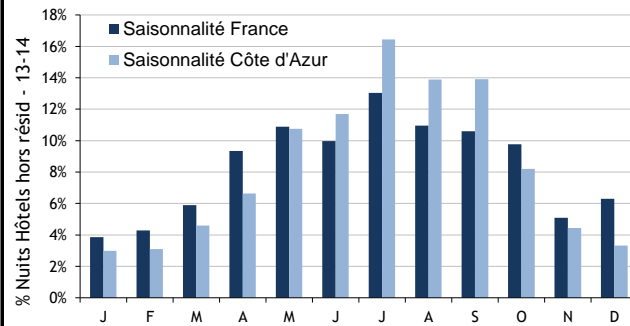
La part des Hollandais sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 1,8% en Décembre à 3,7% en Juillet. Ce marché pèse donc davantage en saison estivale et assez faiblement en hiver, sauf en Novembre (2,3%). La part de marché Côte d'Azur/France est faible en Décembre (2%) et atteint son maximum en Juillet-Août (4,9%). Si on compare la distribution mensuelle des nuitées entre la France et la Côte d'Azur, on constate un potentiel élevé sur la période de Janvier à Avril ainsi qu'en Octobre et Décembre, avec une présence importante en France mais moindre sur la Côte d'Azur.

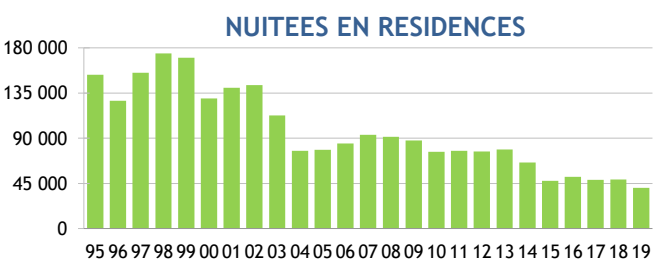
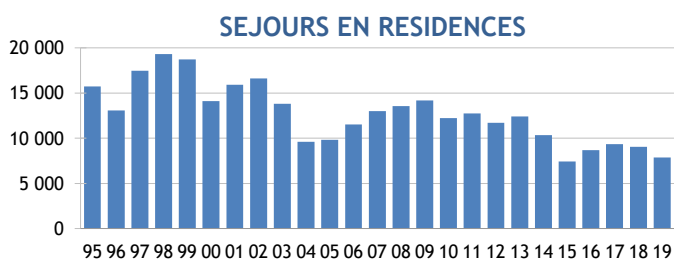
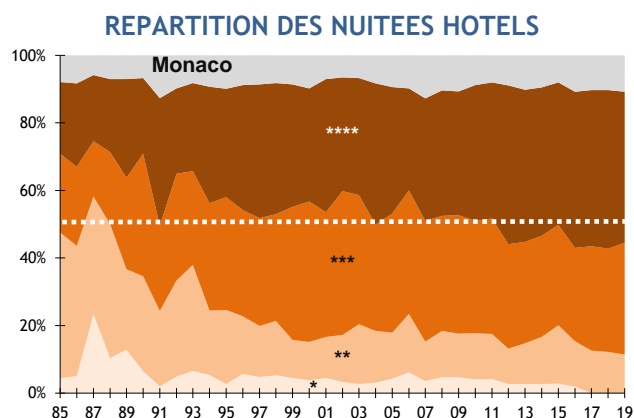
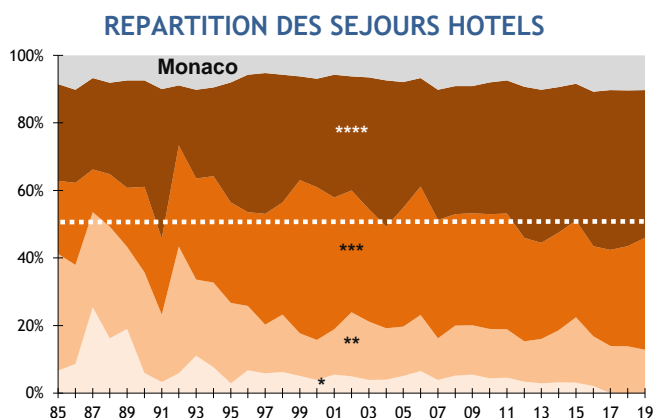
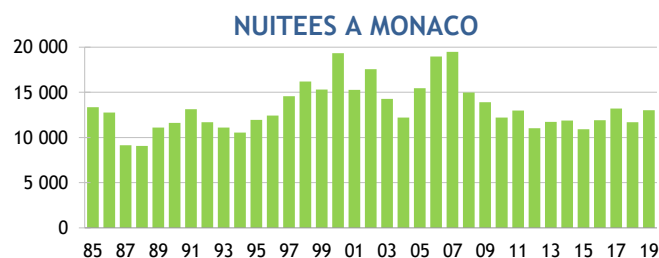
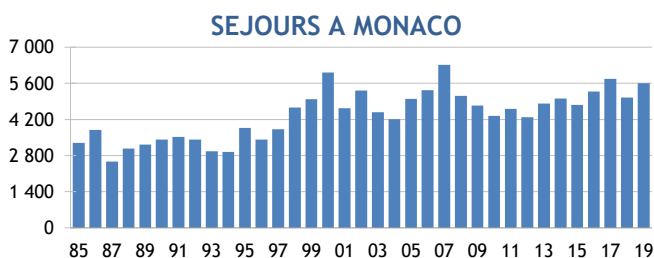
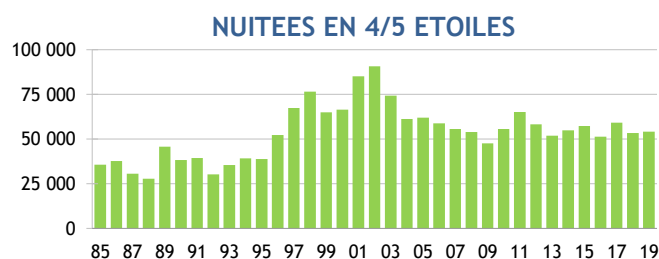
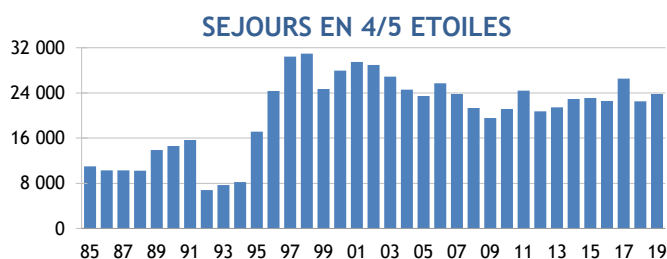
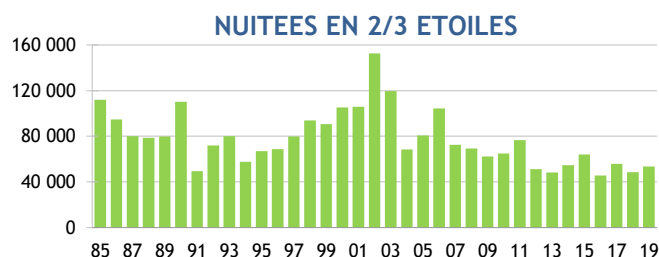
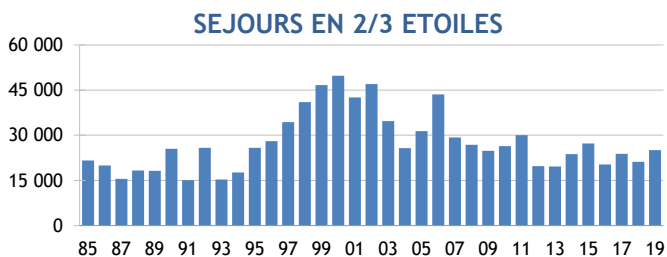
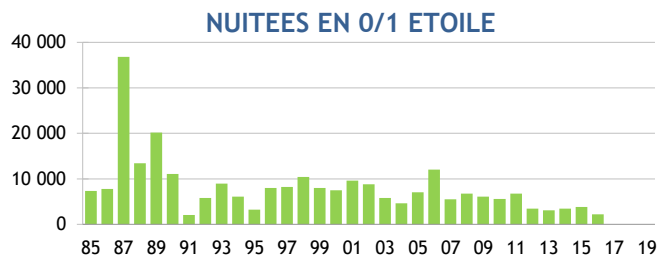
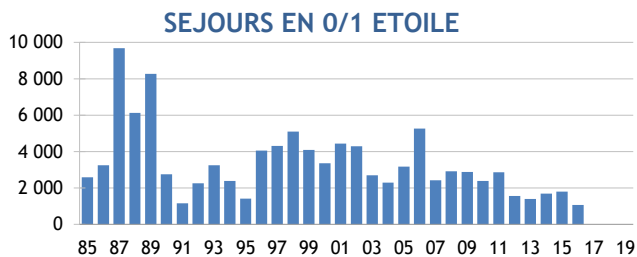
CONTRIBUTION



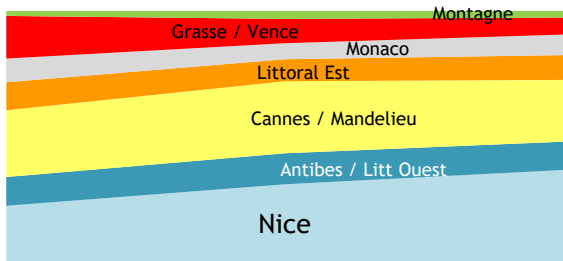
PDM 06/F	
J	3,0%
F	2,8%
M	3,0%
A	2,8%
M	3,8%
J	4,5%
J	4,9%
A	4,9%
S	5,1%
O	3,3%
N	3,4%
D	2,0%

POTENTIEL SUR LA FRANCE





TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE

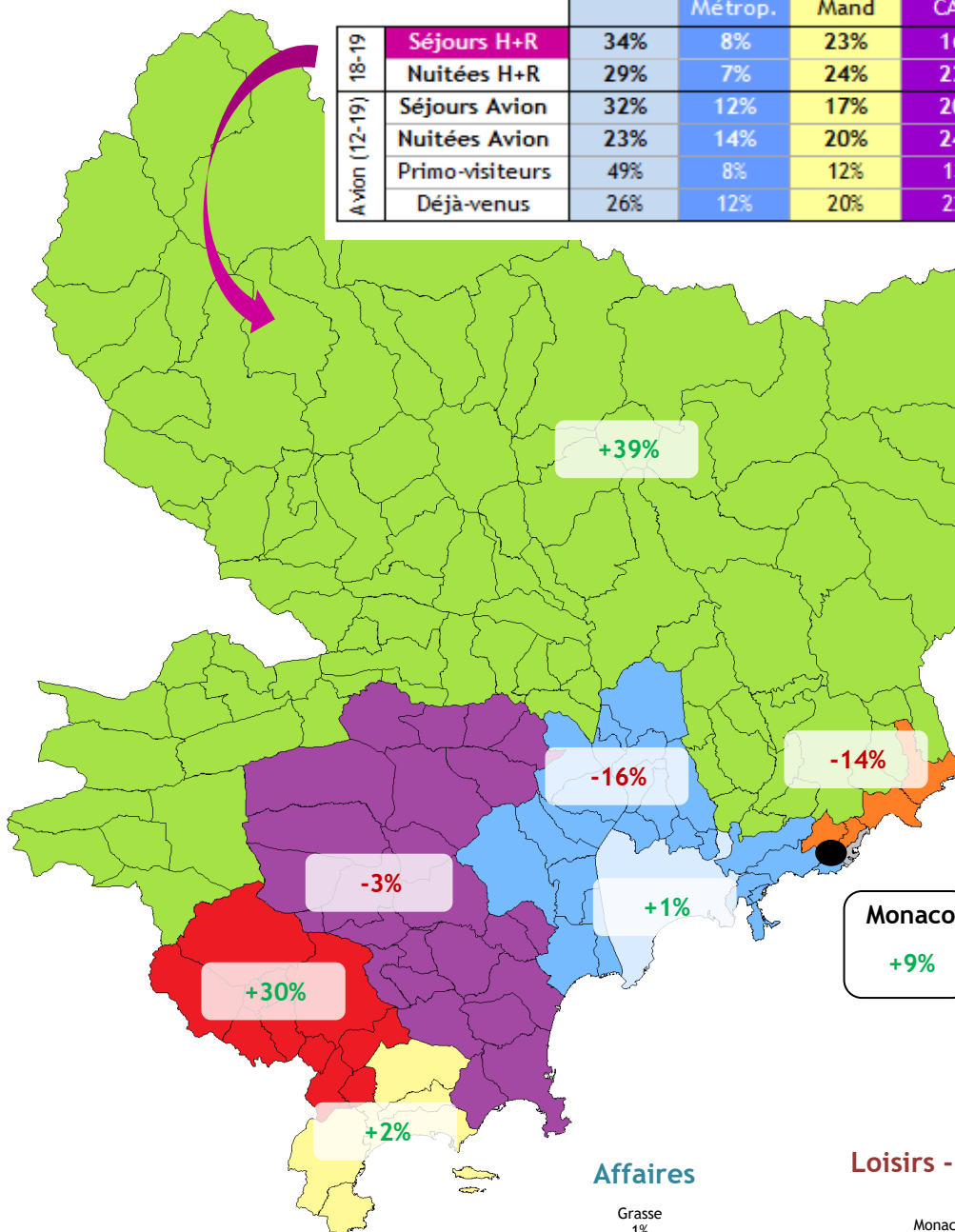


1992 2002 2012

Historiquement, les Hollandais se répartissaient très bien sur l'ensemble des espaces, y compris le Moyen Pays. La part de Nice était faible en 92 et derrière celle de Cannes (22% vs 27%). Le Moyen Pays bénéficiait d'une part de 17%, tombée à 7% en 2012 (report partiel vers les autres modes d'hébergement).

Au fil des années, la part de Nice s'est fortement accrue, passant de 22% à 37% en 2012.

		Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
18-19	Séjours H+R	34%	8%	23%	16%	5%	9%	2%	3%
	Nuitées H+R	29%	7%	24%	22%	5%	7%	2%	3%
A avion (12-19)	Séjours Avion	32%	12%	17%	20%	6%	8%	3%	2%
	Nuitées Avion	23%	14%	20%	24%	7%	6%	3%	2%
	Primo-visiteurs	49%	8%	12%	13%	8%	6%	4%	1%
	Déjà-venus	26%	12%	20%	22%	7%	6%	3%	4%

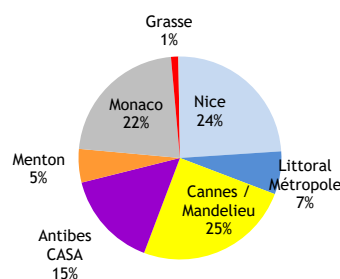


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2017-19 sont : Nice (34% des séjours hébergements et 32% des séjours avion), suivie par Cannes-Mandelieu (23% et 17%). Antibes-CASA réalise une belle part de 16% et 20%, le Littoral Métropole environ 10% et Monaco 9%. La demande se répartit bien sur le territoire.

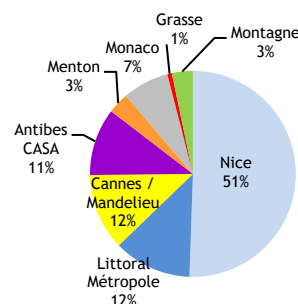
Le rôle moteur de Nice apparaît par le fait que la moitié des primo-visiteurs choisissent cette zone (et 13% Antibes, au second rang, juste devant Cannes). Nice héberge 51% des séjours Loisirs Marchand (devant Littoral Métropole : 12%), mais Antibes accueille 3 séjours Loisirs non Marchand sur 10 (1er rang devant Nice). Les séjours Affaires sont bien répartis entre Cannes, Nice et Monaco. Les Hollandais sont au 1^{er} rang pour le taux de séjours avion hébergés en montagne et à Villeneuve-Valbonne, au second rang pour Mandelieu, au 3^{ème} pour le Pays de Grasse, mais au dernier pour Nice.

En 2017-19 (voir carte), on note une forte baisse sur Littoral Métropole et Menton, une stabilité sur Nice, Cannes et Antibes, mais une forte croissance sur le Pays de Grasse et la Montagne.

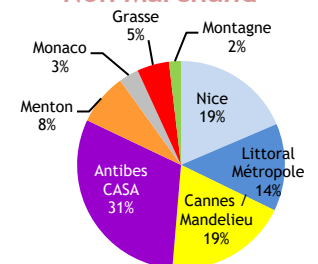
Affaires

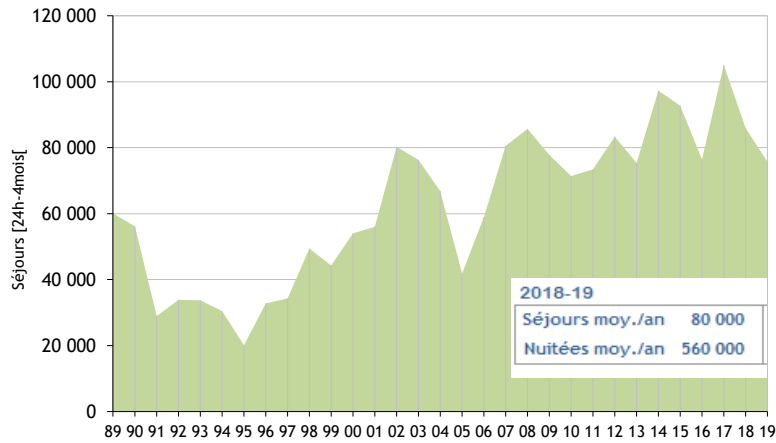


Loisirs - Marchand



Loisirs - Non Marchand





La part de l'avion est proche de 50% sur ce marché, plus faible que sur les autres marchés d'Europe du Nord du fait de l'importance du flux en campings-car et automobiles. Les séjours avion avaient chuté jusqu'en 95, avant de connaître une progression fulgurante (x4) entre 95 et 2002, due à l'offre low cost. La forte chute de 2005 a été suivie d'un rebond rapide. Dès 2007 les 80 000 séjours avion ont de nouveau été atteints, puis la barre des 100 000 séjours avion a été franchie en 2017. Le flux est en baisse sur les deux années suivantes.

Les séjours par avion durent en moyenne 7 nuits, et pour les 2 cibles Motifs Loisirs le principal segment est le séjour de 4 à 6 nuits, surtout pour le Loisirs Marchand (plus de 4 séjours sur 10 ont cette durée). Toutefois, leur durée moyenne se limite à 5,4 nuits, contre 9,6 en Loisirs Non Marchand (4,4 nuits pour le segment Affaires).

Le taux de satisfaction est très bon avec 87% de "très satisfaits" et seulement 3% d'insatisfaits. Le taux moyen de primo-visiteurs est faible à seulement 25%, mais ce taux monte à 45% en Loisirs Marchand.

La dépense moyenne est assez élevée à 88€ par jour/pers. et 571€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne 22% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 13%.

La clientèle est âgée de 43 ans en moyenne, et de 41 ans en Loisirs Marchand. Le principal segment âge en Loisirs est le 60 ans et + (un séjour sur 4).

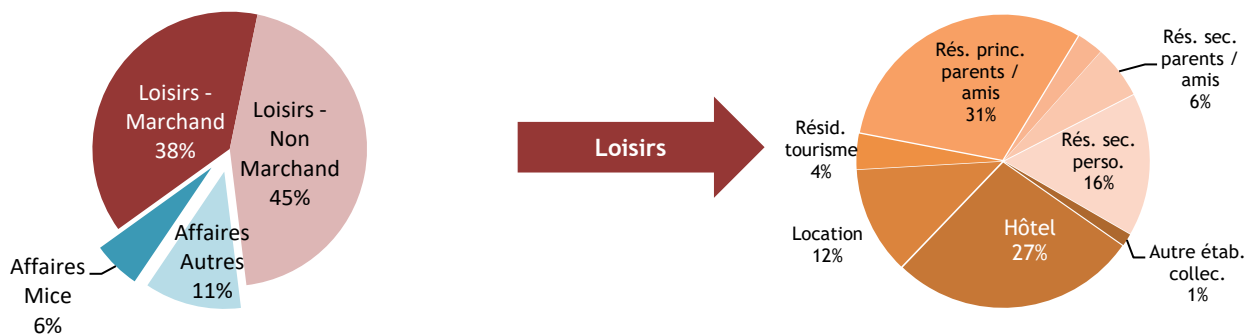
SEGMENTATION CIBLES

Le segment Loisirs Marchand regroupe 38% des séjours avion mais reste secondaire derrière le segment Loisirs non Marchand, qui pèse pour 45%. La part du segment Affaires se limite à 17% dont 6% pour le MICE.

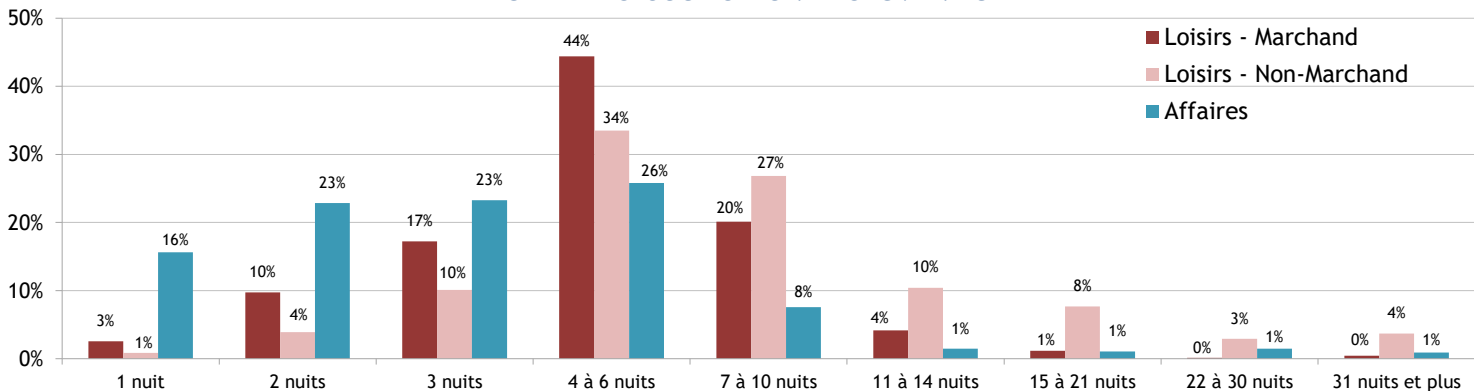
Parmi les séjours Loisirs, le principal mode d'hébergement est la résidence des parents et amis (3 séjours Loisirs sur 10), devant l'hôtel (27%) et les résidences secondaires (22%). La location meublée concerne 16% des séjours avion.

2012-19	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	6,9	5,4	9,6	4,4
Age moyen	43	41	44	41
Nb Personnes	1,7	2,1	1,7	1,3
Taux 1 ^{ère} visite	25%	45%	13%	25%
Dépense/séjour	571 €	661 €	473 €	641 €
Dépense/jour	88 €	122 €	57 €	186 €
> 200€ / jour	13%	14%	7%	32%
De 30 à 200€ / jour	65%	82%	53%	54%
<30€ / jour	22%	4%	40%	13%
Satisfaction				
Très satisfaits	87,2%	90,8%	84,9%	86,9%
Satisfaits	9,7%	4,8%	13,4%	9,0%
Non entières. satisfaits	3,1%	4,5%	1,8%	4,1%

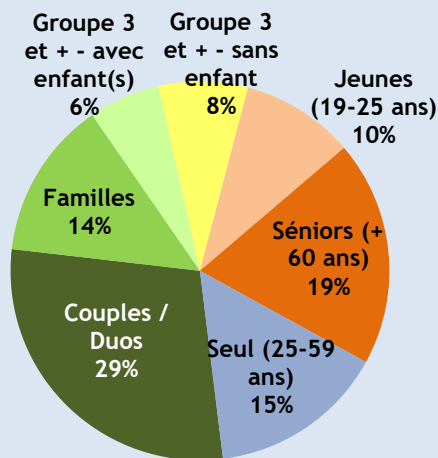
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGERMENT



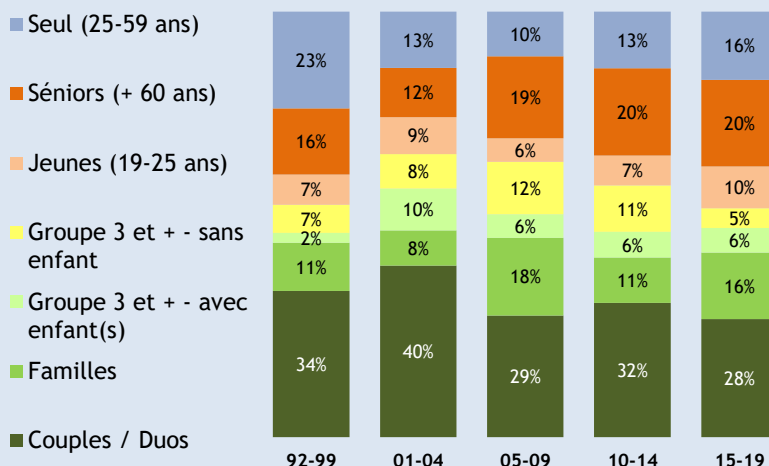
DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



TYOLOGIE LOISIRS AVION



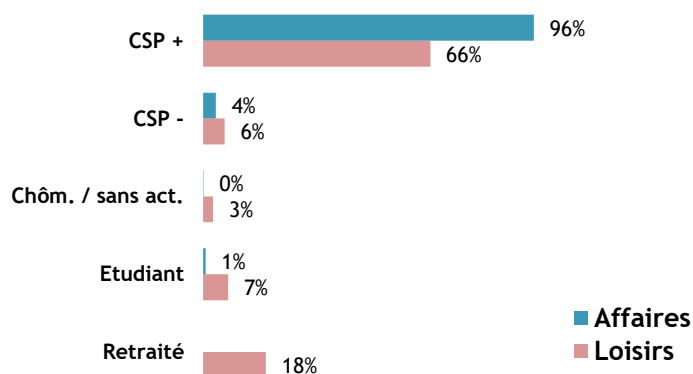
Moyenne 2012-19



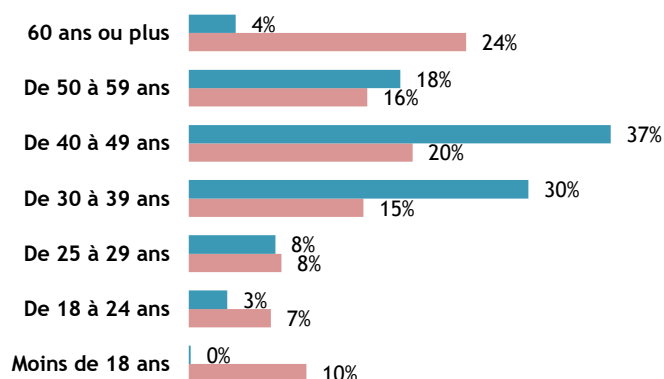
Les Hollandais à motif Loisirs voyagent le plus souvent à deux adultes, soit 29% des cas. Les autres sont surtout des Seniors (19%), ou des Familles (20%, incluant 1,7 enfants en moyenne)/ Les adultes voyageant seuls représentent 15% (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place) et les Jeunes 10% seulement. Un petit segment (8%) correspond aux adultes voyageant à 3 adultes ou plus (hors groupes constitués, non dénombrés).

Sur près de trois décennies, l'évolution est favorable au segment Familles (+ 9 pts), et un peu aussi aux Seniors (+ 4 pts). La part des Jeunes a progressé aussi. La part des Couples-Duos a chuté (après un pic en 2001-04). La part des voyageurs seuls a fortement chuté puis rebondi.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



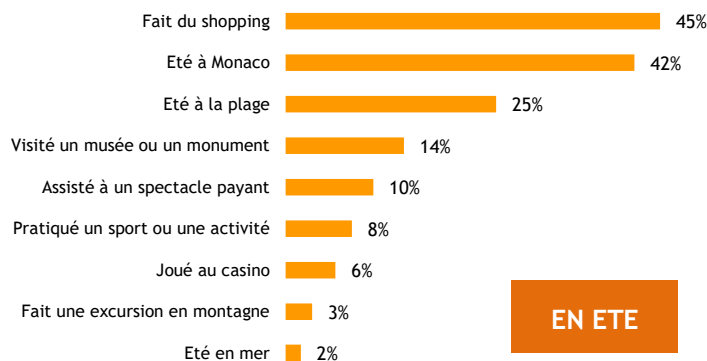
SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



SEGMENT LOISIRS

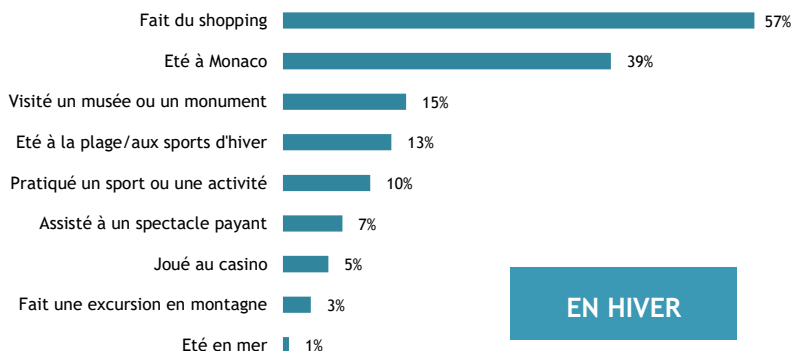
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout le shopping (45%), la visite de Monaco (42%) et la plage (25%). 14% visitent un musée ou un monument. En hiver, c'est aussi le shopping qui vient en tête avec 57%, devant la visite de Monaco (39%) et la visite de musée-monument qui recueille 15%. Les sports d'hiver sont aussi pratiqués par 13%. Sur l'année entière, un sur dix assiste à un spectacle payant durant leur séjour, presque autant pratiquent un sport ou une activité, 6% jouent au casino, mais très peu font une excursion en mer ou en montagne.

ACTIVITES DECLAREES



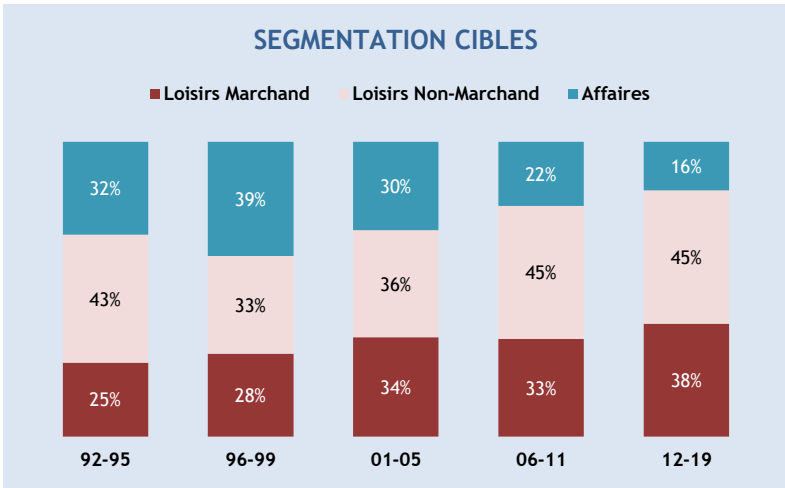
EN ETE

ACTIVITES DECLAREES

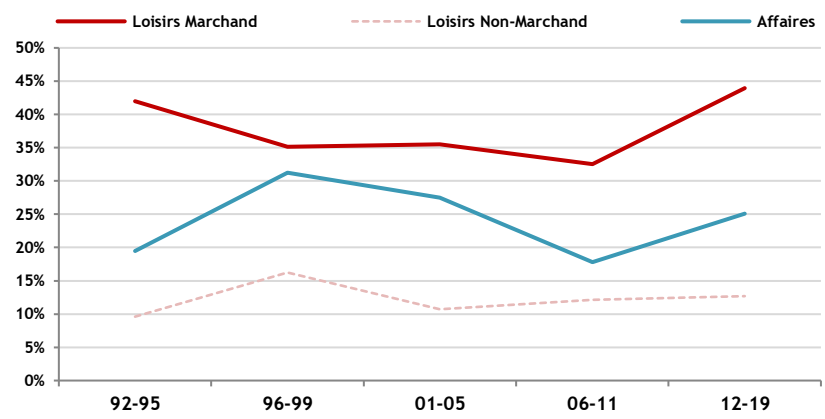


EN HIVER

SEGMENTATION CIBLES

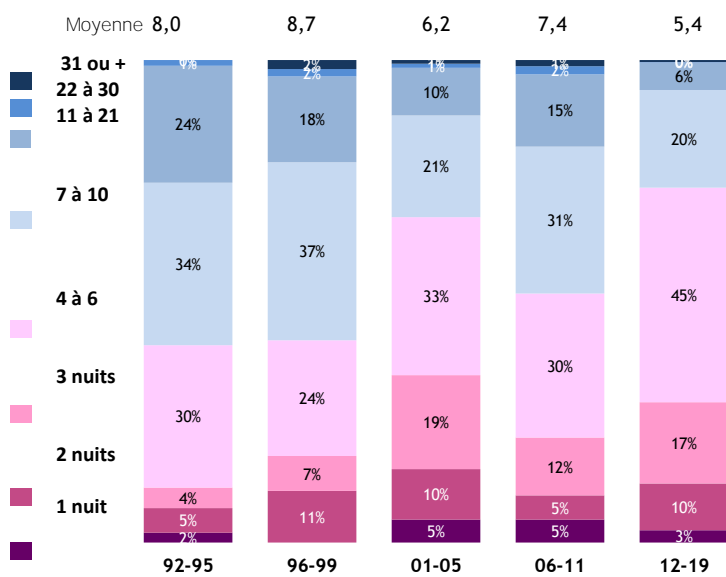


TAUX DE PRIMO-VISITEURS



Tendances Visiteurs avion Loisirs

DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



SEGMENTATION CIBLES

Progression de la part des deux segments Loisirs au détriment de l'Affaires, dont la part s'est réduite de moitié. Le Loisirs Marchand a gagné 13 points

TAUX DE PRIMO VISITEURS

Stabilité relative sur le long terme pour le non Marchand et l'Affaires. Pour le Loisirs Marchand érosion de la part de primo puis rebond sur la dernière décennie

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Baisse de 2 nuits. La part des courts séjours avait bondi à plus du tiers en 2001-05, mais recule depuis au profit des 4-6 nuits, devenus largement majoritaires. Forte baisse des longs séjours

ZONES DE SEJOUR

Nice et le Littoral Métropole voit leur part progresser. Tendence nettement négative pour Antibes-CASA et Monaco, et plus récemment pour Cannes, mais hausse pour la Montagne

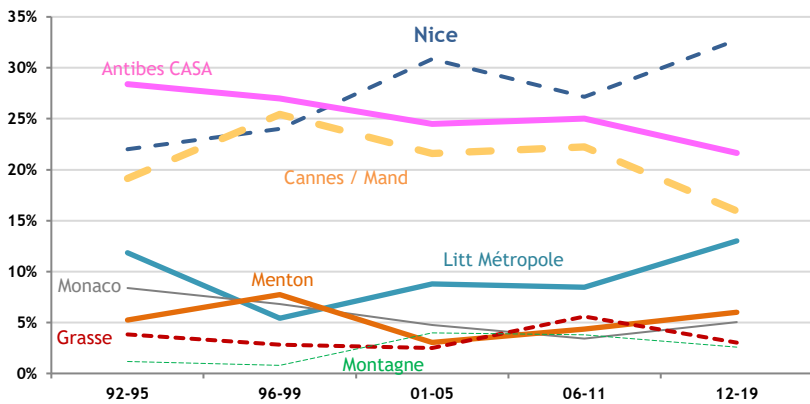
MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel a progressé jusqu'en 2005 puis rechuté, actuellement au second rang derrière les parents et amis, qui ont rebondi. Stabilité de la part des résidences secondaires et forte progression récente de la location

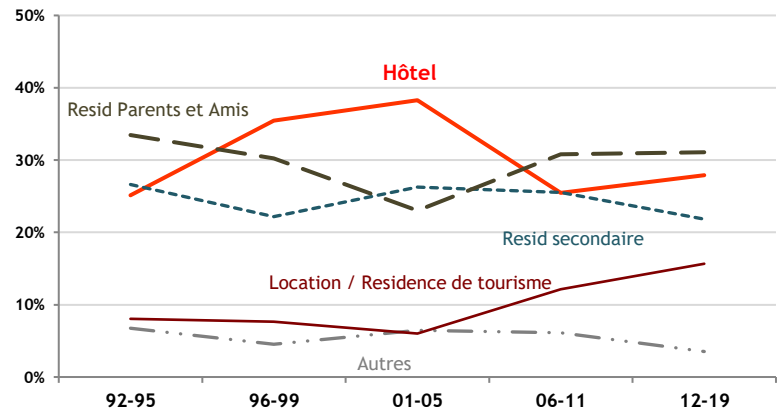
AGE/CSP

Age moyen stable (léger rajeunissement temporaire en 2001-05 dû à une baisse des retraités). Hausse de la part des jeunes de -18 ans mais léger recul des 30-39 ans. Hausse de la part des 50 ans et +

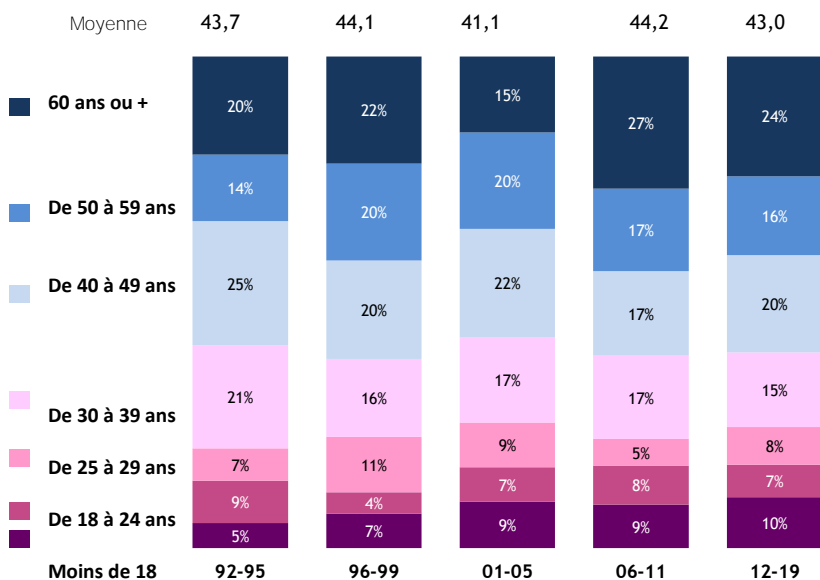
ZONES DE SEJOUR - Loisirs



MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)

