

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 autour de 6 millions de touristes hollandais par an, qui durent en moyenne 8 nuits (7ème marché étranger). En 2014 la fréquentation est en baisse de 15% (1 million de séjours perdus), la plus forte chute parmi les clientèles européennes.

Parmi les 20 régions de l'Union Européenne au plus fort PIB par habitant, la région de Groningue figure au 6ème rang, Utrecht au 16ème et la région Nord au 18ème.

La Côte d'Azur

La Côte d'Azur ne se situe pas sur le coeur de marché et sa clientèle présente un profil atypique. Elle a toutefois sa carte à jouer, notamment sur le segment haut de gamme. 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

- 170 000 séjours de 7 nuits en moyenne, dont :
- 62 000 séjours en hôtels et résidences
- 86 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 1200 résidences secondaires

Dépense : 91€/jour, 614€/séjour

Période de réservation (GDS avion) : NC

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 54%, juillet-août = 31%, hiver = 20%. Pointe en juillet (17%)

Visiteurs avion : pkus d'1 séjour sur 2 réalisé par avion jusqu'à Nice Côte d'Azur. 63% des visiteurs repartent sur un vol vers Amsterdam, 20% vers Rotterdam, 6% vers Eindhoven, 3% vers Bruxelles, 2% vers Paris

😊 Points forts

- la clientèle Côte d'Azur dispose d'un bon pouvoir d'achat
- un marché important pour le camping et la location
- une excellente dispersion spatiale au profit de tous les types d'espace (1er rang le taux de séjour et d'excursion en montagne, Pays de Grasse et Mandelieu)
- Une demande hivernale faible mais en hausse sensible et avec potentiel élevé entre Décembre et Février
- au 1er rang des marchés pour le taux de pratique d'activités (visiteurs avion)
- plus de la moitié des séjours hôtels en 4-5*
- 92% de touristes très satisfaits

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

PIB

Tendance annuelle moyenne 95-2014 : + 1,8%/an

Dépenses à l'étranger

15,8 milliards €, au 16ème rang mondial en 2014 - Tendance annuelle moyenne 2005-2014 : +2,2%

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...

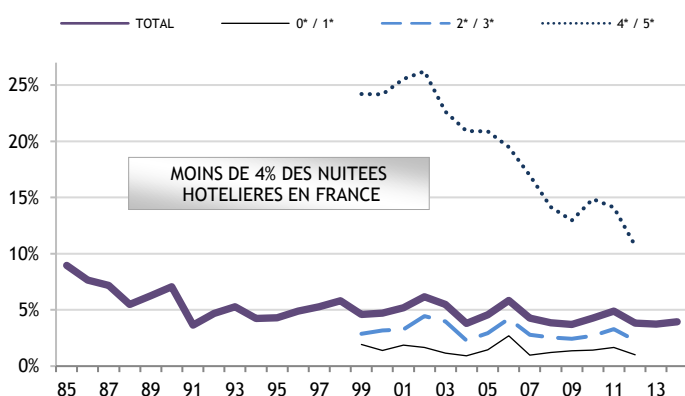
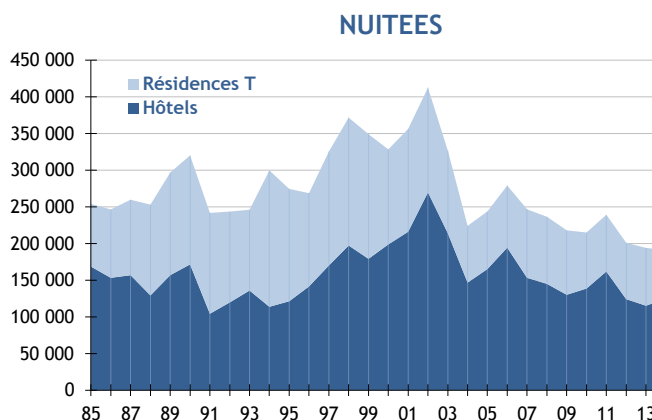
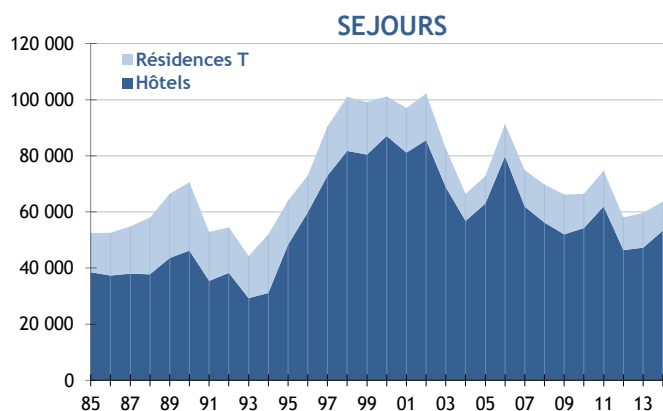
- de proximité, bien desservi par les low cost
- majoritairement de loisirs
- pour l'hôtellerie de plein air (principal marché étranger avec 35% des nuitées étrangères totales, 11% des séjours hollandais) et le mode locatif notamment résidences de tourisme (7% des séjours hollandais)
- de résidents secondaires (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 : 6%)
- de touristes plutôt actifs (au 1er rang pour le taux de pratique d'activités : 15%)



☹️ 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
- poids du non marchand (près d'un séjour avion sur 2)
- âge moyen élevé et difficulté à attirer les jeunes (8% des visiteurs avion ont moins de 25 ans)
- L'insatisfaction exprimée porte surtout sur la qualité de l'hébergement et le rapport qualité-prix global

Les séjours hollandais en hôtels et résidences ont été multipliés par deux entre 93 et 2002, puis ont reflué jusqu'en 2012 (malgré deux pointes en 2006 et 2011). La demande en résidences de tourisme a plus fortement reculé, surtout en nuitées, mais elles ce type d'hébergement pèse encore lourd : la part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 18% des séjours et 38% des nuitées.



PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

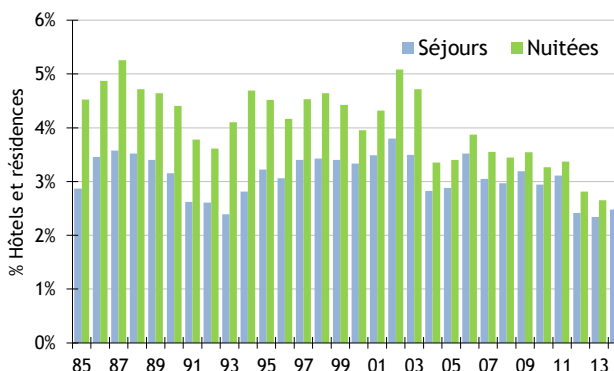
Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Hollandais en réalisent seulement 3,9% sur la Côte d'Azur. Malgré quelques pics autour de 6% et un rebond en 2011, la tendance reste baissière sur le long terme avec stabilisation sur les dernières années. Une partie de ce recul est dû au transfert vers les résidences de tourisme.

Si la part était, en 2012, un peu plus élevée en catégories 4-5* (10,7%), elle restait faible en 2-3* (2,3%) et marginale en 0-1* à seulement 1%.

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%, mais sa contribution a nettement chuté ensuite. La tendance reste négative jusqu'en 2013, mais amorce un rebond en 2014 (2,7% des nuitées étrangères).

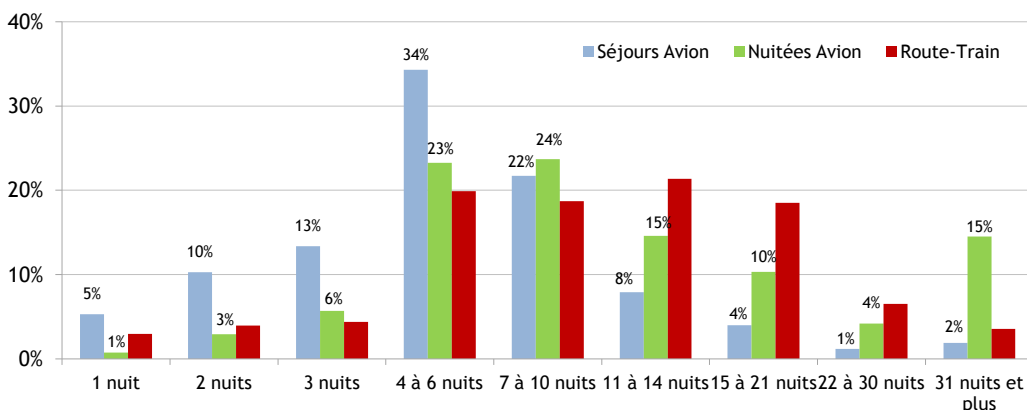
La part des nuitées était nettement plus élevée que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour très supérieure à la moyenne. Toutefois, cet écart s'est fortement réduit à partir de 2004, les longs séjours s'étant reportés sur le locatif.

CONTRIBUTION DES HOLLANDAIS A LA FREQUENTATION ETRANGERE

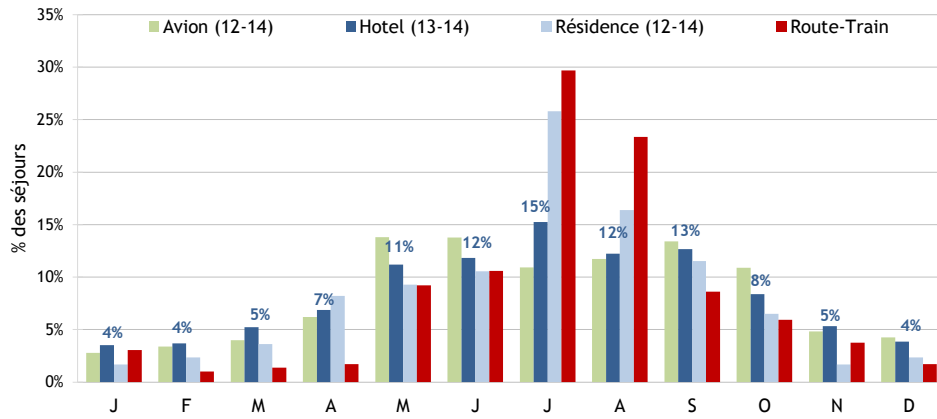


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Hollandais est assez moyenne sur la Côte d'Azur. Les séjours par avion durent 7 nuits en moyenne (7,7 pour le Loisirs et 3,8 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchand durent 9,3 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) groupent 28% du total. Dans l'hôtellerie, les séjours durent 2,5 nuits en moyenne, mais 6,4 nuits dans les résidences. Pour les séjours avion, le principal segment est de loin le 4-6 nuits, soit plus d'un tiers des séjours. Les séjours de plus de 3 semaines sont rares mais pèsent pour près de 2 nuitées sur 10. Les séjours route-train durent 12,6 nuits en moyenne (principal segment : 11-14 nuits).



	Durée	Nuits
Avion 12-14	Hôtels	2,5
	Résidences	6,4
	Hôtels+Rés.	3,2
	Moyenne	7,0
	Loisirs	7,7
	Dont Héb marchand	5,6
	Dont Héb non-march	9,3
	Affaires	3,7
	Dont MICE	4,2
	Dont Autres affaires	3,5
Route - Train		12,6



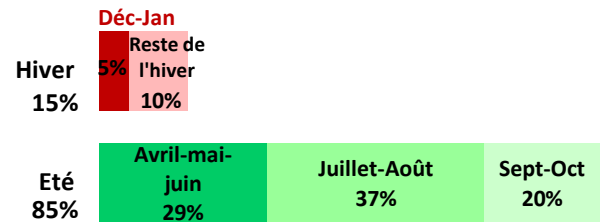
Hotels + Résidences		
13-14	SEJOURS	NUITEES
J	3,2%	2,6%
F	3,4%	2,8%
M	4,9%	3,9%
A	7,1%	6,3%
M	10,9%	10,7%
J	11,6%	11,6%
J	17,2%	20,3%
A	13,3%	16,6%
S	12,3%	12,5%
O	7,9%	7,1%
N	4,6%	3,1%
D	3,6%	2,6%

Les séjours hollandais sont assez concentrés sur la saison de Mai 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 Mai et Septembre. La présence en hiver reste très limitée. Les séjours avion sont bien répartis avec une première pointe en Mai-Juin (1^{er} rang des marchés pour le taux de séjours avion en Mai) et une seconde en Septembre.

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.

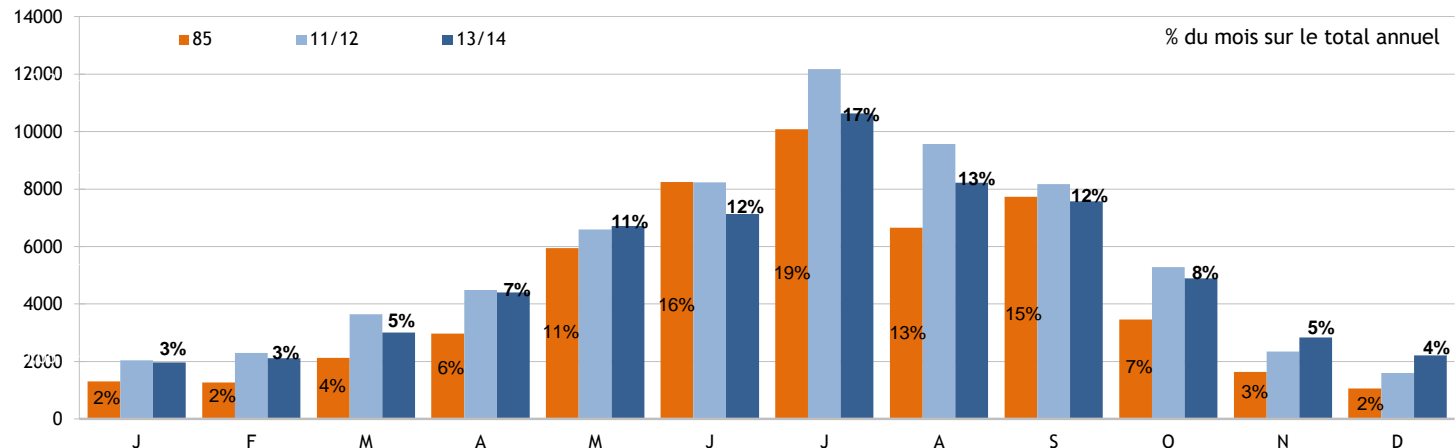
Les nuitées hébergements sont concentrées sur l'été et notamment sur Juillet-Août qui en regroupent 37%. Le printemps réalise près de 3 nuitées sur 10. Mais seules 15% des nuitées se passent en hiver, et très peu en Déc.-Janvier (5%).

NUITEES 2013/14 - HOTELS ET RESIDENCES



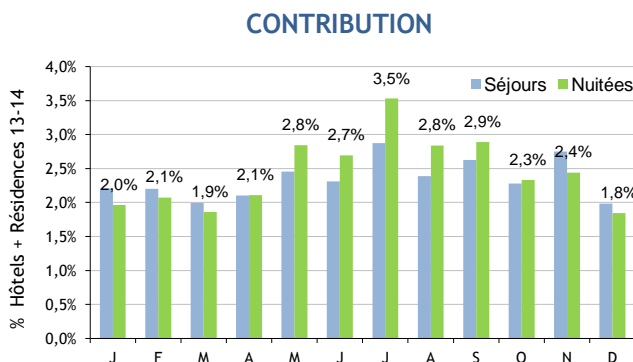
L'évolution des séjours hébergements depuis 1985 (en volume) montre une croissance de la demande toute l'année, sauf en Juin et Septembre. La hausse est surtout marquée en Décembre (+107%), Novembre (+74%) et Février (+67%). Concernant la part de chaque mois, on note entre 85 et 2013/14 une croissance de la part des séjours réalisés en Janvier-Février-Mars-Avril, et en Octobre-Novembre-Décembre, une évolution par conséquent très positive.

EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



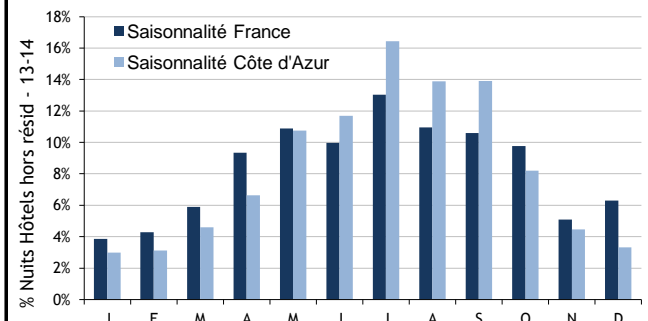
POTENTIEL MENSUEL

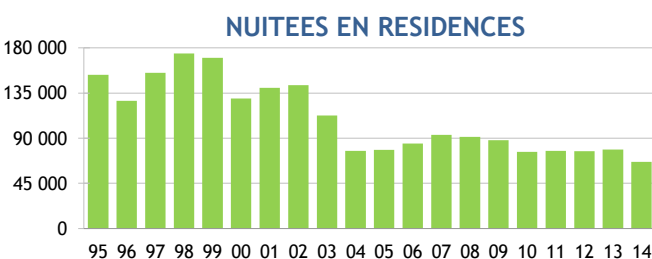
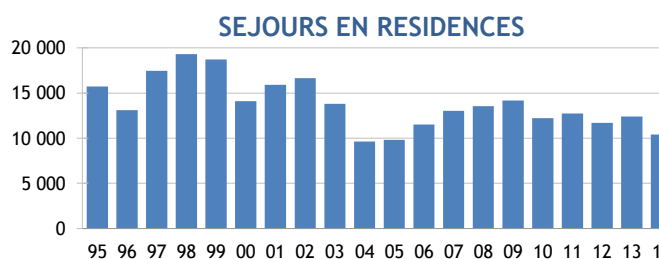
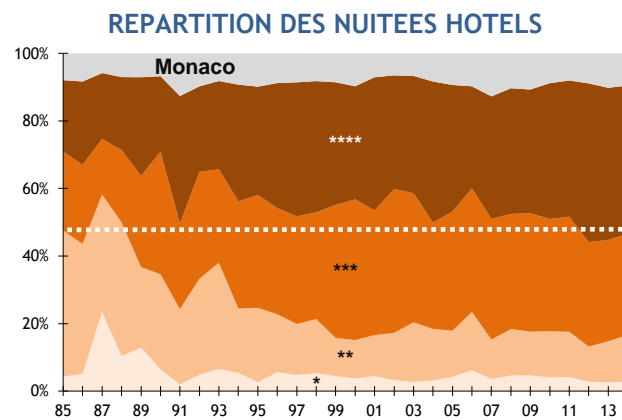
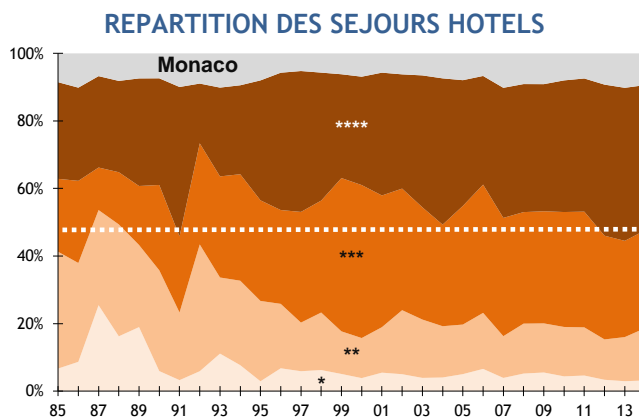
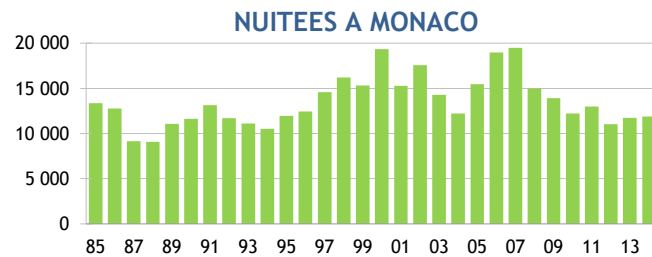
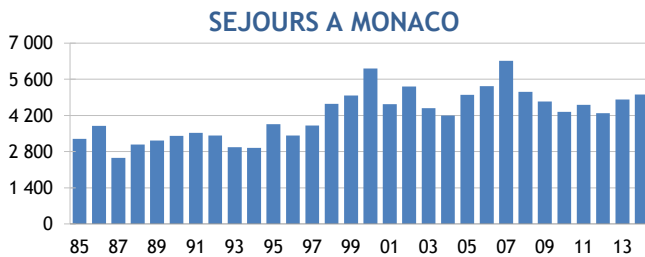
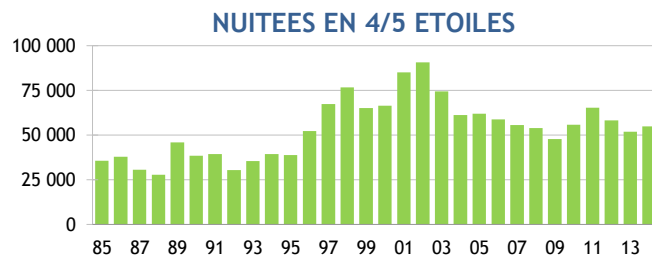
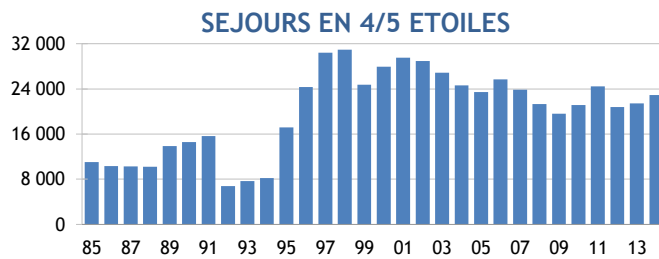
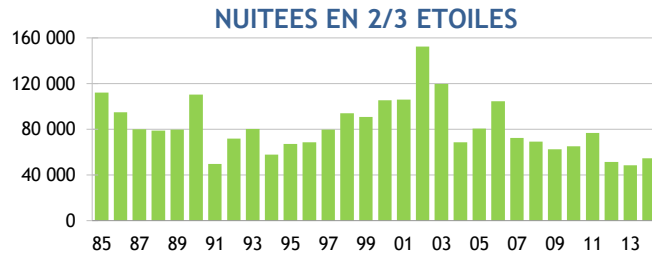
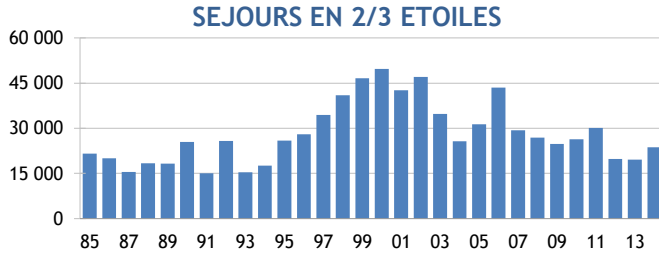
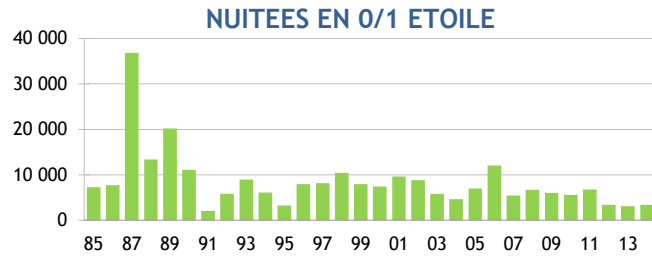
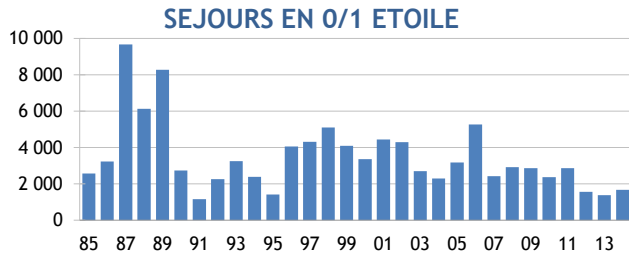
La part des Hollandais sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 1,8% en Décembre à 3,5% en Juillet. Ce marché pèse donc davantage en saison estivale et assez faiblement en hiver, sauf en Novembre (2,4%). La part de marché Côte d'Azur/France est faible 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.



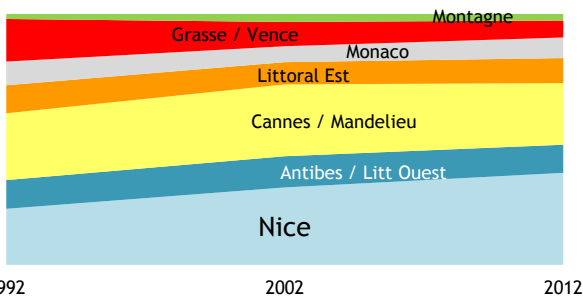
PDM 06/F	
J	3,0%
F	2,8%
M	3,0%
A	2,7%
M	3,8%
J	4,5%
J	4,9%
A	4,9%
S	5,1%
O	3,3%
N	3,4%
D	2,0%

POTENTIEL SUR LA FRANCE



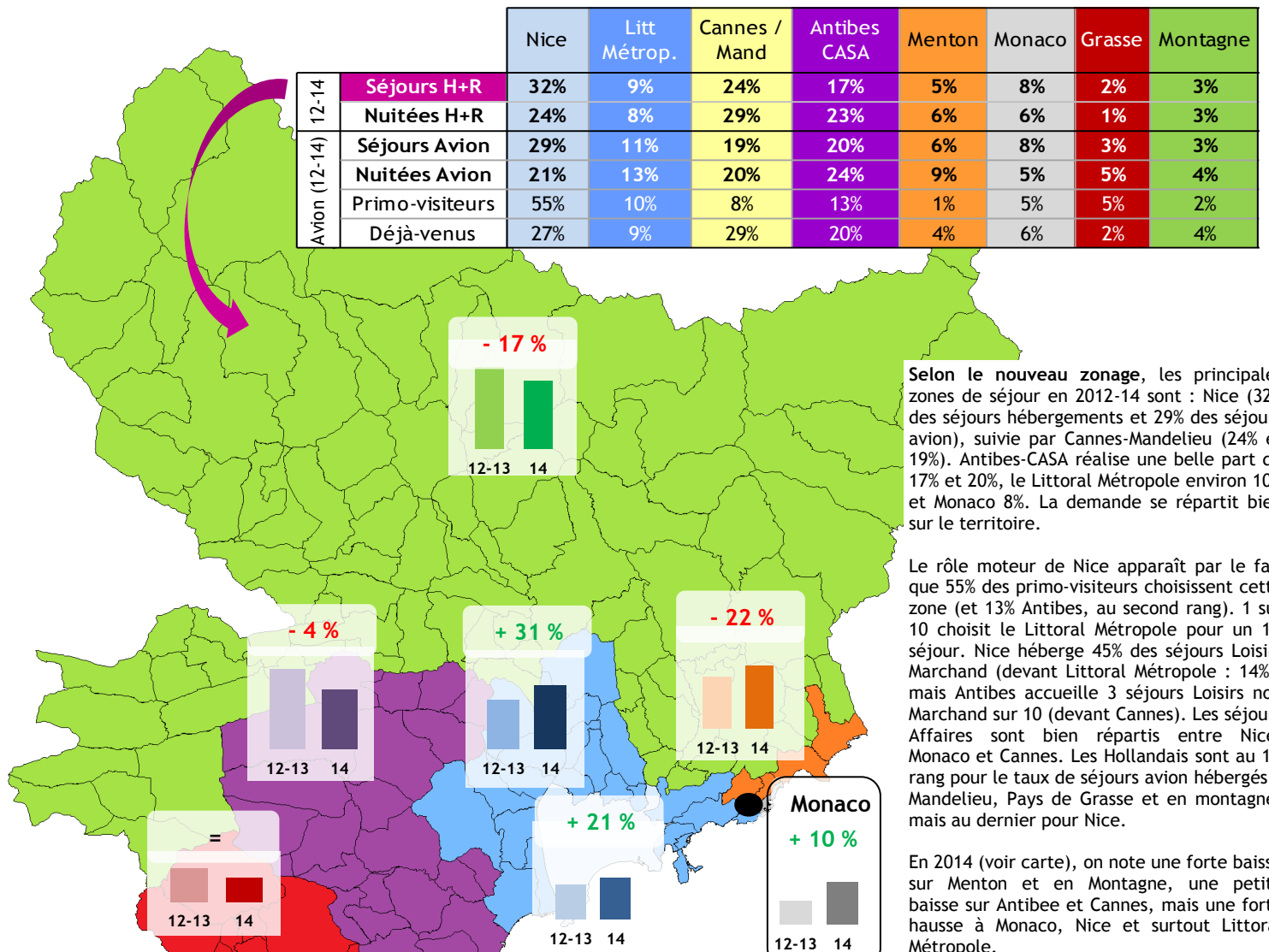


TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



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).

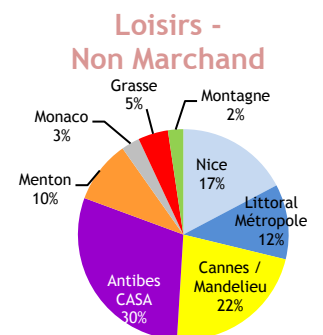
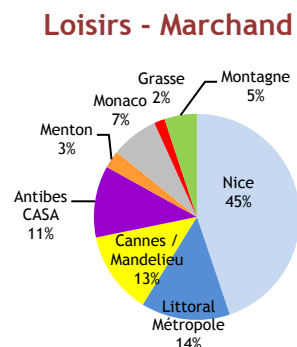
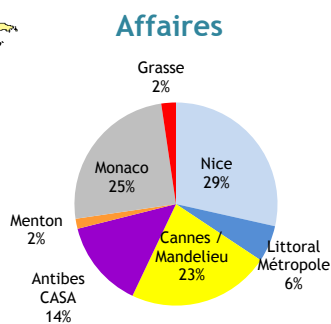
Au fil des années, la part de Nice s'est fortement accrue, passant de 22% à 37% en 2012.

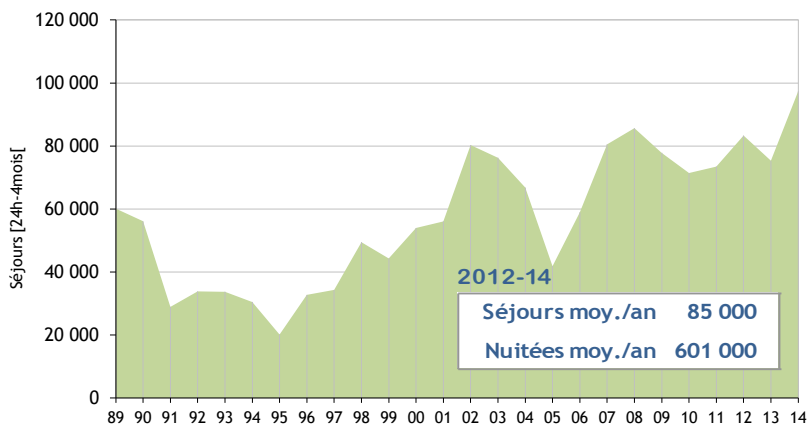


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2012-14 sont : Nice (32% des séjours hébergements et 29% des séjours avion), suivie par Cannes-Mandelieu (24% et 19%). Antibes-CASA réalise une belle part de 17% et 20%, le Littoral Métropole environ 10% et Monaco 8%. La demande se répartit bien sur le territoire.

Le rôle moteur de Nice apparaît par le fait que 55% des primo-visiteurs choisissent cette zone (et 13% Antibes, au second rang). 1 sur 10 choisit le Littoral Métropole pour un 1^{er} séjour. Nice héberge 45% des séjours Loisirs Marchand (devant Littoral Métropole : 14%), mais Antibes accueille 3 séjours Loisirs non Marchand sur 10 (devant Cannes). Les séjours Affaires sont bien répartis entre Nice, Monaco et Cannes. Les Hollandais sont au 1^{er} rang pour le taux de séjours avion hébergés à Mandelieu, Pays de Grasse et en montagne, mais au dernier pour Nice.

En 2014 (voir carte), on note une forte baisse sur Menton et en Montagne, une petite baisse sur Antibes et Cannes, mais une forte hausse à Monaco, Nice et surtout Littoral Métropole.





La part de l'avion est de l'ordre 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 et en 2007 les 80 000 séjours avion ont de nouveau été atteints, et dépassés en 2008. Après quelques années de stabilisation, l'année 2014 marque un nouveau record à plus de 90 000 séjours avion.

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 (4 séjours sur 10 ont cette durée). Toutefois, leur durée moyenne se limite à 5,6 nuits, contre 9,3 en Loisirs Non Marchand (3,7 nuits pour le segment Affaires).

Le taux de satisfaction est excellent avec 92% de "très satisfaits" et seulement 2% d'insatisfaits. Le taux de primo-visiteurs est faible à seulement 23%.

La dépense moyenne est assez élevée à 91€ par jour/pers. et 614€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne 24% des séjours, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe 12%.

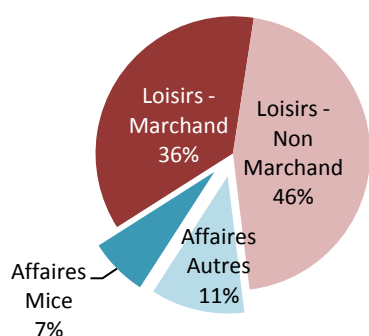
La clientèle est âgée de 45 ans en moyenne, voire 46 ans en Loisirs Marchand, donc assez âgée. Le principal segment âge en Loisirs est le 60 ans et + (plus d'un séjour sur 4).

2012-14	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	7,0	5,6	9,3	3,7
Age moyen	45	46	45	43
Nb Personnes	1,8	2,3	1,8	1,4
Taux 1 ^{ère} visite	23%	40%	12%	26%
Dépense/séjour	614 €	686 €	512 €	801 €
Dépense/jour	91 €	119 €	62 €	210 €
> 200€ / jour	12%	9%	6%	38%
De 30 à 200€ / jour	64%	89%	52%	53%
<30€ / jour	24%	2%	42%	10%
Satisfaction				
Très satisfaits	92,4%	94,8%	90,8%	92,7%
Satisfaits	5,6%	3,6%	7,8%	3,2%
Non entières. satisfaits	2,0%	1,5%	1,5%	4,1%

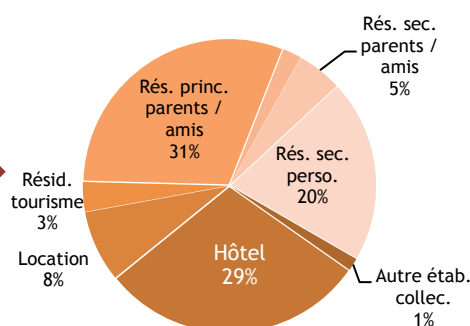
SEGMENTATION CIBLES

Le segment Loisirs Marchand regroupe 36% des séjours avion mais reste secondaire derrière le segment Loisirs non Marchand, qui pèse pour 46%. La part du segment Affaires se limite à 18% dont 7% pour le MICE.

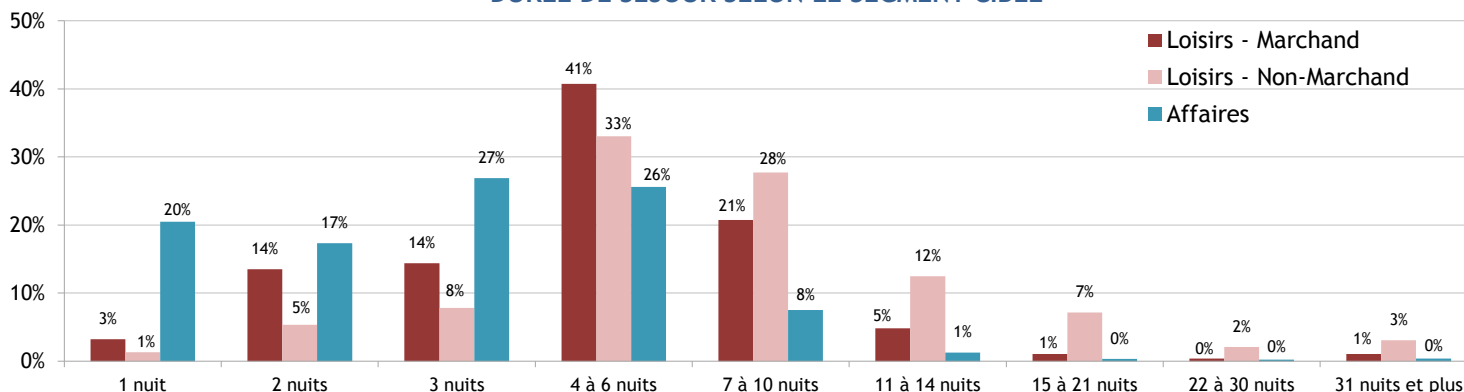
Parmi les séjours Loisirs, le principal mode d'hébergement est la résidence des parents et amis (3 séjours Loisirs sur 10), devant l'hôtel (29%) et les résidences secondaires (un séjour sur 4). La location concerne 11% des séjours avion.



SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



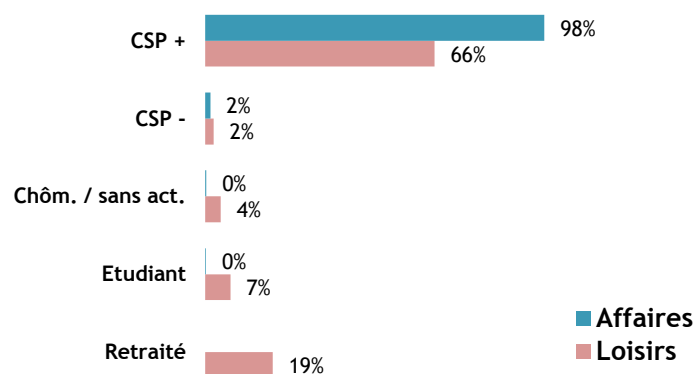
DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



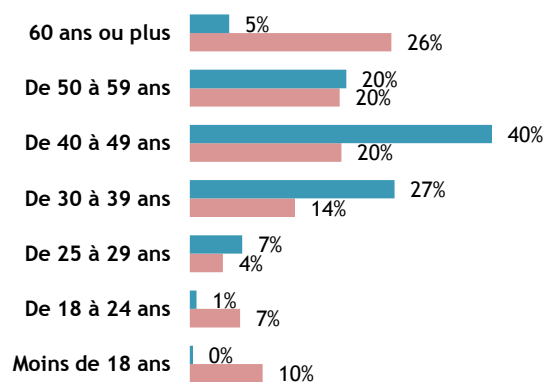
TYOLOGIE LOISIRS AVION

EN COURS DE RETRAITEMENT

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



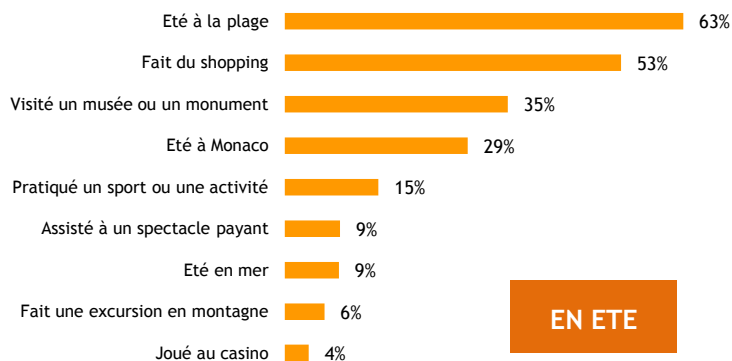
SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



SEGMENT LOISIRS

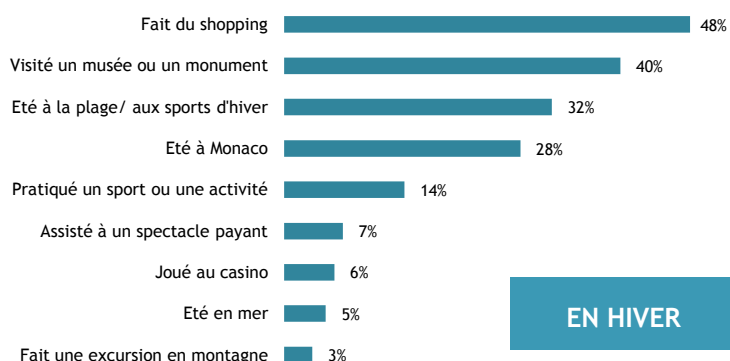
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout la plage (63%), le shopping (53%) et la visite de musée-monument (35%). 15% pratiquent un sport ou une activité, une part élevée. En hiver, c'est le shopping qui vient en tête avec 48%, devant la visite de musées (40%) et la plage (promenade)/sports d'hiver qui recueillent 32%. Sur l'année entière 29% incluent la visite de Monaco et un sur 10 assiste à un spectacle payant.

ACTIVITES DECLAREES

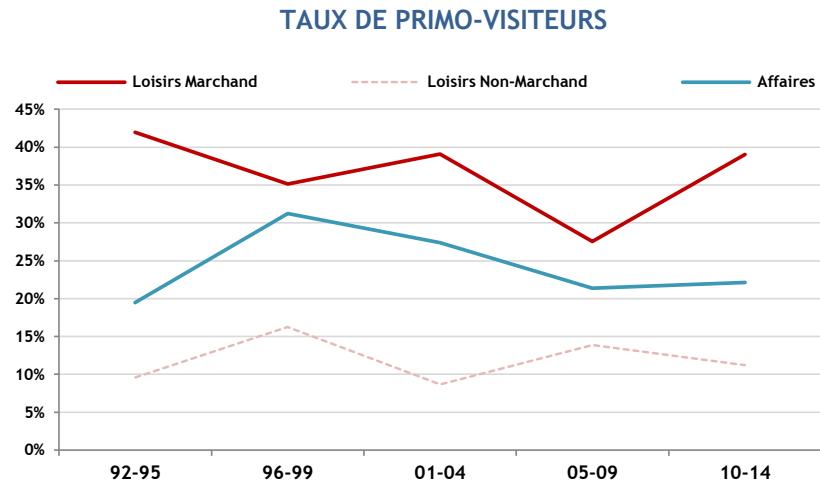
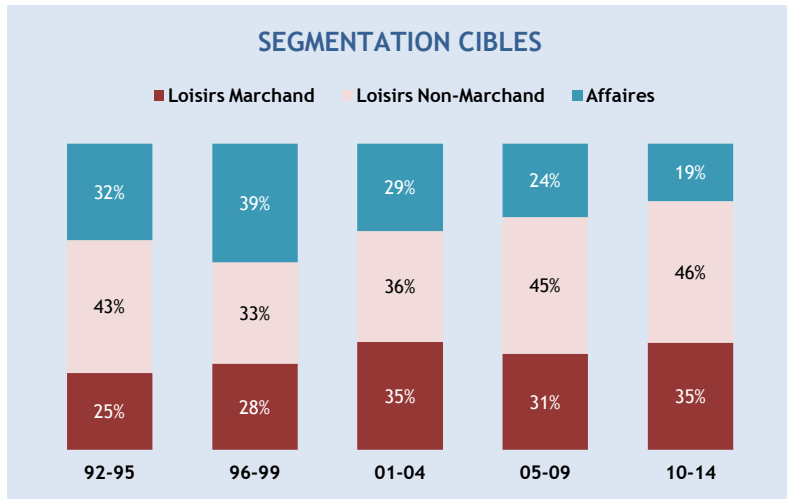


EN ETE

ACTIVITES DECLAREES



EN HIVER



Tendances Visiteurs avion Loisirs

SEGMENTATION CIBLES

Progression des deux segments Loisirs au détriment de l'Affaires, passé d'un tiers à un 5^{ème} des séjours avion. Le Loisirs Marchand a gagné 10 points

TAUX DE PRIMO VISITEURS

Stabilité relative sur le long terme, mais avec chute sensible du taux en Loisirs Marchand jusqu'en 2009

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

Baisse de plus de 2 nuits. La part des courts séjours avait bondi à plus du tiers en 2001-04, mais recule depuis au profit des 4-6 nuits, devenus largement majoritaires. Baisse des longs séjours

ZONES DE SEJOUR

Nice voit sa part fluctuer avec rebond récent. Tendence nettement négative pour Antibes-CASA et Monaco, hausse pour la Montagne

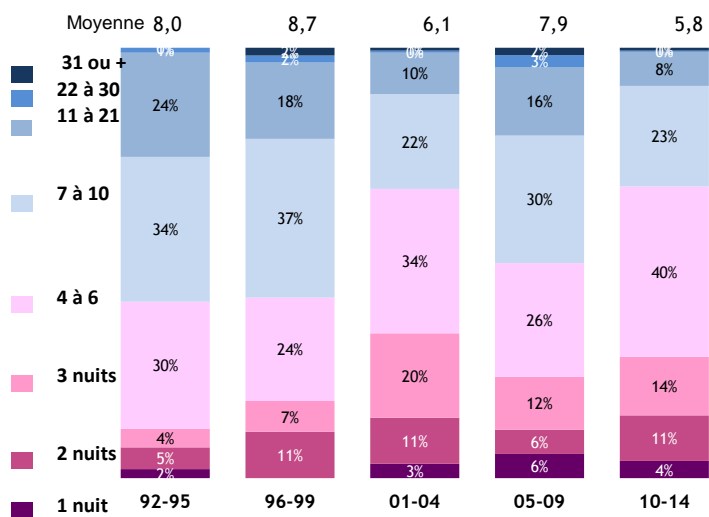
MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel a progressé jusqu'en 2004 puis chuté, actuellement au second rang derrière les parents et amis, qui ont rebondi. Stabilité pour les résidences secondaires et progression de la location depuis 2004

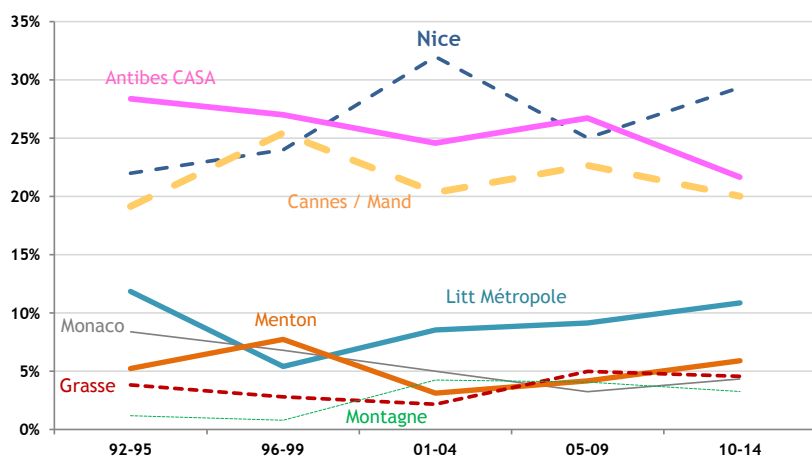
AGE/CSP

Age moyen en hausse. Forte hausse des jeunes de -18 ans mais net recul des 25-39 ans. Hausse sensible pour la part des 50 ans et +

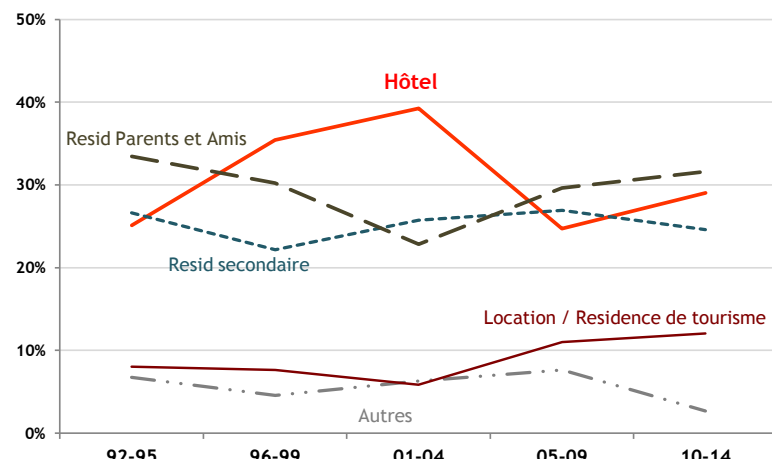
DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



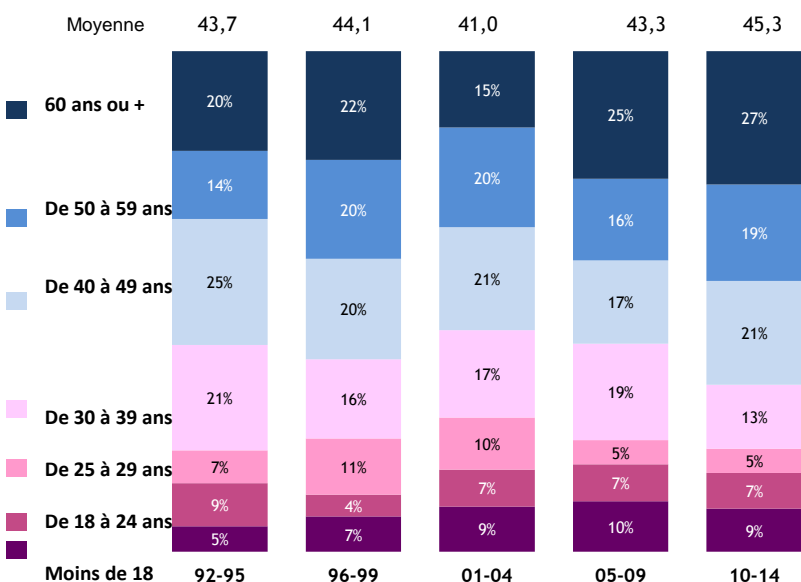
ZONES DE SEJOUR - Loisirs



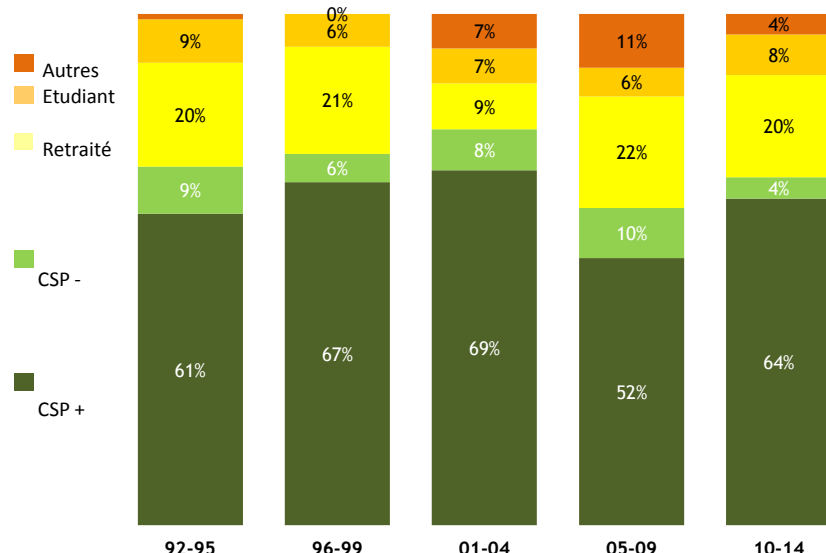
MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



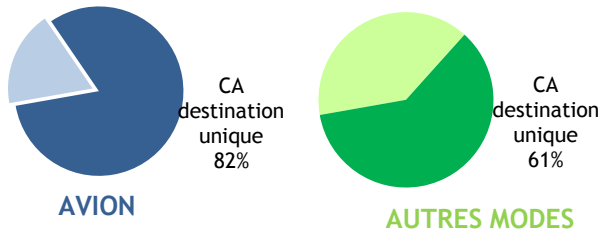
ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)



SEJOURS



	Avion	Autres modes
Dép. par jour	55 €	50 €
Dép. par séjour	545 €	678 €
Durée de séjour	9,9	13,4
Nb moy de personnes	2,0	2,3
Taux 1ère visite	36%	28%
Age moy. répondant	45	47

La source d'enquête Visetran permet de comparer les profils des visiteurs selon le mode de transport utilisé, avion ou autres (route et train).

Les Hollandais venant par avion séjournent plus de 8 fois sur 10 exclusivement sur la Côte d'Azur au cours de leur voyage, et 6 fois sur 10 lorsqu'ils viennent par la route ou le train. Le taux de primo visiteurs est comparable autour de 30%.

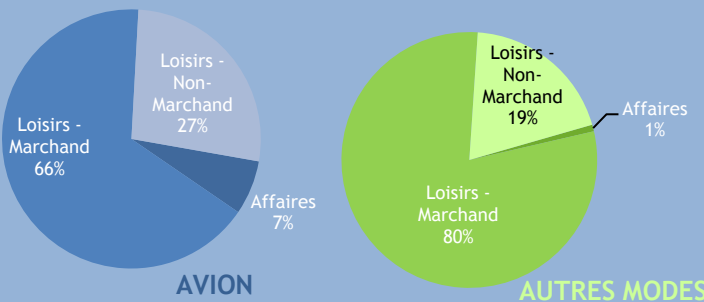
La dépense par jour s'avère quasiment identique entre les modes de transports, mais la durée des séjours avion étant plus longue, la dépense par séjour est par conséquent plus élevée.

L'âge moyen (âge du répondant uniquement) est également comparable entre les modes, à plus de 45 ans.

Le segment Loisirs Marchand est majoritaire avec 66% des visiteurs avion et 80% des visiteurs autres modes. L'affaires est très marginal et limité à l'avion (7%).

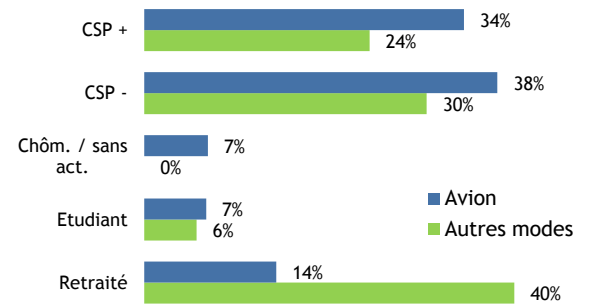
Attention : pour des raisons méthodologiques, ces résultats sont surtout représentatifs des visiteurs effectuant un 1er séjour, et les segments "groupes autocars" et "visiteurs affaires" sont sous-représentés dans ces résultats.

SEGMENTATION CIBLES

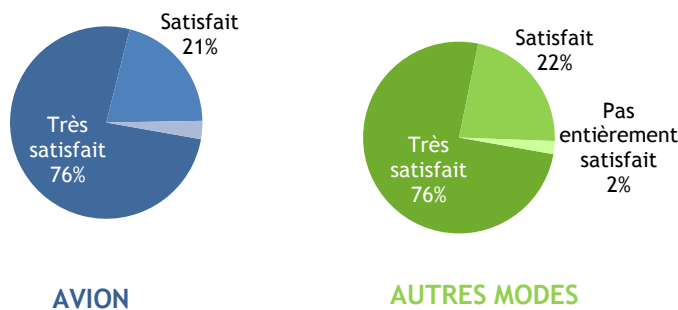


CSP

Les visiteurs hollandais appartiennent le plus souvent aux catégories CSP- soit près de 35% des séjours. Les CSP+ sont plus représentées parmi les visiteurs avion (près de 3 sur 10). 4 visiteurs route-train sur 10 sont des retraités.



SATISFACTION



Mots cités spontanément

En positif		En négatif
Primo-visit.	Déjà Venus	
1 beautiful	1 weather	1 prices
2 nice	2 nice	2 weather
3 weather	3 people	3 noise
4 people	4 beautiful	4 hot
5 beaches	5 food	5 restaurants
6 food	6 beaches	6 traffic
7 friendly	7 friendly	7 hotel
8 nature	8 surroundings	8 fully
9 sea	9 climate	9 expensive
10 towns	10 shopping	10 noisy

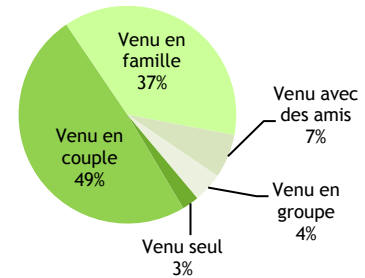
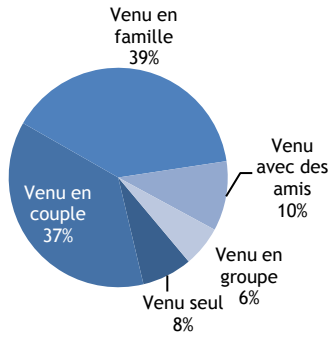
Les Hollandais sont très satisfaits de leur séjour dans 76% des cas, quel que soit le mode de transport. Le taux de satisfaction est bon, mais un cinquième des visiteurs sont simplement "satisfaits", et l'on compte 2% des visiteurs ne se déclarant pas entièrement satisfaits. 82% donnent spontanément un commentaire, positif dans 93% des cas. Parmi ces commentaires positifs, les mots "weather", "people" et "beaches" sont les noms communs signifiants qui sont le plus fréquemment formulés par les primo-visiteurs, et les mots "weather", "people" et "food" pour les visiteurs déjà venus. Les mots qualifiants les plus fréquents sont "nice", "beautiful" et "friendly". En négatif apparaissent surtout les termes "prices", "weather" et "noise".

% avec commentaires	82%	Nb. Moyen de com.	2,6	Nb. Moyen com. %	Positif 93%	Négatif 7%
---------------------	-----	-------------------	-----	------------------	-------------	------------

SEJOURS LOISIRS PAR TYPE DE GROUPE

Les visiteurs avion venus en couple sont les plus nombreux pour la route-train (un sur 2) mais à égalité avec les familles pour l'avion (près de 4 sur 10).

Seuls 3 à 8% des Hollandais viennent seuls, et on compte aussi peu de groupes (mais ce segment est sous-estimé ici). Les voyageurs entre amis sont un peu plus fréquents pour l'avion que pour la route-train.

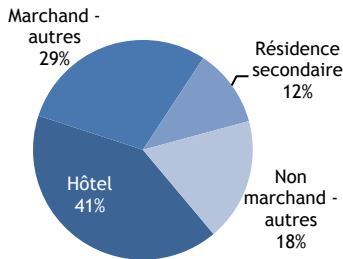


HEBERGEMENT SEJOURS LOISIRS

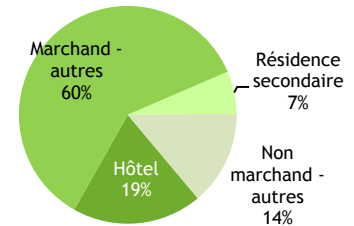
Les visiteurs par avion séjournent à l'hôtel 4 fois sur 10, contre seulement 1 séjour autres modes sur 5. C'est le secteur marchand non hôtelier (location) qui pèse très lourd pour la route-train, soit 6 séjours sur 10.

Les résidences secondaires génèrent seulement environ un séjour sur 10, mais surtout pour l'avion. Les modes non marchands sont un peu plus fréquents, soit autour de 15% des séjours Loisirs.

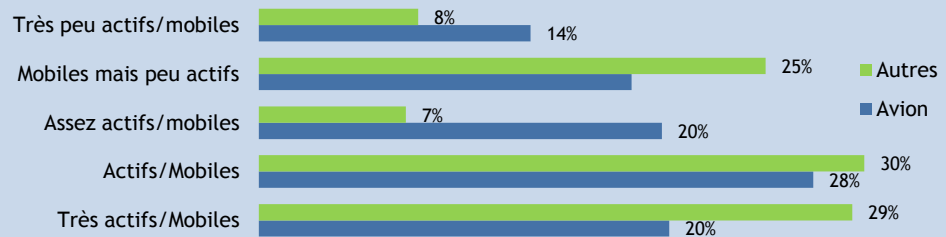
AVION



AUTRES MODES



TYPOLOGIE LOISIRS MOBILITE / ACTIVITES



Les Hollandais séjournant sur la Côte d'Azur sont plus ou moins mobiles/actifs. Plus de 10% sont très peu actifs/mobiles et un 5ème sont mobiles mais peu actifs. Le principal segment est celui des actifs/mobiles (3 séjours sur 10). 3 visiteurs route-train sur 10 sont très actifs/mobiles. Concernant les lieux ou activités les plus souvent cités sur la période été, on note surtout la plage, les shopping et Nice. Sur la période hiver, Nice est en tête, suivie de la plage (promenade) et du shopping. La montagne est citée par 35% en été et par 41% en hiver (plus souvent que la moyenne). Les casinos sont cités par un Hollandais sur 4 en hiver. Le Var et Antibes sont plus souvent cités que la moyenne, de même que le ski (7% en hiver).

TAUX DE VISITES OU D'ACTIVITES DECLAREES

