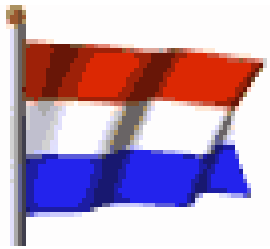
Votre prochaine conquête

Le marché Néerlandais en Champagne-Ardenne

Conseil Régional – 16 mars 2010
Observatoire Régional du Tourisme



CHAMPAGNE ARDENNE
TOURISME

Sommaire

1) Données de cadrage

2) Profil des touristes Néerlandais en Champagne-Ardenne

3) Comportement des touristes Néerlandais en Champagne-Ardenne

4) Niveau de satisfaction durant leur séjour en Champagne-Ardenne

5) Dépenses des touristes Néerlandais en Champagne-Ardenne

1. Données de cadrage

- 2ème clientèle étrangère en terme de nuitées marchandes;
- Plus de 280 700 nuitées marchandes en 2008;

Hôtellerie de plein air, 1er mode d'hébergement marchand des Néerlandais en Champagne-Ardenne

- 1ère clientèle étrangère : 31% des nuitées totales et 52% des nuitées étrangères en 2008 (190 446 nuitées).
- Pays de Langres = 1ère zone d'accueil des nuitées néerlandaises.
- Recherche de confort : 63.6% des nuitées réalisées dans les *** et **** étoiles en 2008

1. Données de cadrage

Hôtellerie, 2ème mode d'hébergement marchand des Néerlandais en Champagne-Ardenne

- 4ème clientèle étrangère, après les Britanniques, les Belges et les Allemands : 9% des nuitées étrangères (77 365 nuitées).

- 1ér territoire d'accueil = Pays de Langres avec 23% des nuitées régionales

- Une recherche de confort : 32.3% des nuitées réalisées dans les *** et **** étoiles

1. Données de cadrage

Gîtes ruraux

- 12 878 nuitées en 2008.
- 2ème clientèle étrangère.
- 20% des nuitées étrangères.
- 56% des nuitées réalisées dans les Ardennes en 2008.

Résidences secondaires

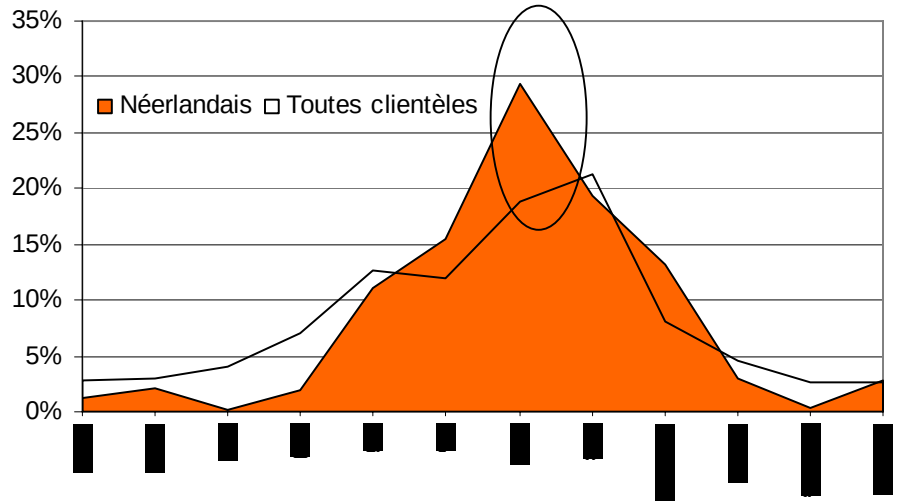
- Les Néerlandais détiennent plus de 500 résidences secondaires en Champagne-Ardenne (DGI, 2003).
- Ce sont les Ardennes qui en détiennent le plus grand nombre (56%).

2. Profil de la clientèle néerlandaise

(Source : Enquête Marketing des Clientèles, 2008)

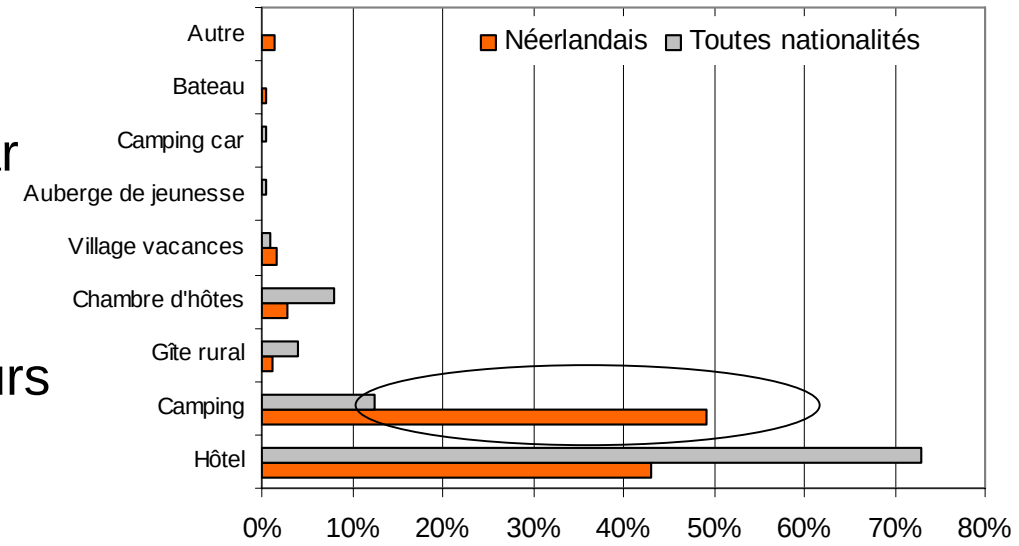
Saisonnalité

- une fréquentation plus saisonnière que la moyenne régionale : 29.3% des séjours en juillet



Hébergement : le camping

- Le camping : 1er mode d'hébergement marchand choisi : 49% des séjours soit + 37 points par rapport à l'ensemble des clientèles.
- L'hôtel : second mode d'hébergement avec 43% des séjours soit -30 points par rapport à l'ensemble des nationalités.



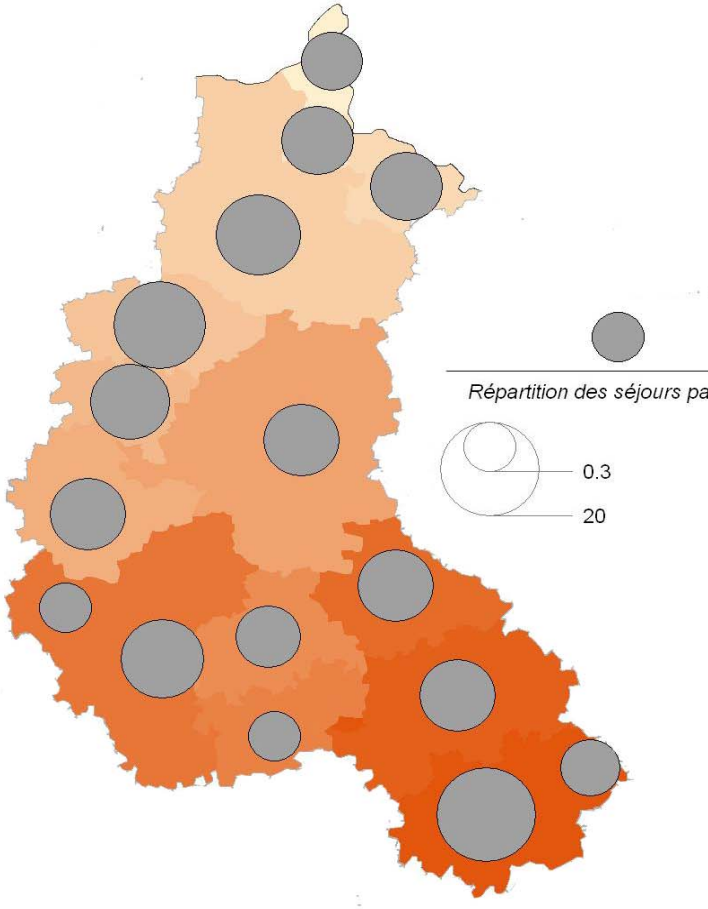
2. Profil de la clientèle néerlandaise

(Source : Enquête Marketing des Clientèles, 2008)

Pays de Langres, première zone d'accueil

- Les touristes Néerlandais, vont en priorité, vers le Pays de Langres avec 20% des séjours décrits.

- Reims et sa région est la 2ème zone d'accueil avec avec 15% des séjours néerlandais.



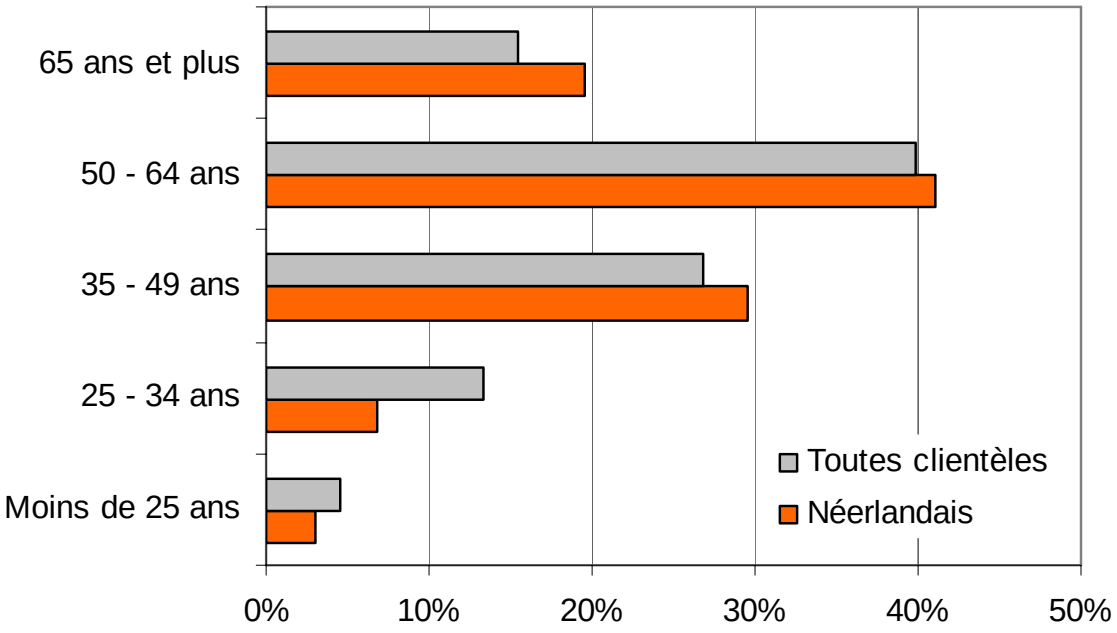
2. Profil de la clientèle néerlandaise

(Source : Enquête Marketing des Clientèles, 2008)

Une clientèle plus âgée que la moyenne régionale

- La 1ère classe d'âge est la classe 50-64 ans : 41.1% des séjours soit +1.2 point qu'en moyenne régionale.

- Les plus de 65 ans représentent 19.6% des séjours soit + 4.1 points par rapport à l'ensemble des clientèles.

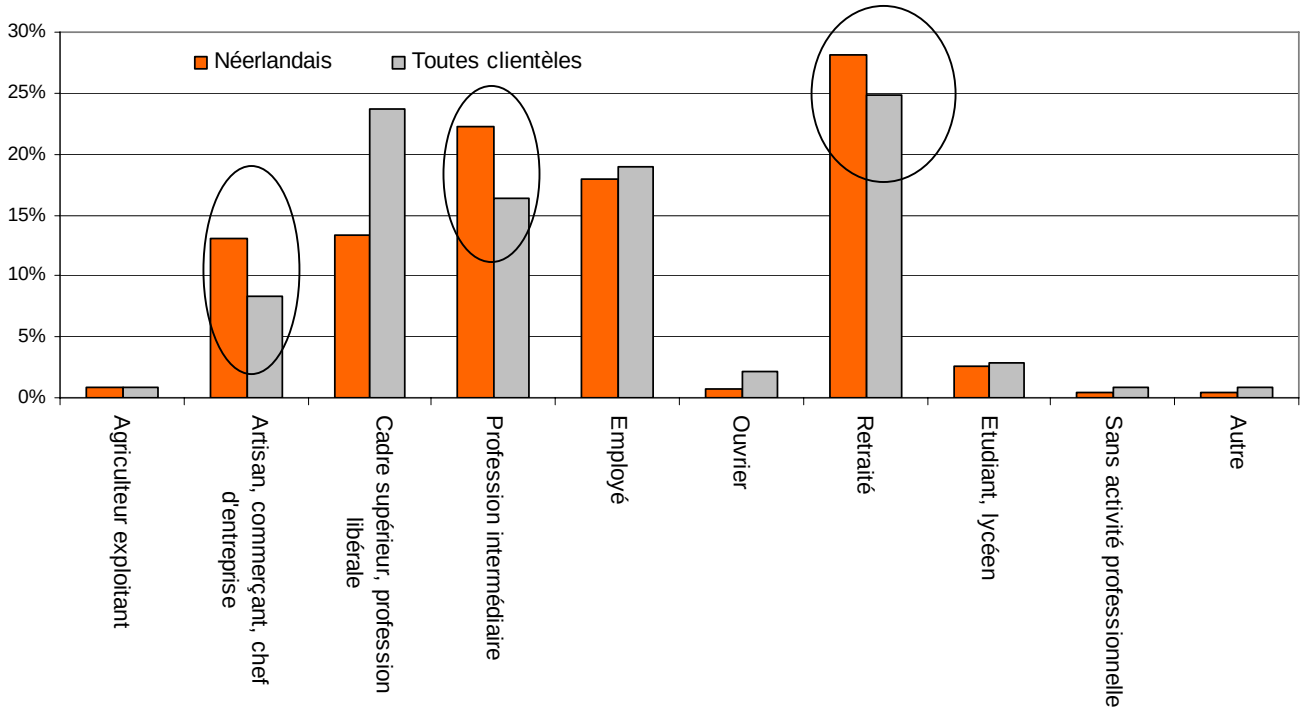


2. Profil de la clientèle néerlandaise

(Source : Enquête Marketing des Clientèles, 2008)

Plutôt des classes moyennes

- retraités à 28.2% soit + 3.3 points ;
- professions intermédiaires à 22.2% soit +5.8 points ;
- employés à 18%;
- Les artisans et commerçants représentant 13% des séjours, sont sur-représentés par rapport à l'ensemble des nationalités avec +4.7 points.



2. Profil de la clientèle néerlandaise

(Source : Enquête Marketing des Clientèles, 2008)

Composition du ménage touristique

- Les couples sont majoritaires, comme sur l'ensemble des nationalités avec 59.9% des séjours. Mais, ils sont sous-représentés par rapport à la moyenne.

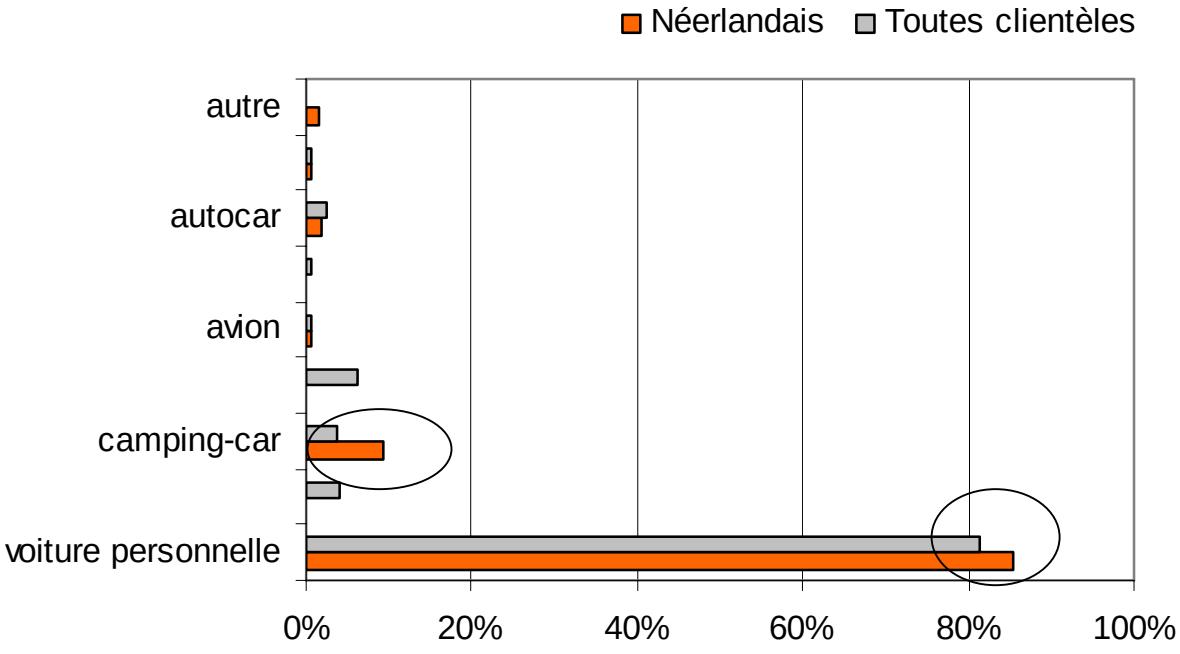
- Les familles représentent 20.7%, elles sont sur-représentées avec +6.1 points.

- Le nombre moyen d'enfants de moins de 15 ans est en moyenne de 2.2 par famille contre 1.8 en moyenne régionale.

3. Comportement touristique (Source : Enquête Marketing des Clientèles, 2008)

Moyen de transport : la voiture et le camping-car

- La voiture personnelle est le 1er moyen de transport avec 85.4% soit + 4 points par rapport à l'ensemble des nationalités.
- Le camping-car est relativement plus utilisé que chez les autres clientèles : 9.4% des séjours néerlandais en Champagne-Ardenne se font en camping-car soit + 5.6 points par rapport à la moyenne.



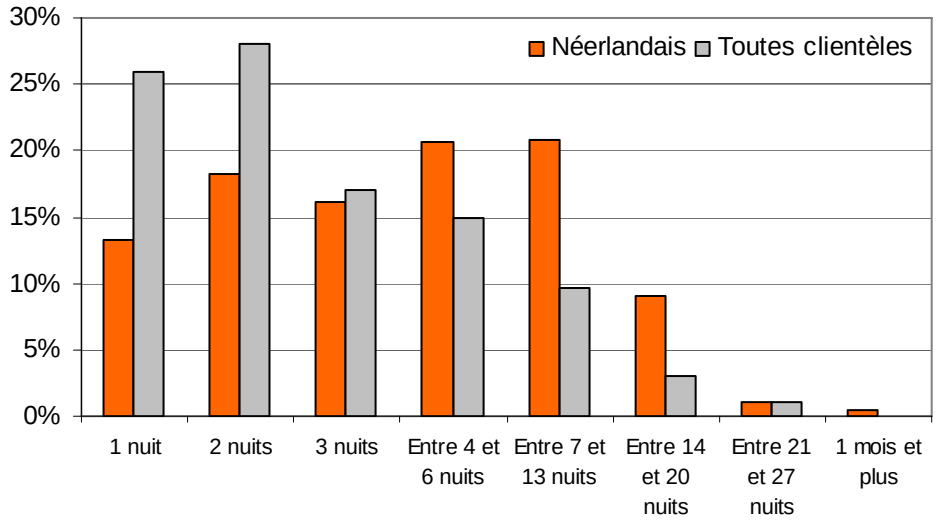
3. Comportement touristique (Source : Enquête Marketing des Clientèles, 2008)

Fidélité à la Champagne-Ardenne

- Pour plus de 62.3% de la population touristique, ce séjour est leur premier dans notre région.
- Pour les habitués, 60.3% étaient venus dans les 3 dernières années

Durée moyenne de séjour : 5.4 nuits

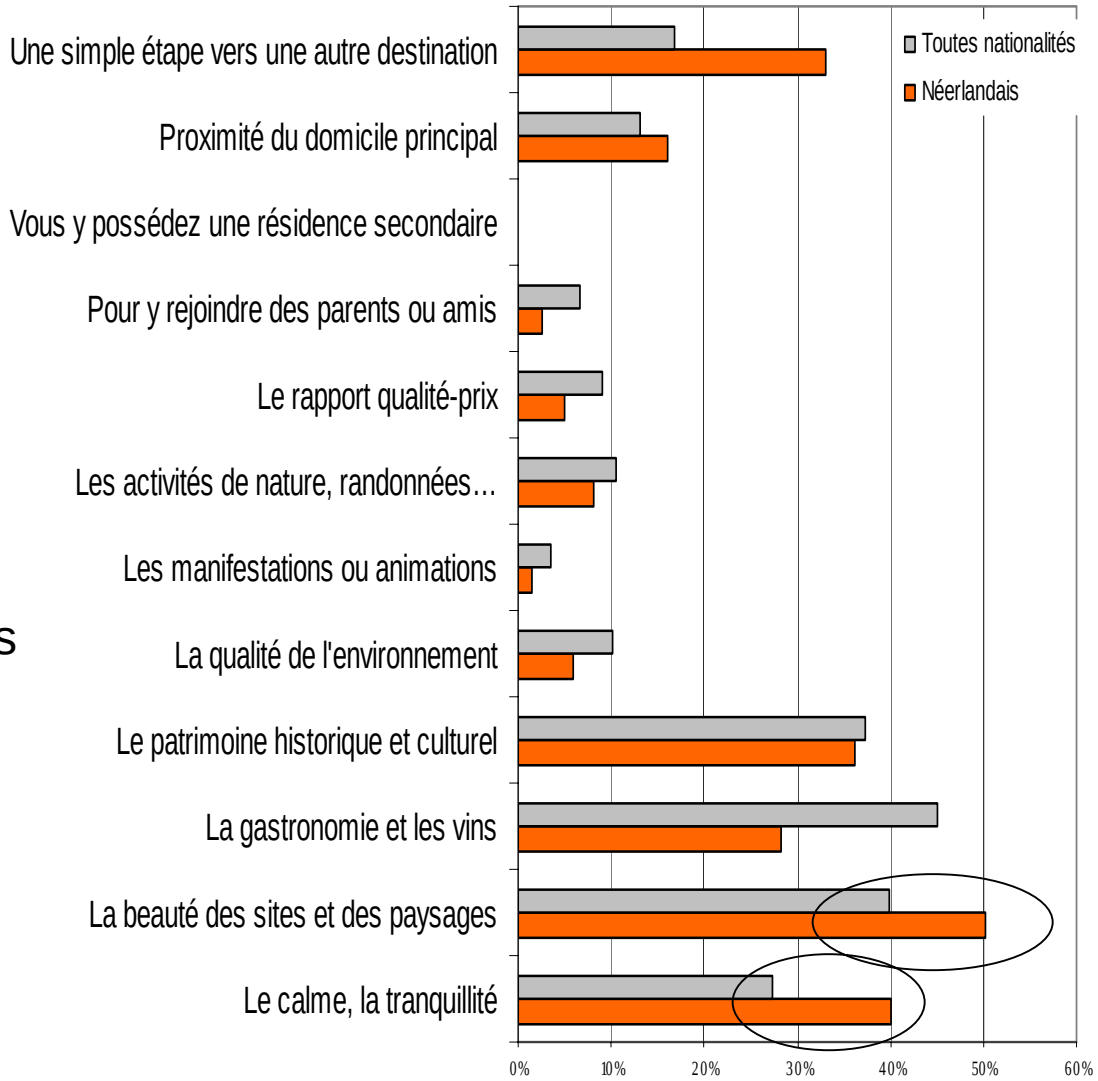
- Les court-séjours (1 à 3 nuits) représentent près de 47.7% des séjours.
- Les séjours longs de 4 à 20 nuits sont eux sur-représentés comparé à la moyenne régionale.



3. Comportement touristique (Source : Enquête Marketing des Clientèles, 2008)

Motivations : la nature, le calme et le patrimoine

- Pour 45.8% des séjours, la Champagne-Ardenne était la destination finale de leur séjour.
- Les Néerlandais viennent en premier lieu pour :
  - la beauté des sites et des paysages (50.3% des séjours décrits, +10.5 points),
  - le calme et la tranquillité avec 40.1% avec +12.8 points.
  - Le patrimoine attire en 3ème position avec 36.1% soit -1.2 points.

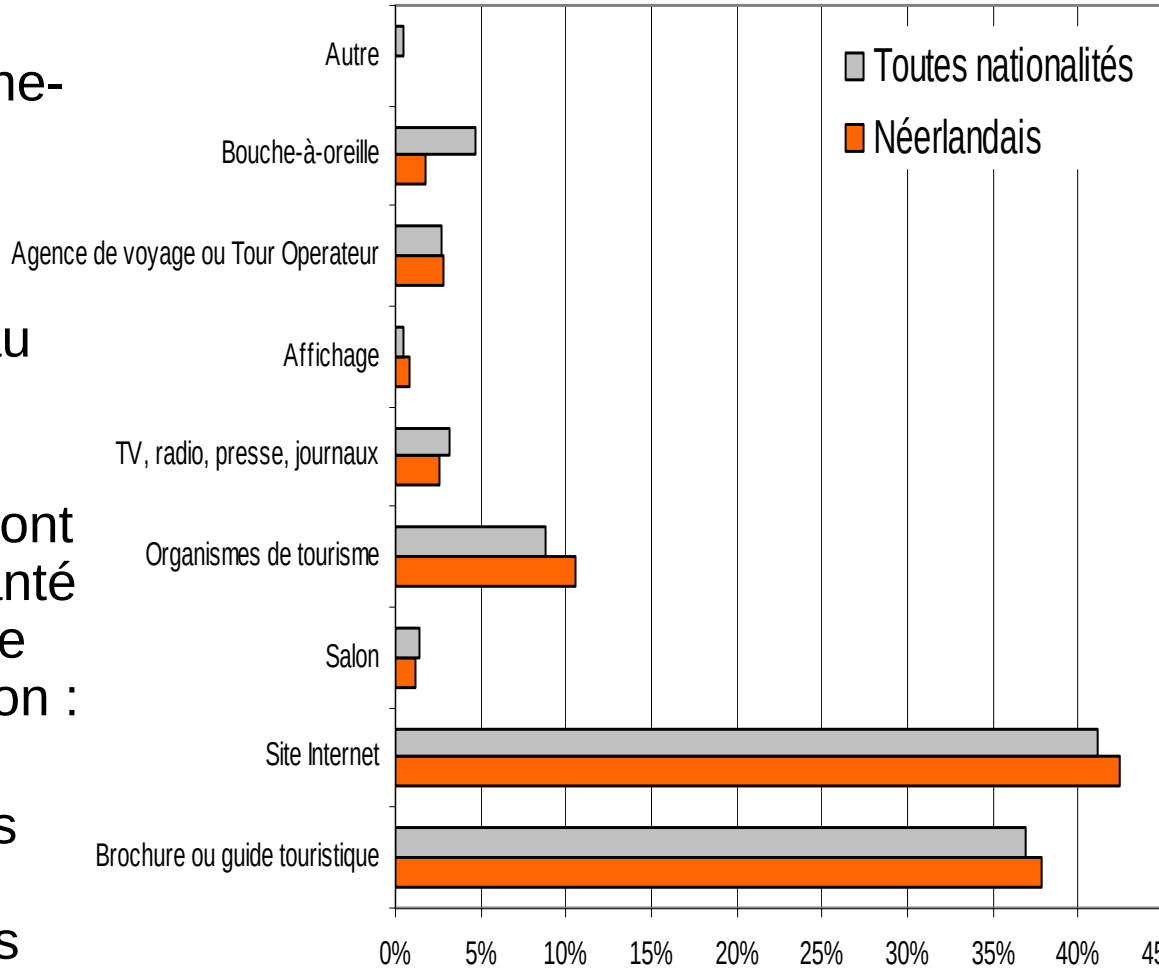


3. Comportement touristique (Source : Enquête Marketing des Clientèles, 2008)

La recherche d'informations : le web

- 56% des Néerlandais ont recherché des informations avant de venir en Champagne-Ardenne.

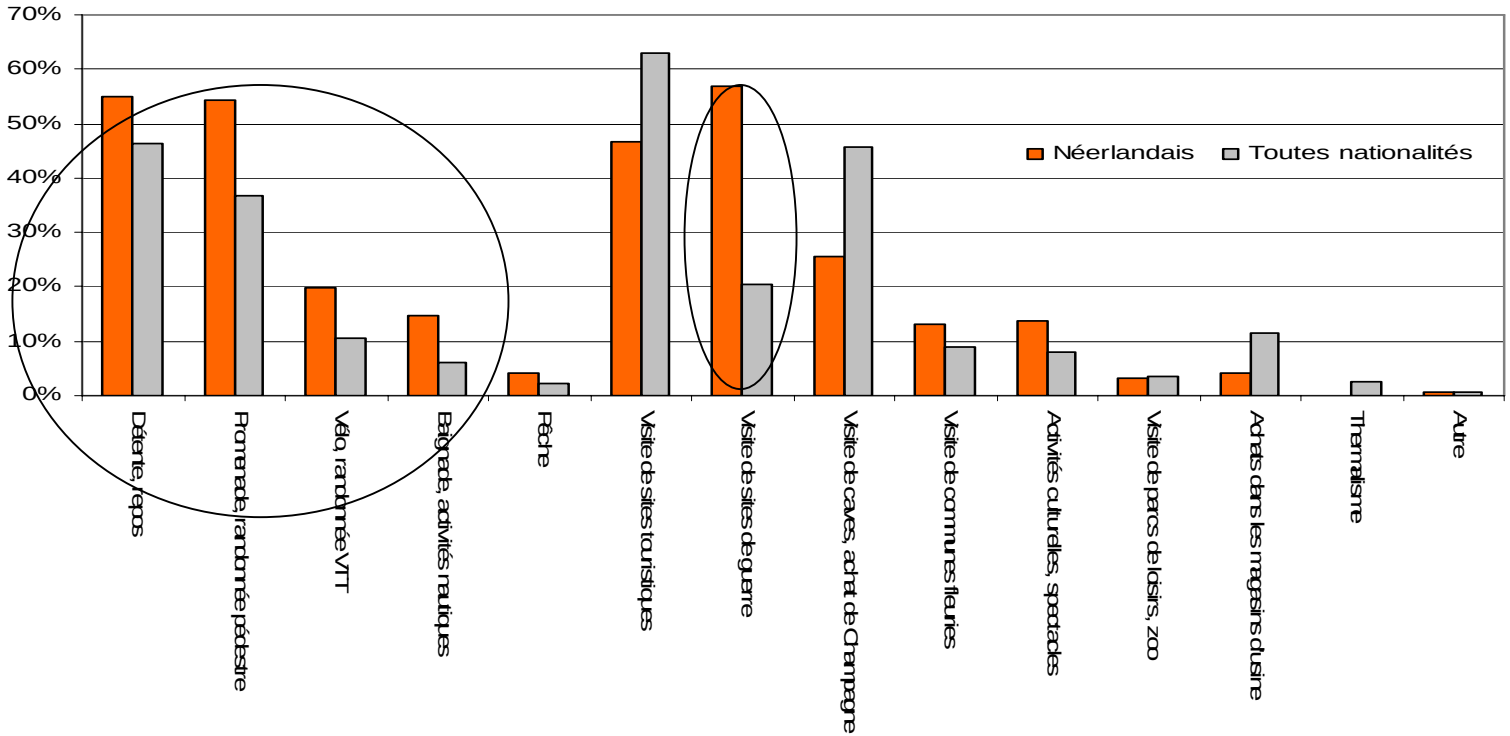
- Le 1er moyen de recherche d'informations a été le réseau Internet pour 42.5% des touristes néerlandais.
- Les brochures touristiques sont encore un moyen bien implanté dans la population touristique néerlandaise venant en région : 37.9% des séjours décrits.
- La recherche par le biais des organismes de tourisme est aussi importante : 10.5% des séjours.



3. Comportement touristique (Source : Enquête Marketing des Clientèles, 2008)

Activités pratiquées : visite de sites de mémoire

- En premier lieu, ils visitent les sites de mémoire à 56.8% soit + 36.3 points par rapport à la moyenne régionale.
- Ils pratiquent de façon plus importante que la moyenne régionale la promenade et la randonnée pédestre à 54.4% soit + 17.7 points.
- La visite de sites touristiques constitue la 3ème activité avec 46.8% des séjours .
- Les visites de caves et l'achat de champagne sont pratiquées par un 1/4 mais de façon moins importante que la moyenne régionale.



4. Satisfaction (Source : Enquête Marketing des Clientèles, 2008)

Selon eux,…

- Nos **points forts**
  - L'accueil que les touristes Néerlandais notent le mieux avec 4.29 / 5.
  - L'hébergement arrive ensuite avec une moyenne de 4.08,
  - La qualité de l'environnement suit avec 3.99.
- Nos **points faibles**

Comme pour l'ensemble des clientèles,

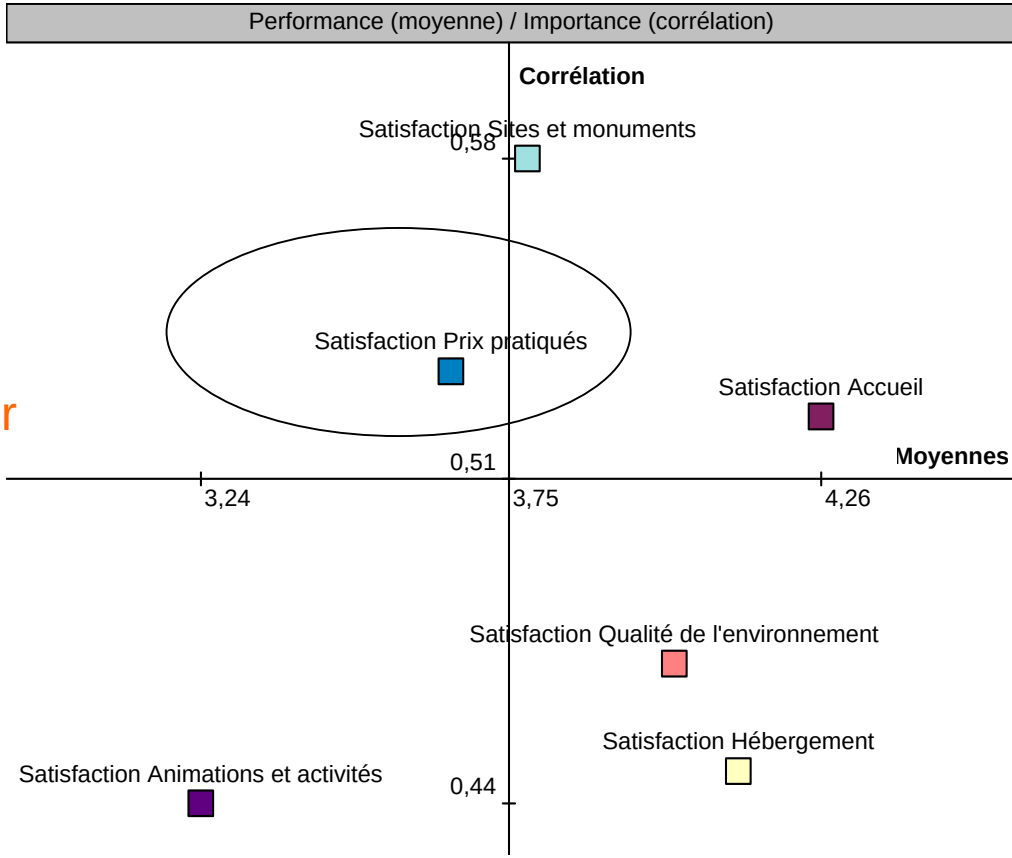
– les prix pratiqués (3.64 / 5)

– le manque d'animations (3.35 / 5)

Mais, ils n'agissent pas de la même façon.

⇒une action urgente est à mener sur les prix pratiqués qui impactent négativement sur la note de satisfaction globale

⇒le manque d'animations ne constitue pas pour l'instant une éventuelle raison de non retour.



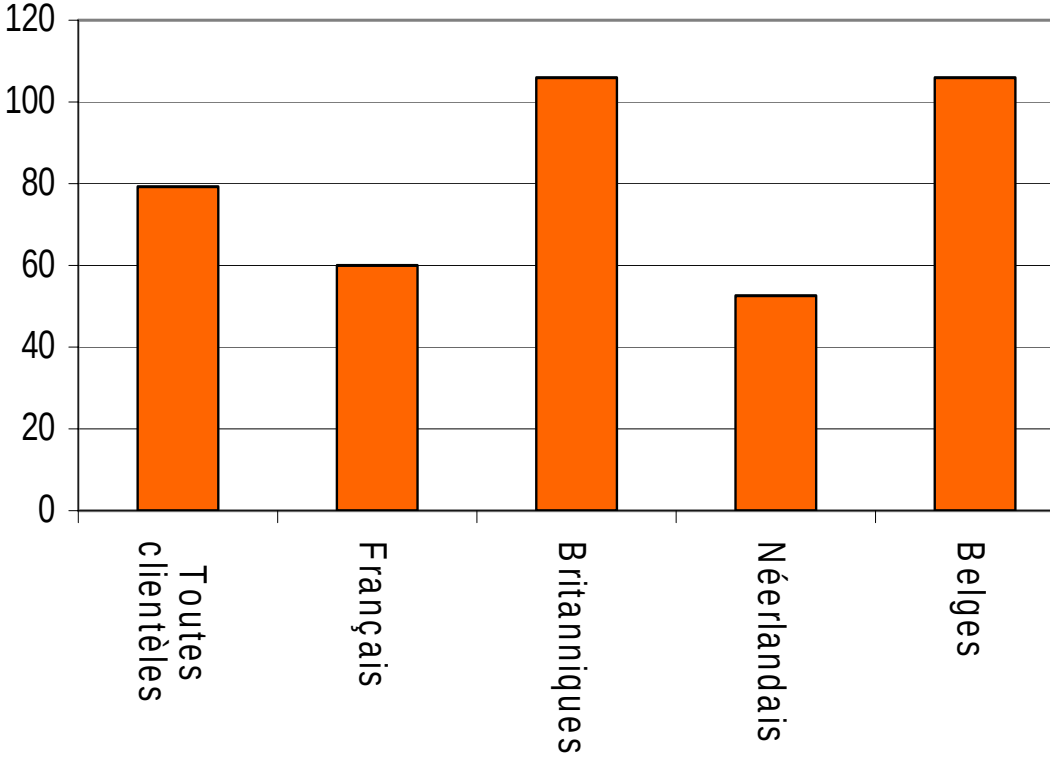
5. Dépenses (Source : Enquête Marketing des Clientèles, 2008)

Les Néerlandais dépensent 52.6 € par personne et par nuitée.

- Cette dépense est la plus faible comparativement aux autres clientèles étudiées :

-26.9 € par rapport à la moyenne régionale.

- Un Britannique dépense près de 2 fois plus qu'un Néerlandais en hébergement marchand en Champagne-Ardenne.
- Les parts des dépenses en hébergement et en courses alimentaires sont plus fortes que pour les autres clientèles.



Les prochains rendez-vous du C.R.T.

- Le 22 avril 2010, **Présentation du marché Allemand** au Conseil Régional

- Du 5 au 9 mai, **Club Champagne-Ardenne Autocaristes Allemands**

CHAMPAGNE ARDENNE
TOURISME

Votre prochaine conquête

Merci de votre attention

Pour en savoir plus, connectez-vous à

http://observatoire.tourisme-champagne-ardenne.com

CHAMPAGNE ARDENNE
TOURISME