

Comment travailler avec les opérateurs étrangers néerlandais ?

LES NEERLANDAIS



Pourquoi cibler les Néerlandais ?

2^{ème} clientèle étrangère en Pays de la Loire

- 23.7% de parts de marché
- 690 676 nuitées en 2017 (dont 95% en camping)

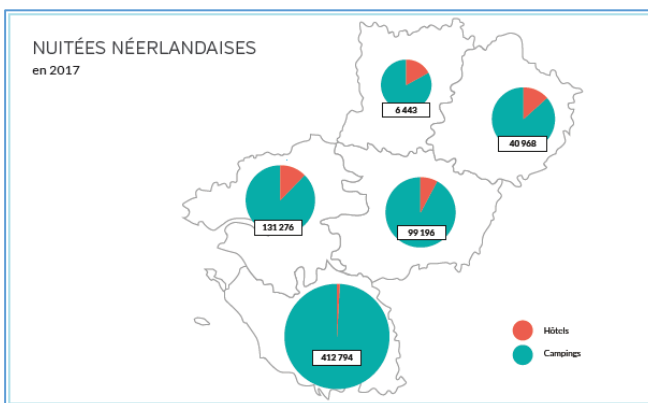
Durée Moyenne de Séjour :

- 1.8 jours en hôtel, 7.2 jours en camping

84% viennent en voiture

Profil du Cyclotouriste néerlandais

- Familles avec et sans enfant(s)
- Tout type de catégories sociales
- Ages : 25-70 ans
- 60 à 70% de repeaters
- Durée des séjours : 1 à 2 semaines
- 80% de clientèle individuelle et 20% de clientèle groupe



Ce qui leur plaît

- Art de vivre, savoir-faire
- Gastronomie, Oenotourisme (de + en + amateurs de vin)
- Nature : Cyclo, randonnée pédestre
- Golf (2^{ème} clientèle étrangère en France)
- Littoral

Leurs habitudes

RYTHME DES REPAS

- Petit-déjeuner : 8h
- Déjeuner : 12h-13h - léger (pique-nique)
- Dîner : 18h

Sont adeptes des restaurants gastronomiques étoilés

Quand partent-ils ?

Les attentions qui feront la différence

- Accueil :
 - Donnez des informations insolites et des adresses en dehors des circuits touristiques ; et suffisamment d'infos pour qu'ils puissent séjourner en autonomie
 - Soyez directs, efficaces et rapides
 - Mettez à disposition la presse néerlandaise
- Hébergement :
 - Ils apprécieront une literie de qualité (matelas, lits faits à l'arrivée)
 - Proposez des solutions de compostage, et tri des déchets
- Restaurants :
 - Proposez un large choix de pains et fromages
 - Prévoyez une ouverture dès 17h30 pour le dîner
- Epicerie :
 - Mettez à disposition du pain complet, du beurre de cacahuète

*** Périodes vacances scolaires : 2018/2019**

- Hiver : 16 février- 10 mars
- Printemps : 27 avril - 5 mai
- Été : 6 juillet- 1 septembre
- Automne : 12-27 octobre
- Noël : 21 décembre- 3 janvier
- Période de voyages : mai à août
- Période de réservation : janvier pour les familles, avril-mai pour l'été, l'écart entre le moment de la réservation et le moment du départ se resserre pour l'été
- Fête du Roi : 27 avril

Source : Atout France 2018 - ORT Pays de la Loire

Focus BtoB sur le marché Néerlandais

Réservations :

- 55% (= taux d'intermédiation) : 40% hébergement, 10% séjour, 5% transport
- 87% des séjours sont réservés en ligne (avec ou sans intermédiaire)

Les acteurs du marché :

- 225 TO aux Pays-Bas (environ 40 programment la région)
- 1 150 agences de voyages (principaux : D-Reizen, Thomas Cook...)
- 650 agents indépendants regroupés en réseaux (en croissance)
- OTA principaux : Booking, tripadvisor, expedia, hotels.com, airbnb, trivago et travelbird
- Principaux sites d'avis: Zoover, Trip Advisor, Vakantiereiswijzer, Vakantiepanel, Travelta, Shareyourhistory...

Focus Pays de la Loire : 34 TO programment la région dont :

- 11 pour le locatif (maisons individuelles, villas, résidences, villages de vacances)
- 10 spécialistes du camping (principalement locatif 4*)
- 13 plus généralistes (hôtels, chambres d'hôtes) ou pour les activités (vélo, rando, golf...)

Taux de commissionnement habituel : entre 20 et 23%

Etapas de production :

1. Négociations pour la programmation de la saison N+1 : entre mai & août en année N
2. Visites des acheteurs sur place (en France) : entre juillet et septembre
3. Sortie des offres/produits Été : en décembre et janvier, y compris sur internet

Besoins des TOs :

- Demande pour des produits facilitant le séjour : coupe-file, lieux inédits, pass transports, visites comprises...
- Hôtellerie de plein air haut de gamme et hébergements insolites recherchés
- Nécessité de renouveler l'offre en permanence car concurrence très forte, de se distinguer tant dans les prix que dans la qualité et le renouvellement de l'offre auprès des TO et en direct auprès des clients
- Les Néerlandais sont très attachés aux engagements - un contrat oral vaut un contrat écrit

Note de certains TO : Les prestataires français donnent peu de réductions, ou bien tout juste en fin de saison alors que des prix affichés légèrement plus bas en début de saison peuvent faire démarrer les ventes d'une destination. C'est le cas de certains concurrents. Exemple : les vacances de mai (Meivakantie), les TO souhaiteraient plus de souplesse dans les prix pour répondre à la demande du marché.