



COLLOQUE ATTRACTIONS & TOURISME 27/10/2010 MONS

AVENIR MARCHÉ PAYS-BAS Discours Nikoline van der Werf

INFORMATIONS GÉNÉRALES

- La crise économique se fait sentir. Le FMI annonce que l'économie reprend plus vite mais la situation reste difficile et fragile
- Le rapport qualité-prix est et reste très important
- Presque 3 séjours de vacances par an (courte et longue)
- A la recherche de vacances moins chères
- Tourisme durable
- Vacances plus proches
- Vacances en voiture
- 1/3 (28%) du budget d'une famille néerlandaise est dépensé aux vacances (autant que pour l'habitation/maison)
- Réservation via internet, déjà à 70% aux Pays-Bas
- Orientation via internet sur la destination et l'hébergement, 80%
- Importance du site '365.be'
- Top 3 des destinations étrangères: Allemagne, France, Belgique

HÉBERGEMENT DE PRÉDILECTION DES HOLLANDAIS

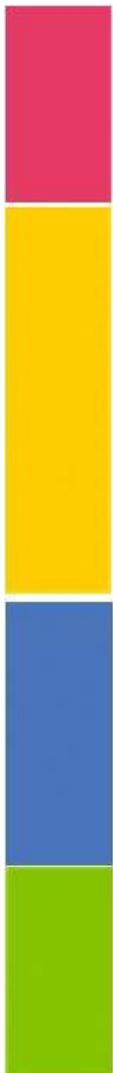
- Hébergement plus luxueux (camping, villages, gîtes, hôtel)
- Hôtels de charme qui répondent aux exigences actuelles de confort
- Villages vacances et gîtes luxueux avec cuisine équipée, piscine,...
- Le camping reste populaire avec une demande croissante de 'tente aménagée'
- Caravane (500.000 aux Pays-Bas) et caravane aménagée dans le camping
- 1.200.000 hollandais ont leur propre maison de vacances en Belgique et y passent environ 4 séjours par an

EXPÉRIENCES RECHERCHÉES PENDANT LES VACANCES

- Ambiance, vivre un pays, sa campagne, ses produits du terroir
- Profiter des richesses de la nature et de la culture
- Détente (relax, se promener à pied et en vélo)
- Culture, musées, villes, monuments
- Expérience (aventure, sports, animation, dégustation)
- Profiter des attractions caractéristiques et uniques
- A titre d'exemple aux Pays-Bas : Efteling 4.000.000, bateau-mouche 2.800.000, Zoo Blijd 1.600.000

CARACTÉRISTIQUES DES TOURISTES HOLLANDAIS

- Le touriste néerlandais veut faire quelque chose d'utile, d'éducatif et cherche une expérience spéciale,.... L'esprit calviniste joue un rôle, il n'est pas en vacances pour ne rien faire du tout. En plus, de retour aux Pays-Bas, il veut pouvoir raconter quelque chose. Donc il visite des châteaux, des musées, des grottes, le patrimoine industriel, des parcs d'attractions, il loue des vtt, fait une promenade ou fait du kayak,...
- Repas : le matin un bon petit déjeuner, l'après-midi un repas genre tartine/croque/salade, le soir repas du terroir en 3 services.
- Les 50+ augmentent, ils ont de l'argent, du temps libre, de bonne condition & et ont l'envie de partir
- Important pour le marché des 50+ : nature et culture, actif/promenade, confort et luxe, détente, tranquillité, tourisme durable
- les 50+ partent aussi en grande famille avec petits-enfants
- En 2015 tous les 50+ seront 'online'





- Le client hollandais est un touriste individualiste !
- Pour le segment des jeunes : activités sportives
- Le nombre de familles diminue et le nombre de singles augmente
- Le nombre de familles avec un parent et deux enfants augmente
- Les habitants de l'ouest et du sud des Pays-Bas partent le plus en vacances (Randstad le plus important sur le plan économique et démographique)

ATOUTS DE BRUXELLES POUR LE MARCHÉ HOLLANDAIS

- Shopping
- Prix très compétitif en week-end
- Restaurants – cafés - ambiance
- Musées – culture - événements
- Couples, jeunes, 50+, gay

ATOUTS DE LA WALLONIE & DES ARDENNES POUR LE MARCHÉ HOLLANDAIS

- Richesses nature et culture
- Attractions différentes pour tous les goûts
- Loisirs actifs : 'soft' & 'hard'
- Produits terroir
- Familles, couples, groupes d'amis, 50+
- Soyons attentif à utiliser à côté de Wallonie le mot Ardennes. Le hollandais associe les Ardennes avec la Belgique francophone dans son ensemble.
- Echte Ardennen et Waalse Steden sont des produits vendables

INFORMATION SUR REPRÉSENTATION OPT AUX PAYS-BAS

- Magazine Verrassend België, 2 x par an
- Pas moins de 4 voyages de presse par mois et de 4 Famtrips par an
- Participation aux salons grand public et pro (Vakantiebeurs, fiets, 50+, Evenement, TravelPresentation, Citytrips, Busldee, Travelicious,...)
- Campagne DM et Image et actions Clubs de Promotion, intégrée
- Activités web, Facebook et social media augmenteront
- Coopération avec TO vendeurs Weekendjeweg.nl, ANWB Pharos, Belvilla, EuroRelais, membres ANVR/SGR (Fonds de garantie)

