

# Pays-Bas



**Stratégie défensive** | Les néerlandais sont la première clientèle étrangère des campings français. Ce marché ultra mature est aussi ultra concurrentiel. Y maintenir sa notoriété, sa visibilité est indispensable. C'est le marché « campeur » par excellence.

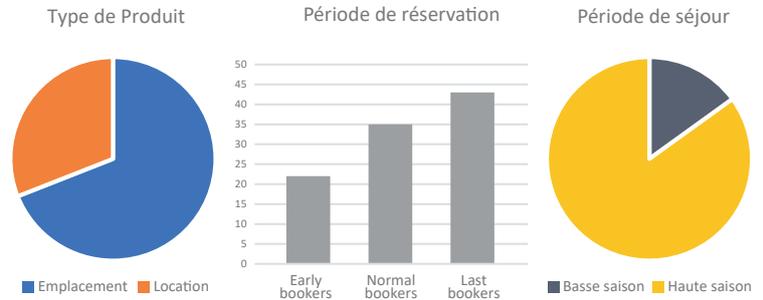
**Conjoncture** | Ce marché est très fortement travaillé par les concurrents de la France (Notamment l'Italie, l'Allemagne et la Croatie), alors que la France reste la destination numéro 1 mais perd régulièrement son avance. Cette clientèle est clé et un peu trop souvent considérée comme captive ! C'est un marché essentiel.

## Autres datas

- ✓ 82% des néerlandais partent en vacances (52% à l'étranger)
- ✓ 21% des néerlandais (soit environ 1 million de familles) sont des campeurs.

(Source Atout France)

## Comportement d'achat



## Les outils marketing



Camping-frankrijk.nl

# Allemagne



**Stratégie offensive** | Avec 81 millions d'habitants, l'Allemagne est le premier marché européen émetteur de clientèle camping. La diversification des choix des clients en matière de style de camping (du camping club bord de mer au slow tourisme) et de destination est une véritable opportunité.

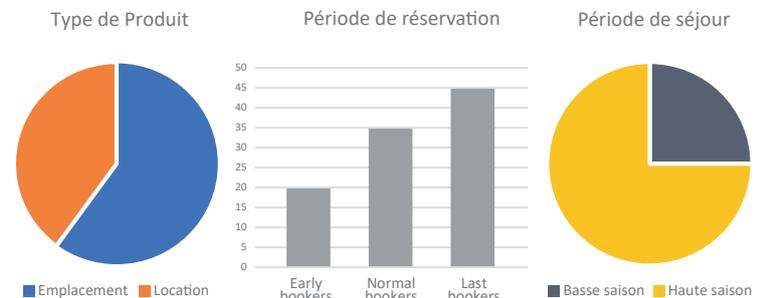
**Conjoncture** | Les réservations en ligne des allemands sont en croissance à 2 chiffres depuis 8 ans (en basse comme en haute saison)... Les allemands compensent rapidement le retard en digitalisation... Les TO, jusque-là contrôlaient la demande en programmant des campings sur un nombre de régions très ciblé... L'Italie en tête. Cette digitalisation de la réservation fait bouger les lignes.

## Autres datas

- ✓ Avec 10% des séjours à l'étranger, la France est la 3ème destination pour les courts séjours.

(Source Atout France)

## Comportement d'achat



## Les outils marketing

