

Espagne



Stratégie offensive | Le marché espagnol, selon tous les observateurs, est en expansion constante depuis plusieurs années. Les arrivées s'accroissent de 6% par an, selon Atout France. Si on isole les régions frontalières plus quelques autres territoires ciblés par la demande Ibérique, on constate que cette clientèle est particulièrement intéressante pour ses dates de vacances, pour sa consommation, sa croissance à 2 chiffres... et pour sa bonne humeur.

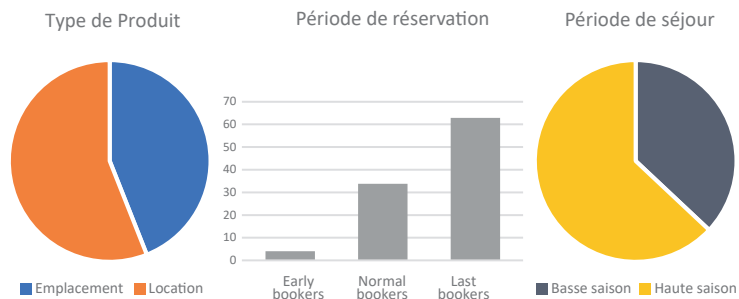
Conjoncture | Le marché se digitalise à grande vitesse. Peu intermédié, les campings français ont une carte à jouer pour améliorer leur fréquentation en relation avec cette clientèle.

Autres datas

- ✓ 6ème clientèle étrangère pour la destination France.

(Source Atout France)

Comportement d'achat



Les outils marketing

IBERIC  MP

Italie



Stratégie de niche | C'est un marché émergent pour les campings français.

Le virage digital, l'essor des immatriculations de camping-cars en Italie créent de nouvelles opportunités commerciales pour les campings français.

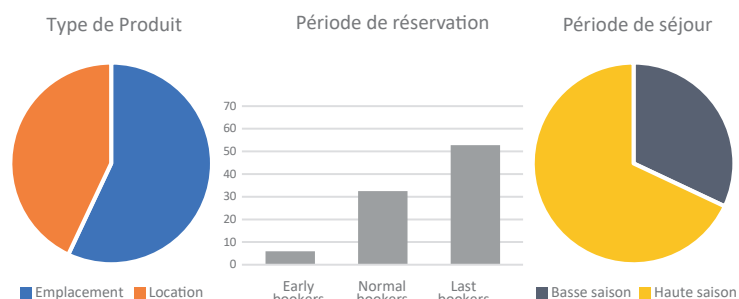
Conjoncture | Nous observons une hausse constante notamment de courts séjours en basse saison et de longs séjours en haute saison. Les premiers bassins émetteurs de clientèles en France sont la Ligurie et la Lombardie.

Autres datas

- ✓ En Italie, les vacances scolaires d'été durent 3 mois mais la tradition demeure de prendre ses congés en août.

(Source Atout France)

Comportement d'achat



Les outils marketing

alCampeggio.it