



PAYS-BAS

Indicateurs pour Auvergne-Rhône-Alpes
Sources : Orange FVT, INSEE, Atout France



3^e
clientèle
étrangère

9,9 MILLIONS

de nuitées totales (marchandes et non-marchandes) en 2024

+1,8% ENTRE 2023 ET 2024



1^e
clientèle
étrangère
estivale

3,4

nuits en moyenne par séjour en 2024



1^e
clientèle
étrangère

2,0 MILLIONS

de nuitées dans les campings

7^e
clientèle
étrangère

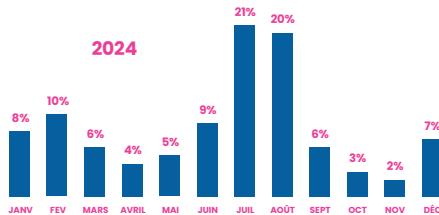
411 100

nuitées dans l'hôtellerie en 2024

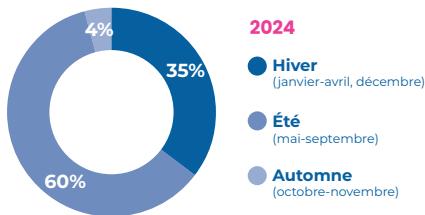
+6% / 2019

Répartition mensuelle des nuitées

Source : Flux Vision Tourisme – Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme 2025



Répartition saisonnière des nuitées



Répartition des nuitées par département

Dans les campings

1 Ardèche

▲ 37%

2 Drôme

▲ 16%

3 Haute-Savoie

▲ 14%



● >20%
● 10-20%
● 5-10%
● <5%

Dans les hôtels

1 Rhône

▲ 25%

2 Haute-Savoie

▲ 20%

3 Savoie

▲ 14%

Répartition par catégorie

Source : INSEE 2025 – Résultats année 2024 (hôtellerie) – été 2024 (camping)

	Non classés	★ & ★★	★★★	★★★★ & ★★★★	Nuitées 2024
Hôtel	15%	21%	42%	22%	411 100
Camping	5%	7%	34%	54%	2 millions



Les touristes néerlandais : premier marché de la saison été

Depuis des décennies, les Néerlandais sont la première clientèle étrangère des campings de notre région, totalisant 42 % des nuitées étrangères dans l'hôtellerie de plein air en 2024. Leur fréquentation a progressé de +6 % par rapport à 2019, mais reste inférieure aux niveaux records de 2013, année où l'on comptabilisait 2,6 millions de nuitées, soit 59 % de la fréquentation étrangère.

Pour reconquérir cette clientèle, nous nous sommes intéressés à ses centres d'intérêt touristiques : une nature préservée, un bon rapport qualité/prix, la baignade, la gastronomie et un vrai dépaysement.

Ils apprécient les campings bien équipés, les découvertes culturelles, les activités de plein air et un tourisme responsable.

Auvergne-Rhône-Alpes peut y répondre en valorisant ses lacs, montagnes, sentiers, patrimoine et savoir-faire gastronomique, dans un cadre authentique et accueillant (voir résultats complets plus bas).

L'attractivité touristique d'Auvergne-Rhône-Alpes

Source : Etudes MDS – Kantar

Pour reconquérir la clientèle néerlandaise, nous nous sommes intéressés aux facteurs d'attractivité touristique propres à augmenter la désirabilité de notre région.

Les voyageurs néerlandais recherchent avant tout l'essentiel : une destination où l'on se sent bien, qui respecte leur budget, où l'on peut respirer, se détendre et goûter aux plaisirs simples. Pour eux, les vacances idéales se dessinent autour d'une nature accueillante, de lacs propices à la baignade, d'une gastronomie généreuse et d'un dépaysement authentique. Ils veulent pouvoir fermer les yeux et sentir qu'ils sont loin de chez eux.

En Auvergne-Rhône-Alpes, ces aspirations trouvent un écho naturel :

- Les lacs et rivières offrent à la fois fraîcheur et beauté.
- Les montagnes et les volcans apportent le relief que ne connaissent pas les paysages plats de Hollande.
- Les tables de la région racontent une histoire de terroir : fromages, vins, spécialités locales qui prolongent le voyage jusque dans l'assiette.

Les Néerlandais apprécient aussi le confort d'une offre de services de qualité, avec une nette préférence pour les campings bien équipés, spacieux et accueillants. Les marchés colorés, les boutiques artisanales et les centres-villes vivants complètent cette image, offrant une palette d'expériences entre nature et urbanité.

Leur curiosité culturelle les conduit vers des musées variés, des monuments chargés d'histoire, des itinéraires qui racontent la mémoire des lieux. En Auvergne-Rhône-Alpes, les sites inscrits au patrimoine mondial, les villes d'art et d'histoire, ainsi que les villages préservés nourrissent cette soif de découverte.

Sensible aux valeurs environnementales, cette clientèle cherche un tourisme responsable : énergies renouvelables, circuits courts et accueil chaleureux de la population locale.

Enfin, l'appel du grand air reste fort. La randonnée, le vélo, les séjours au contact direct de la nature font partie de leur ADN touristique. Ici encore, la région dispose d'arguments de poids : sentiers balisés, pistes cyclables de longue distance, hébergements écologiques nichés au cœur des paysages.

De plus en plus de Néerlandais voyagent en France au volant de leur voiture électrique. Il devient donc essentiel pour les campings et les hôtels de proposer des bornes de recharge adaptées. Depuis 2024, les ventes de véhicules électriques ont même dépassé celles des voitures thermiques – une véritable opportunité pour les établissements qui souhaitent attirer et fidéliser cette clientèle écoresponsable.



RETROUVEZ TOUTE
L'ÉTUDE EN LIGNE



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme