

## WORKSHOP COLLECTION FRANCE Atout-France – 17 mars 2022 à Bruxelles BELGIQUE

Marie-Hélène Vernerey- 13/06/2022



### Le contexte du workshop

Atout France **Belgique** a pu organiser en présentiel pour cette édition 2022, le workshop « Collection France », rendez-vous annuel des journalistes belges avec les destinations françaises. La Bourgogne et les Montagnes du Jura ont pris part à cet évènement. L'objectif principal du workshop, très attendu par la presse, est de rencontrer les journalistes, rédacteurs de la presse écrite (quotidiens et magazines, guides), freelance, photographes, blogueurs-influenceurs belges et de leur présenter des destinations internationales.

### La conjoncture économique de la Belgique

Particularité de la Belgique : elle se divise en 3 marchés :

- La Flandre – 59 % de la population (6,65 millions d'habitants)
- La Wallonie – 29% de la population (2,77 millions d'habitants)
- Bruxelles capitale – 12 % de la population (1,14 millions d'habitants)

### Quelques chiffres sur le contexte économique

Taux de croissance en 2020 en raison du contexte économique : env. -6,3%

Taux de croissance du PIB importante en 2021 : + 6% ( l'activité économique a retrouvé son niveau d'avant pandémie)



**Montagnes du Jura**  
TOUT UN MONDE DEHORS



## Quelques chiffres sur les touristes belges en France

**La bonne nouvelle ?** La France reste la 1<sup>ère</sup> destination de vacances pour les Belges, avec 16% du marché (l'Espagne, en 2<sup>ème</sup> position représente 8% du marché)

### Les parts de marché de la France :

15,3 % de courts séjours

16,6 % de longs séjours

Principaux concurrents de la France : l'Espagne, les Pays-Bas et l'Italie

### Place de la Belgique dans les arrivées de touristes en France

La Belgique/Luxembourg est en 3<sup>ème</sup> position avec 11 278 MIO d'arrivées en France, après le Royaume Uni et l'Allemagne, idem pour le nombre de nuitées (68 219 MIO). La Belgique est au 1<sup>er</sup> rang pour les recettes (25 Millions de Belges excursionnistes par an pour la France- **sans nuitée**), devant le Royaume Uni et la Suisse.

L'hébergement en l'hôtels (3 et 4 étoiles) est privilégié : 40,8 % en hôtels 3\* et 29,5 % en hôtels 4\* ,

3 Belges sur 4 partent en vacances en voiture (72%), la réservation se fait soit 4 à 6 mois avant un long séjour pour 20,2% soit en last minute pour 12,1%.

22% sont des familles avec enfant de 6 à 17 ans et 41% sont néerlandophones

Les Belges aiment la nature et sont de grands amateurs de gastronomie et d'œnologie.

### Le covid et la vaccination

Vaccination : 61,7 % de la population belge est totalement vaccinée (1<sup>ère</sup> dose de rappel) et 1,9% de la population a déjà une 2<sup>ème</sup> dose de rappel (le pourcentage des flamands vaccinés est légèrement supérieur à celui des wallons et de Bruxelles-capitale)

### Les voyages en 2021 :

L'été dernier, 8 millions de voyages ont été effectués, soit presque 30% de plus qu'en été 2020, mais toujours 11% de moins qu'en 2019.

Les Belges ont toutefois plus souvent opté pour une destination moins lointaine.

Le nombre de vacances à l'étranger s'est élevé à 5,3 millions, soit une baisse de 26% par rapport à 2019.



Montagnes du Jura  
TOUT UN MONDE DEHORS



### Critères clés pour déclencher un voyage en France

Se recentrer sur des thématiques outdoor, sur des lieux moins fréquentés, des possibilités de baignades, les petites villes. Les Belges se sont nettement déplacés l'été 2020, notamment dans les Montagnes du Jura, alors que leur gouvernement incitait à rester en Belgique.

La BFC et ses 3 marques de destinations ont une vraie carte à jouer avec la nature, les grands espaces, sa proximité (facile d'accès en voiture sur la journée) et sa qualité gastronomique conviviale (dégustations, terrasses, villes à taille humaine non saturées).

## Déroulé du workshop

### Les Rendez-vous avec la presse :

Dans un format 11H00-16H00, le workshop s'est ouvert par une présentation aux journalistes des 24 partenaires des destinations françaises présents par Atout France. Le fil rouge de cet événement était l'éco-durabilité.

Bourgogne-Franche-Comté Tourisme était présent au titre de ses marques de destination : La Bourgogne et Montagnes du Jura ; les 2 sujets phares mis en avant lors de la présentation et faisant référence à l'éco-durabilité ont été le « Cercle Immense de jardins » de la Saline Royale d'Arc et Senans pour Montagnes du Jura et « VéloVézelay » à vélo électrique à Vézelay et environs. Ces deux offres ont été également reprises dans un dossier de presse réalisé par Atout France et remis aux journalistes présents.

Le CRT a pour sa part rencontré **11 journalistes** de la presse quotidienne, hebdomadaire, de magazines spécialisés golf, camping-caravaning, randonnée, loisirs actifs et lifestyle. Ces rendez-vous seront complétés par un suivi presse : envoi du dossier de presse et d'informations plus ciblées) et 4 à 5 accueils presse se profilent.





**Montagnes du Jura**  
TOUT UN MONDE DEHORS



### Les demandes des journalistes :

Les demandes des journalistes ont porté sur la gastronomie en générale avec accent sur la nouvelle cité Internationale de la Gastronomie et du Vins et le Comté, sur les golfs de montagnes tels que Les Rousses, le Jivahill et le Val de Sorne, des city breaks à Belfort, Montbéliard et Auxerre, un projet d'itinéraire moto pour 2023, des itinéraires de randonnée pédestre et vélo.

### Conclusion :

Ce workshop a démontré, d'une part l'importance de continuer à garder le contact avec la presse belge qui est toujours à la recherche d'idée de thématiques pour les lecteurs, et d'autre part l'intérêt des journalistes pour la Bourgogne et les Montagnes du Jura.



Pour tout complément d'information : **Contact** : [mh.vernerey@bfctourisme.com](mailto:mh.vernerey@bfctourisme.com)