

Workshop promotion Pays-Bas Excellence France 9 juin 2022

Véronique BEIGENGER

Participation de Bourgogne-Franche-Comté Tourisme au workshop promotion organisé par Atout France le **9 juin 2022**, l'occasion de faire le point sur un des marchés prioritaires de la région grâce à Atout France, et aux échanges avec les TO et agents de voyages

Les Néerlandais, une clientèle prioritaire, nombreuse et diffuse sur le territoire

En 2019, avec un **taux de départ de 84%**, l'un des plus élevés d'Europe, les Néerlandais confirmaient leur appétence pour les vacances, en particulier à l'étranger (56%). Cela s'est confirmé en 2020 avec un taux de départs à l'étranger de 41%, malgré les restrictions de déplacement en place la plupart de l'année, et relativement peu voire pas de report sur les vacances domestiques.

La France, destination de proximité, a pu compter sur la résilience de sa clientèle néerlandaise en 2020 (chiffres 2021 disponibles d'ici fin juin 2022):

- Légère augmentation de la part de marché (13% v. 12% en 2019), toujours **2è destination** sur l'année (1ère sur l'été) **derrière l'Allemagne et devant la Belgique et l'Autriche.**
- **50% de réservation de l'hébergement via un intermédiaire et 36% en direct** (effet de last minute voire last second)
- **51% de départs en été**, ont privilégié l'ouest de la France (32%), puis le sud (21%) **et l'est (19%).**
- Intérêt pour **1/ le patrimoine/villes, 2/ les espaces campagne et nature; 3/ le littoral** (NBTC/NIPO 2021 pour 2020)

L'INSEE annonce en mai 2022 que la fréquentation des Néerlandais en **hôtellerie** entre juillet et décembre 2021 est **en augmentation de 5% en nombre de nuitées** par rapport à la même période en 2019, tandis que les nuitées en Hôtellerie de Plein Air sont encore en retard de 15% entre juillet et décembre 2021 v. la même période 2019.

La clientèle néerlandaise a retrouvé lors de la saison d'hiver 2021-2022 le chemin des pistes de ski en France, avec des estimations de fréquentation proches de la saison tronquée 2019-2020 (sources : TOs et massifs).

Beaucoup de capacité de rebond aux Pays-Bas :

Inflation 9,6% en mars avril 2022 (1,9% en 2021)

Un taux de chômage y compris chez les jeunes, qui reste assez bas 3,2% en avril 2022. A noter que depuis juin 2021, **il y a plus d'emplois disponibles que de demandeurs d'emploi pour la 1ère fois en 50 ans**, avec en avril 2022 133 postes disponibles pour 100 candidats.

Le top 3 des motivations de voyages en France en 2020 :

1 / tourisme urbain, 2/ la montagne en hiver, le littoral

2022 : perspectives de sortie de crise

Une économie résiliente dans un climat sanitaire prudent.

Une croissance de 4,5% en 2021

Un PIB qui résiste et une prévision de déficit budgétaire de 1,8% en 2022

Principales tendances du marché et recommandations pour l'aborder

La France reste une destination prioritaire pour les Néerlandais, en revanche la clientèle est **sensible au rapport qualité/prix des prestations**, à la qualité et aux nouveautés en matière d'hébergements, avec une attention aux mesures de réassurance sanitaire le cas échéant. **Les Néerlandais partagent généreusement leurs expériences de vacances sur les réseaux sociaux**, que ce soit Facebook, What's App, Pinterest ou Instagram, voire Snapchat et Tiktok pour les plus jeunes.

Il convient donc de donner une meilleure visibilité au « produit France » sur les sites Internet de ventes et de partage face à la concurrence, d'optimiser les moyens de communication liés aux réseaux sociaux, aux réseaux professionnels et journalistiques locaux.

Comment communiquer avec la clientèle Néerlandaise ?

- Documentation et site internet en Néerlandais ou au moins quelques pages traduites quitte à passer ensuite sur l'anglais
- Un site internet bien référencé qui remonte dans la 1^{ère} page des recherches Google (s'aider de Google Trends pour trouver les mots et expressions utilisés par les Néerlandais lors de leur recherche)
- Information claire et directe
- Besoin de cartes pour situer la région, l'hébergement, le site, les points d'intérêt à proximité
- Clarté dans l'affichage des prix : ce qui est compris dans le prix, ce qui ne l'est pas, est ce que les animaux sont acceptés ?
- Importance des réseaux sociaux, et des applications pertinentes. Wifi indispensable

Les Néerlandais en quelques mots :

Admirent la famille royale
Sont fiers de leur pays
Disent toujours ce qu'ils pensent sans toujours y mettre les formes
Ont des habitudes alimentaires différentes des nôtres
Sont les champions toute catégorie du vélo, y compris des VAE avec des ventes en hausse en 2020
Sont des voyageurs et des découvreurs,
Aiment le confort chez eux et veulent le retrouver en vacances
Ont complètement adopté les réseaux sociaux quel que soit leur âge
Ne dépensent leur argent ...que s'ils l'ont économisé !

Déroulé du workshop :



1^{er} retour en présentiel depuis la crise sanitaire, ce rendez-vous n'a pas rencontré le succès espéré par les participants et l'équipe promotion commerciale d'Atout France. Malgré les invitations personnalisées et les relances individuelles trop peu de TO et agents de voyages ont accepté de faire le déplacement et seuls 21 TO ont participé à l'événement.

Initialement prévu sur la journée, celui-ci a vu son format concentré sur la matinée et s'est terminé après le walking lunch.

Comme toujours, le but était d'échanger avec les agents de voyages et les TO, demandeurs de nos conseils et nouveautés.

17 partenaires français avaient fait le déplacement dont, à nos côtés l'office de tourisme de Dijon Métropole.

BFC Tourisme pour sa part avait préparé une présentation des nouveautés des 2 marques de destination **La Bourgogne** et **les Montagnes du Jura** en s'appuyant sur les 2 nouveautés du moment (l'ouverture de la Cité internationale de la Gastronomie & du Vin à Dijon et la maison du Comté à Poligny). Document disponible [ici](#).

Un casque de réalité virtuelle des Sites UNESCO était mis à la disposition des TO afin de leur présenter notre offre culturelle. L'animation a beaucoup intéressé et répondu aux attentes de TO souhaitant programmer des visites culturelles de la région.



Les tendances 2022 :

Le vélo et les activités outdoor rencontrent toujours un grand succès (Echappée Jurassienne, GTJ, wine tours à pied côté Bourgogne), mais l'intérêt pour la gastronomie et à la découverte des vins se confirme. Il semblerait que les Néerlandais souhaitent désormais profiter des atouts de notre région et se faire plaisir ce qui n'était pas forcément dans leur façon de penser leurs vacances jusqu'alors...



Pour tout complément d'information : v.beigenger@bftourisme.com