

# Workshop promotion Explore France Luxembourg Le 9 octobre 2023

Véronique BEIGENGER

**L**e 9 octobre, Bourgogne-Franche-Comté Tourisme a participé au workshop promotion BtoB organisé à Luxembourg par Atout France belux. L'occasion de prendre la température d'un marché intéressant pour nos destinations grâce aux échanges avec les TO, agents de voyages.

## Principales tendances du marché luxembourgeois et recommandations pour l'aborder

### Un des pays les plus riches d'Europe

Avec un PIB presque 3 fois supérieur à celui de la France, (107 792 \$ vs 38 045 \$ pour la France) ce petit pays bénéficie de prévisions de croissance supérieures à la moyenne européenne (1,50% vs 0,60% pour la France) et d'une inflation en recul pour 2023. Après un pic à 10,3%, l'inflation est en fort recul avec +2% seulement en juillet 2023. Même si l'alimentaire continue d'augmenter à + 11,19% en juin, le prix de l'électricité quant à lui est régulé pour les ménages

### Un besoin impérieux de voyager

Presque 3 millions de voyages effectués par les résidents Luxembourgeois en 2022 : c'est plus de 15% de plus par rapport à 2019 ! Quant aux voyagent professionnels, même s'ils ont repris depuis la crise Covid, ils ne retrouvent toujours pas le niveau de 2019 (-37%).

### Un tourisme de proximité

Avec 22% de départs pour la France, notre pays reste la 1<sup>ère</sup> destination étrangère des Luxembourgeois dont le tourisme domestique reste haut en 2022. A noter que nos voisins voyagent essentiellement en Europe pour 90% des voyages.

### Un taux de voyages très élevé avec 5,9 voyages / an en 2022

En 2022, 83% des Luxembourgeois ont voyagé, avec une durée de séjours de 7,6 nuitées en hausse par rapport à 2019.

Toujours en 2022, les Luxembourgeois ont passé en moyenne **36 nuitées hors de leur domicile** pour des séjours de loisirs !

### **Des voyages en avion et en voiture**

Si 48% des déplacements professionnels privilégient l'avion, l'utilisation de la voiture pour les voyages augmente et passe de 49 à 54 % entre 2019 et 2022.

Le ferroviaire reste stable (6%).

### **L'hôtel ou l'hébergement non marchand**

Bien qu'en recul de 50 à 40%, les hôtels restent de loin le mode d'hébergement payant préféré de nos voisins, qui effectuent aussi un tiers de leurs séjours de loisirs en hébergement non marchand, les séjours hybrides et roads trips étant en forte hausse.

## Top 5 des activités des Luxembourgeois en voyage

1. Se reposer, passer du temps avec les autres participants du voyage
2. Rendre visite à des amis ou des parents
3. Visiter
4. Faire du sport
5. Faire du shopping

## ...Et lieux de séjours préférés :

- En ville 50%
- A la mer 33%
- A la campagne 25%
- A la montagne 13%
- Au bord de lacs 6%

Même s'ils sont en légère baisse (-3% vs 2019), les séjours en ville restent l'activité préférée. Les séjours à la campagne qui avaient augmenté vs 2019 (effet Covid) sont en légère baisse vs 2021. Les croisières sont marginales avec 1% des séjours en 2022.

## Les Luxembourgeois en quelques mots :

660 800 habitants dont 47% d'étrangers  
PIB le plus élevé au monde  
+15% de voyages en France vs 2019  
ont une durée moyenne de séjour record de 7,6 jours  
saisonnalité : 26% printemps, 34% été, 22% automne, 17% hiver  
un marché taillé pour le haut de gamme  
une croissance permanente et un taux de chômage parmi les plus bas  
un taux de départ extrêmement élevé

## Déroulé du 1<sup>er</sup> workshop à Luxembourg :



Le 1<sup>er</sup> des 3 workshops avait lieu à **Luxembourg le 9 octobre**, à la **Brasserie –Bar B13**, sous la forme d'un cocktail dinatoire, les échanges ont permis de rencontrer **10 TO** et **agents de voyages**.

La plupart d'entre eux connaissaient déjà **la Bourgogne** et ont découvert **les Montagnes du Jura**. Certains programment déjà la Bourgogne (Sales LENTZ, WEBER TOURS, VELOSOPHIE). Parfois, plus rarement, les Montagnes du Jura (Besançon).

De nombreuses demandes portaient sur de l'incentive ou du MICE, segment travaillé par la Bourgogne par le passé sur ce marché.

BFC Tourisme pour sa part a mis en avant les nouveautés des 2 marques de destination **La Bourgogne** et **les Montagnes du Jura** à savoir la Cité de la Gastronomie et du Vin de Dijon, celles des Climats et des Vins à Chablis, Macon et Beaune ainsi que l'itinérance dans les MDJ. Les vins et la gastronomie sont des points d'entrée intéressants pour nombre de contacts qui recherchent des hébergements haut de gamme (4 à 5\*) ; Le riche patrimoine des 2 destinations a également intéressé les TO (BIL) ainsi que les hôtels de charme (L1 Health, Sales Lentz).



**Préconisation** : un marché à travailler afin de mettre en avant notre gastronomie, nos vins et notre patrimoine, avec des hôtels correspondant aux critères haut de gamme des prescripteurs et de leurs clients.

Pour tout complément d'information sur le marché luxembourgeois :

[v.beigenger@bfctourisme.com](mailto:v.beigenger@bfctourisme.com)