

# Démarchage promo & presse Pays-Bas - 21 au 23 novembre 2023

Véronique BEIGENGER - 04/12/2023

**D**émarchages promo et presse organisés avec l'aide d'Atout France Pays-Bas : des rencontres promotion et presse très qualifiées pour présenter la destination **Montagnes du Jura** avec un zoom plus particulier sur **l'itinérance**, du 21 au 23 novembre 2023. 3 partenaires ont participé à ce déplacement avec nous aux Pays-Bas. Ensemble, nous avons rencontré **6 tour-opérateurs** puis **3 médias** très intéressants pour la marque **Montagnes du Jura**. Un dîner de presse a clôturé le déplacement permettant des échanges individuels avec **10 journalistes**.



## Éléments de contexte :

### Quelques chiffres clés

- Population : 17,6 millions d'habitants
- PIB : + 5% entre 2020 et 2021
- PIB/habitant : 49 100€ en 2021
- Inflation : 9,6% en avril 2022

Les Pays-Bas ont démontré de fortes capacités de rebond suite à la pandémie. A noter également l'importance portée à la qualité de vie pour les Néerlandais. 37,4% des Néerlandais sont en temps partiel volontaire (contre 14,3% en France).

### Le marché néerlandais en Bourgogne-Franche-Comté (source INSEE)

- **3<sup>ème</sup> clientèle internationale des hôtels** avec 280 700 nuitées en 2022, derrière la Belgique et l'Allemagne.

Durée moyenne de séjour de 1,21 jours

- **1<sup>ère</sup> clientèle internationale des campings de Bourgogne-Franche-Comté** avec 694 600 nuitées en 2022.

Durée moyenne de séjours de 3,43 jours

### Le marché néerlandais pour les Montagnes du Jura (source INSEE)

- **1<sup>ère</sup> clientèle étrangère dans les campings** : 340 400 nuitées
- **6<sup>ème</sup> clientèle étrangère dans les hôtels** : 26 800 nuitées

## Les segments de clientèle

- **Chez les familles**, séjours en hôtellerie de plein-air haut de gamme et confirmation de la tendance de locatif haut de gamme (villas et maisons avec piscine).
- **Chez les jeunes**, la GenZ pratique de plus en plus la randonnée pédestre et les balades : besoin de déconnecter de la vie courante, de repos, de retrouver la nature et les grands espaces, de bien-être, et de partager du temps avec un/e ami/e, mais toujours ...le smartphone à la main pour partager sur BeReal, TikTok ou WhatsApp.
- **Chez les seniors**, itinérance durant les ailes de saison en camping-cars / caravanes avec une appétence pour les espaces ruraux / campagnes / montagnes – consommation hôtellerie haut de gamme pour ceux venant en voiture en hausse.

En général, si la dépense moyenne par séjour augmente, la clientèle néerlandaise tend à des séjours plus durables, mais sans culpabilisation ou effet moralisateur.

## La situation politique aux Pays-Bas :

Les résultats tout à fait inattendus des élections législatives sont tombés durant notre séjour aux Pays-Bas, le pays a mis à la tête de son assemblée **le leader du PVV, Geert Wilders**. Au cours des 20 dernières années, le paysage politique a complètement changé (comme dans de nombreux autres pays européens). Le pays tout entier s'est déplacé vers l'extrême droite.

**Pour la 1<sup>ère</sup> fois dans l'histoire des Pays-Bas, un parti d'extrême droite est devenu majoritaire au parlement national.** L'immigration est présentée comme étant la première cause de problèmes tels que l'engorgement des services publics néerlandais ou le manque cruel de logements abordables.

Cet été, la coalition conservateurs (VVD)/démocrates chrétiens (CDA)/libdem (D66), après un semestre mouvementé, s'est effondrée à cause d'un différend sur l'immigration, lancé par les conservateurs. Le 1<sup>er</sup> ministre Mark Rutte a démissionné. Les rumeurs disent qu'il l'a fait dans l'espoir de devenir le prochain secrétaire général de l'OTAN. Geert Wilders, qui a fondé en 2006, le Parti populaire pour la liberté et la démocratie, est le grand gagnant des élections législatives qui ont eu lieu le mercredi 22 novembre.

Ce résultat annonce un **brusque virage à droite pour le pays**. Le programme du PVV : un **référendum sur le maintien ou non dans l'Union européenne, le gel de l'asile et une politique d'immigration plus restrictive**. Un succès retentissant qui n'assure pas néanmoins le poste de Premier ministre à Geert Wilders. Il va devoir mettre en place une coalition majoritaire, ce qui s'annonce compliqué, d'autant plus que les dirigeants des trois autres grands partis ont annoncé refuser de gouverner avec le PVV. Aux Pays-Bas, la mise en place d'une coalition est l'affaire de plusieurs mois et non de plusieurs

semaines. Affaire à suivre...

(Sources Francetvinfo / theconversation.com, ainsi que Rob Dijksman).

## Promotion :

### Les partenaires :

Nos 3 partenaires présents à nos côtés pour ce déplacement étaient les offices de tourisme du **Haut-Doubs**, **Cœur du Jura** et **Monts-Jura, Pays de Gex**.



Nous avons rencontré **6 tour-opérateurs** à qui nous avons présenté la destination à l'aide d'une présentation powerpoint qui donnait la parole à nos 3 partenaires. Les échanges ont été variés et très intéressants, ils nous ont permis de dégager les tendances suivantes :

- Attrait pour **l'itinérance** avec services annexes tels que le portage de bagages. La **GTJ** a particulièrement intéressé nos interlocuteurs, ainsi que **l'Echappée Jurassienne**. La **randonnée pédestre** en général reste un point d'entrée important, ainsi que les **itinéraires vélo** pour lequel on doit pouvoir fournir les traces GPX.
- Certains TO ont des clients individuels qui souhaitent uniquement randonner sans inclure de visites ou rarement. La demande d'hébergement alors est assez simple : un lit confortable et un repas à base de produits locaux. **Les topo guides traduits à minima en anglais et les traces GPX sont indispensables.**
- D'autres recherchent pour leurs clients des hôtels 3 à 4\*, ainsi que des visites et activités qui complètent les journées de randonnée. La **route de l'absinthe**, la **Via Salina** entre autres ont retenu l'attention de nos interlocuteurs car différenciants par rapport à d'autres destinations.
- Importance des **agences réceptives** qui sont le relais sur place, leur rôle est indispensable pour les clientèles individuelles.
- Intérêt pour les **offres durables**, privilégiant en priorité les déplacements doux idéalement en train pour arriver dans les **Montagnes du Jura**. Quitte à louer ensuite une voiture, si possible électrique...des hotels éco responsables.
- La présentation PPT a inspiré un TO qui souhaite programmer 2 short breaks, 1 sur les sommets et l'autre sur le secteur Cœur du Jura avec des hébergements 4\*. Un autre TO a retenu la **Via Francigena** et la **Via Salina** pour des séjours éducatifs scolaires sur les ailes de saisons.

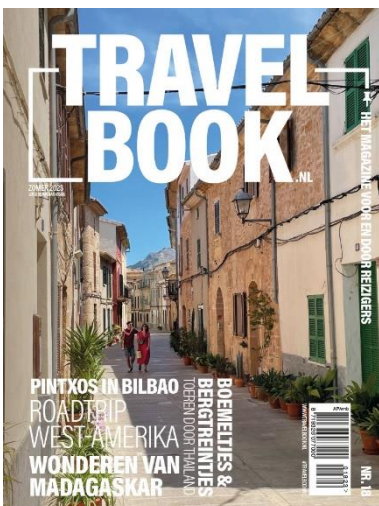


A l'issue des RV, de nouveaux programmes de séjours pour individuels devaient voir le jour rapidement. Le suivi personnalisé devrait permettre de concrétiser ces nouveaux projets pour 2024.

## Presse :

- **Les rencontres presse :**

Sannerien VAN AERTS et Lydia BEERENS du service presse **d'Atout France Pays-Bas** ont organisé nos 3 rendez-vous et nous ont accompagnées lors de ces rendez-vous avec :



1. **Travel Book**, un média très intéressant pour les Montagnes du Jura qui tire à **50 000 exemplaires** (sur abonnement uniquement, 2 gros numéros par an), lectorat DINKS et CSP + qui utilisent **Travel Book** pour s'inspirer et découvrir de nouvelles destinations.

➔ Un sujet de 8 pages est prévu pour donner suite à ce RV, un journaliste viendra dans les **Montagnes du Jura** afin de découvrir la destination dans des hébergements haut de gamme 4 à 5\*.

2. **Hoogtelijn**, le magazine de la fédération d'escalade et d'alpinisme néerlandais qui compte 68 000 membres (et lecteurs), passionnés de montagne, de durabilité et d'engagement pour la planète. Les activités présentes dans le magazine sont la randonnée, l'escalade sportive, et l'alpinisme ainsi que le ski, ou le trail. Tirage à **40 000 exemplaires, 5 fois par an.**

3. **Columbus Travel**, LE magazine de voyage de référence en néerlandais, haut de gamme qui tire à **215 000 exemplaires, avec 10 numéros par an.** Ce magazine a récompensé les veilles de notre venue **Atout France** pour la valorisation de la destination France et sa durabilité, tant en termes de transports que pour ses labellisations d'hôtels qui incitent à une démarche éco responsable. Un **1<sup>er</sup> prix** qui tombait à point avant notre rendez-vous avec le rédacteur en chef !

➔ les **Montagnes du Jura** ainsi que les 3 destinations partenaires, ont séduit par leur diversité et complémentarité. Un accueil presse est prévu au printemps sur 6 jours pour réaliser un reportage « hors des sentiers battus ».





Un dernier RV devrait avoir lieu en visio avec **Plus Magazine**, un media qui inspire, informe et identifie les séniors. C'est aussi le seul magazine d'intérêt général destiné aux hommes et aux femmes de plus de 50 ans. La variété des sujets, l'approche et le ton de la voix font de Plus Magazine un magazine unique.

- **Le diner de presse :**

Ce diner a été un succès. **10 journalistes de la presse tourisme ou outdoor** ont rencontré le CRT et ses partenaires lors d'un diner convivial à la **Brasserie Van Baerle**, dans le **Museumquartier**.

Après la présentation Powerpoint destinée à présenter l'itinérance dans les **Montagnes du Jura**, une **dégustation d'absinthe** a permis de débiter la soirée sur une note insolite.

Ensuite, et afin d'échanger avec chaque journaliste, nous avons changé de place à chaque plat pour nouer un contact direct avec tous nos invités. Cette démarche a été appréciée de tous .

Au menu de ce diner aux notes régionales :

Quenelle de brochet sauce Nantua, Pintade au vin jaune et aux morilles, Comté et Morbier, dessert glacé aux saveurs d'absinthe.

Le tout arrosé de spécialités du Jura (crémant et vins).

Un sac de spécialités régionales offertes par nos partenaires a été remis aux journalistes afin de leur permettre de retrouver les saveurs des Montagnes du Jura (Comté, savon, crémant, liqueur de sapin...).



## Conclusion et préconisations :

Au final, ce déplacement a permis de consolider les liens déjà bien établis avec les TO et la presse néerlandaise en capitalisant sur le travail effectué pour La Bourgogne depuis de nombreuses années.

La destination **Montagnes du Jura** est globalement connue des TO qui la programment, ils restent cependant trop peu nombreux et la marge de progression est intéressante.

Il faut maintenir la présence des **Montagnes du Jura** sur ce marché prioritaire tant au niveau de la presse (workshops, démarchages et accueils presse) qu'au niveau de la promotion commerciale (workshops, démarchages presse, éductours). Et garder à l'esprit que nos concurrents directs sont principalement l'Allemagne et l'Italie en été.

Un voyage presse est programmé du **26 au 29 juin 2024**. Il passera par les 3 destinations partenaires : Haut-Doubs, Cœur du Jura et Monts-Jura Pays de Gex.

## Votre contact au CRT :

Véronique BEIGENGER – [v.beigenger@bftourisme.com](mailto:v.beigenger@bftourisme.com) Tel 06 87 06 82 72