

# La Bourgogne et les Montagnes du Jura au workshop promotion Pays-Bas Explore France du 14/03/2024

Véronique BEIGENGER

**A** tout France Pays-Bas organisait le 14 mars son workshop promotion. L'occasion de faire un point sur les attentes d'un marché prioritaire pour nos 2 destinations, grâce aux échanges avec les TO et agents de voyages. Avec comme thématique de cette rencontre, le tourisme urbain.

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



### Flexibilité, flexibilité !

Le secteur du tourisme est plus que jamais synonyme de flexibilité : offres de dernière minute et conditions d'annulation et modification sont les deux points les plus sensibles.

### Evolution générale du marché :

Le taux d'intermédiation (tout produit confondu : hébergement sec, packages, transport, etc.) est de 83% pour la France (2023, source CBS) c'est plus élevé qu'avant la crise covid (60% en 2020). Des études montrent que le client néerlandais est de plus en plus à la recherche de nouveaux produits en France comme des hébergements de caractère (chambres d'hôtes, hôtellerie de charme), de l'hôtellerie de plein air 4\* et 5\*, des idées de séjours garantissant des activités sportives : golf, randonnées vélo et pédestres ; et toutes expériences autour de l'œnotourisme, du bien-être, et de la gastronomie.

### Programmation et brochures :

D'une manière générale, les **programmes d'été sortent entre début décembre et fin janvier** pour la saison estivale qui suit. Mais les généralistes ainsi que les spécialistes importants (locatif, hôtellerie de plein air) sortent leurs catalogues avant la mi-décembre. À noter que beaucoup de tour-opérateurs éditent un catalogue avec une sélection de produits qui renvoie vers le site internet de programmation, et que de plus en plus de tour-opérateurs n'éditent plus de catalogues complets mais plutôt des **magazines d'inspiration avec suggestions de séjours**.

### Négociations :

Pour les généralistes et les spécialistes en hébergements, **les négociations** pour la programmation de la saison suivante **se font généralement entre mai et août**. Les visites sur place ont lieu entre juillet et septembre.

De plus, les clients s'orientent tôt sur les sites internet des tour-opérateurs, ceux-ci sont donc en demande de contingent (allotements) et prix le plus tôt possible, par exemple pour l'année suivante dès les mois d'août / septembre auprès des prestataires français pour mise en catalogue sur internet.

## 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 1ère 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

➔ Pour savoir comment travailler avec les professionnels néerlandais cliquer [ici](#).

## Communication en amont de l'événement :

En plus de l'ajout de l'invitation sur le blog B2B **d'Atout France**, [www.frankrijkvoorreisprofessionals.com](http://www.frankrijkvoorreisprofessionals.com) une enews dédiée aux abonnés du magazine professionnel **Travmagazine** (8.700 managers B2B et agents de voyages indépendants) a également été envoyée. L'article a aussi été partagé dans leur enews et est affiché sur leur site Internet.

## Déroulé du workshop :

Retour à **Amsterdam** cette année, à **l'Amstel Boat House** pour ces rencontres promo qui ont réuni **21 destinations** parmi lesquelles seulement 3 CRT (BFCT, la Corse et les Hauts de France) et beaucoup de sites touristiques ou d'offices de tourisme dont celui de **Dijon Bourgogne Tourisme & Congrès**.



Du côté des invités, des tour-opérateurs, MICE et conseillers de voyages indépendants participaient à ces rencontres, ainsi que Tijn Kramer, journaliste de presse professionnelle du groupe TRAVelMedia.

BFCT a rencontré 9 de ces agents et TO au cours de rendez-vous individuels dont certains pourraient déboucher sur des éductours en région. Le journaliste Tijn Kramer s'est montré très intéressé par la Bourgogne et ses nouveautés gastronomie et œnotourisme.

Séjours pour petits groupes de personnes handicapées, patrimoine, festivals de musique, visites de fruitières ou de tuyés, châteaux de mariage ou offres haut de gamme : les demandes étaient variées et nos 2 destinations ont permis de répondre par des offres adaptées.

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

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 :

- Besançon ville verte avec la Citadelle Vauban (UNESCO) le Musée des Beaux-Arts et de l'Archéologie ou encore le Musée du Temps. Balades en bateau électrique sur le Doubs, en train sur la Ligne des Horlogers, à vélo le long de l'EuroVelo6...
- Dijon et la cité internationale de la gastronomie & du vin dispose également de nombreux parcs, d'un port sur le canal, d'un accès aux voies vertes qui mènent au Canal de Bourgogne ou dans les vignes ! On la visite à pied ou avec la navette gratuite Divia, à vélo avec les Velodis, en tram... Selon Atout France les **vacances plus responsables** sont une des principales motivations de séjours depuis plusieurs années, 2024 ne devrait pas déroger à la règle.

Le suivi de cette rencontre va permettre de finaliser certains projets qui ont vu le jour pour l'occasion.

Enfin, cette journée d'échange et les nouveautés mises en avant par chaque partenaire sont reprises sur le blog « [Frankrijk voor reisprofessionals](#) » / page de présentation de la Bourgogne et des Montagnes du Jura [c'est par ici](#).

Pour tout complément d'information sur le marché néerlandais : [v.beigenger@bfctourisme.com](mailto:v.beigenger@bfctourisme.com)

