

La Bourgogne & les Montagnes du Jura au workshop presse Pays-Bas « Explore France » le 30 janvier 2024

Véronique BEIGENGER

Parce qu'on ne change pas une formule gagnante, Bourgogne-Franche-Comté Tourisme participait à nouveau au workshop presse organisé par Atout France Pays-Bas le **30 janvier 2024** pour ses marques de destination **La Bourgogne** et **Montagnes du Jura**. Avec 57 journalistes présents pour (seulement) 12 destinations, nous avons pu échanger dans de bonnes conditions et envisager de nouveaux articles, collaborations ou accueils presse. Dans la continuité du démarchage promo/presse réalisé pour le compte des **Montagnes du Jura** fin novembre, le voyage presse groupe de cette année (26 au 29/06) a été proposé aux journalistes et médias intéressants pour les **Montagnes du Jura**.



Conjoncture et société

Le pays a toujours de **fortes capacités de rebond** malgré le poids de plusieurs incertitudes sur la reprise (conflit russo-Ukrainien, tensions commerciales...). Cependant, **la croissance de l'économie néerlandaise devrait être atone** en 2023 après une récession technique observée sur T1-T3 2023. Dans un contexte de maintien de fortes pressions démographiques, le marché de l'emploi reste dynamique et les finances publiques maîtrisées.

Importance de la qualité de vie pour les Néerlandais avec **47,9% de temps partiel volontaire** en 2022 avec une **moyenne de 32 heures / semaine** (14,3% France).

La semaine de travail des Néerlandais est la plus courte de l'UE, avec une moyenne de **33,2 heures de travail** (37,4 heures en France).



Habitudes de voyages des Néerlandais

Appétence pour les vacances : **79,8 % de taux de départs en 2022** dont **62,7 % à l'étranger**. 84% en Europe. Forte envie de **grands espaces**, pays le plus densément peuplé en Europe (518 hab./km²), **93% de la population en milieu urbain**.

4 séjours par an en moyenne, dont 2 à l'étranger ! Les 25/35 ans étant ceux qui partent le plus avec les 15/25 ans.

Durée moyenne de séjour en augmentation en 2022 : **12,5 nuitées** vs 10,4 en 2021.

La France redevient la 1^{ère} destination à l'étranger devant l'Allemagne et l'Espagne, elle représente 15% des séjours à l'étranger.

Tendances du marché

1. Séjour en voiture individuelle privilégié sur l'Europe
2. Réservations en (toute) dernière minute pour autant 25% des Néerlandais réservent leurs vacances entre 1 et 3 mois à l'avance !
3. Importance de la flexibilité des conditions d'annulation ou de report du séjour
4. Augmentation du budget vacances
5. Choix vers des vacances toujours plus éco-responsables
6. Les Néerlandais dépensent en moyenne 660 €/pers / séjour (dont 70% pour le logement)
7. Les Néerlandais dépensent plus en France qu'à l'étranger

Appétence redoublée pour **le littoral** et **la campagne**, activités de plein air, milieu naturel et convivialité, dans le respect de l'environnement et des habitants, **fort sentiment d'éco-responsabilité**

Recherche de **grands espaces**, destinations moins fréquentées.

Demande pour des locations de maisons et villas, **locatif indépendant** et plutôt haut de gamme

En Hôtellerie de plein air, préférence pour des **emplacements et locations haut de gamme avec sanitaires privatifs**

Pour le tourisme itinérant, **forte augmentation des ventes de camping-cars depuis 2020**, itinérance France et/ou Europe avec rajeunissement des cibles sur ce type de mode de vacances (+45% entre 2019 et 2022 pour les 18-45 ans) *Sources : enquêtes Atout France et NBTC*



Retour en force des Néerlandais en 2023

Dans l'**Hôtellerie de Plein Air**, les nuitées néerlandaises augmentent de **4,3 %** en 2023.

Dans la même période, **progression des nuitées hôtelières par des Néerlandais en France pour atteindre 26% des séjours**. Sources : INSEE 2023, CBS 2023

Préparation du séjour

98% des foyers disposent d'un accès Internet (record européen)

INSPIRATION – ORIENTATION – RÉSERVATION :

Dans la phase d'inspiration, **importance des réseaux sociaux, des blogs et des vidéos**. Forte progression **podcasts** audio.

Les salons et les magazines servent à **s'informer**, la réservation se fait ensuite sur **Internet**

91% des séjours vers la France sont réservés en ligne avec ou sans intermédiaire et en majorité pour le transport et l'hébergement, 9% par e-mail ou SMS, et 4% par téléphone y compris Skype

Les 65 ans et plus réservent encore souvent personnellement leur séjour en agence et par téléphone auprès des prestataires ou intermédiaires.

Comment communiquer avec ces clients ?

Les Néerlandais apprécient de pouvoir consulter **les informations et contenus des destinations** dans leur langue, **en néerlandais**.

A défaut d'une traduction complète sur votre site, **quelques pages d'accueil en néerlandais suffiront pour ensuite diriger le client vers l'anglais**.

Ce qu'ils recherchent :

Une information claire et directe, peu de 'littérature'

Des **cartes** afin de situer la région, l'hébergement, les points d'intérêt à proximité

Un **affichage clair des prix** et des conditions précisant exactement ce qui est compris ou pas dans une prestation ou un hébergement

De courtes **vidéos** de présentation



Intermédiation de la clientèle néerlandaise

Recours à un intermédiaire :

61% pour l'hébergement seul, mais seulement 13% pour des circuits sur mesure, et 2% pour des séjours packagés 3% pour le transport (sur le site des transporteurs). Sans intermédiaire : environ

35% des séjours, 21% des hébergements sont réservés en direct

21% des séjours ne sont pas réservés avant le départ (Source : NBTC2020)

Hébergement : la fin d'un mythe !

28% en camping, 28% en locatif maisons ↑, 23% en hôtel ↑

En camping les NL recherchent le confort avec un allongement des réservations sur les ailes de saison (octobre)

En locatif forte progression de la demande de maisons individuelles et de villas, de préférence avec piscine.

En hôtellerie progression des réservations et montée en gamme (de catégories 2/3 au 4*).

**Bon niveau de confort demandé (toutes catégories d'hébergement)
Niveau de dépenses en augmentation**

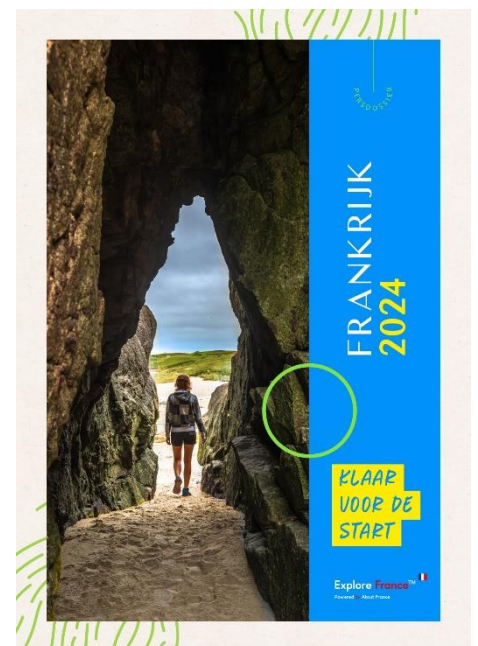
Lire la présentation du marché néerlandais [ici](#).

Les dossiers de presse : *

Media Magazine France 2024 : Comme tous les ans, en amont de l'évènement, Atout France prépare, en lien avec ses partenaires, un mini magazine inspiré des nouveautés des destinations présentes et susceptibles d'intéresser les medias néerlandais.

La 1^{ère} diffusion du « **Mediamagazine 2024 - Klaar voor de start!** » Magazine 2024 - Prêt à partir !) avait donc lieu pour l'occasion. Il sera diffusé par l'équipe presse tout au long de l'année lors de ses prises de parole, décuplant ainsi les occasions d'être visibles pour les destinations présentes au workshop presse.

Ce dossier de presse dématérialisé a été distribué à chaque journaliste présent au workshop, et est ensuite adressé au fichier presse d'Atout France (soit 770 contacts au total). C'est donc la carte d'identité des destinations pour l'année 2024 !





La Bourgogne et les Montagnes du Jura ont été mises en valeur à travers cinq nouveautés :

- Nouveautés au **Dinozoo** pour les enfants et les tribus et **route de l'absinthe** pour son côté tourisme durable (dont l'intérêt avait été prouvé lors du diner de presse en novembre 2023) pour les **Montagnes du Jura**
- Les **balades en bateau électriques sur le canal latéral à la Loire** et la **Ferme des Ruats** (tourisme durable) pour **La Bourgogne**
- Ainsi que les **écos bivouacs** La Halte (MDJ) et à Saint-Brisson (LB) pour leur aspect expérimentiel et durable.

Notre dossier de presse annuel traduit en néerlandais (ce qui est toujours très apprécié) a été remis aux journalistes rencontrés (principalement sur clé USB, de moins en moins de dossiers de presse papier ont été distribués pour l'occasion, c'est une tendance récurrente aux Pays-Bas où de plus en plus, les infos sont dématérialisées.) Vous pouvez consulter le **dossier de presse 2024** dans notre salle de presse [ici](#).

Télécharger le dossier de presse d'Atout France [ici](#)

Déroulé du workshop :

La rencontre a débuté sous la forme d'un déjeuner convivial avec tous les partenaires présents, au cours duquel Fabienne JAVAULT, directrice du bureau d'Amsterdam et les attachées de presse d'Atout France ont présenté les tendances touristiques aux Pays-Bas.

Elle s'est poursuivie par un workshop sous forme de rencontres individuelles et d'échanges. Le but étant d'échanger avec la presse néerlandaise, demandeuse de nos nouveautés.

Le CRT a pour sa part, échangé avec **29 journalistes**, dont quelques nouveaux contacts. Parmi ces 29 journalistes plus de la moitié représentent des médias en ligne ou des plateformes de voyages influentes. Le suivi presse (envoi du dossier de presse et informations plus précises) permet de maintenir l'intérêt des journalistes sur notre destination. Des accueils presse sont d'ores et déjà planifiés tout au long de l'année, ainsi qu'un voyage groupe pour lequel 4 des 6 places ont été attribuées à l'issue du workshop.

Les tendances 2024 :

Parmi les sujets abordés, certaines thématiques ont retenu l'attention des journalistes rencontrés, à savoir :

Pour les Montagnes du Jura :

- La GTJ et sa nouvelle version Gravel (accueil presse **Hoogtelijn** (40 000 ex) programmé ce printemps, ainsi que pour la plateforme de voyages <https://www.theoutdoors.nl/> (190 000 VU/mois) et le magazine spécialisé randonnée **Wandel** (16 500 ex). Il est à noter que les nouveaux bivouacs La Halte ont retenu l'attention de nombreux journalistes cette année !

- La route de l'absinthe pour la plateforme dédiée aux séniors <https://www.grijsopreis.nl/> (35 000 VU/mois)
- Patrimoine, gastronomie vins et pépites des MDJ pour le très beau magazine de voyages **Columbus Travel** (démarché en novembre dernier) accueil programmé en mai prochain. (20 000 ex).

Pour La Bourgogne :

- Le slow tourisme en voiture électrique le long de la RN6 ou RN7 pour le magazine **Autoweek Classics** (521 000 lecteurs par édition)
- Les cités des climats et des vins pour **Camper Reis Magazine** (15 000 ex) ainsi que pour la plateforme de voyages <https://frankrijk.nl/> (300 000 VU/mois)
- Le nouvel itinéraire pédestre Morvan des Sommets pour pour la plateforme dédiée aux séniors <https://www.grijsopreis.nl/> (35 000 VU/mois)
- Noyers-sur-Serein et les petites cités de caractère de l'Yonne pour **National Geographic** (à confirmer), **De Kampioen** (magazine de l'ANWB) et **Plus Magazine**.

Les sujets qui ont intéressé les journalistes : l'ouverture de la Cité des Climats de Chablis, Beaune et Macon, la Cité Internationale de la Gastronomie & du Vin de Dijon, le Morvan et ses grands espaces, la route des Vins de Loire et de l'Yonne (**WineLife**), les golfs en Bourgogne (**Golfers magazine**) mais aussi vin et gastronomie (**Navenant, The Hike...**), la route du sel (**Résidence**), les itinéraires vélo et les nouveaux points-nœuds pour les Montagnes du Jura.

En résumé nos 2 destinations intéressent toujours la presse par la richesse de leurs offres touristiques et leurs nouveautés. Permettant ainsi des angles de reportages renouvelés et intéressants pour les Néerlandais. De plus la proximité relative de notre région devrait nous permettre cette année encore d'accueillir de nombreux touristes en région.

Une participation toujours aussi fructueuse pour la Bourgogne et les Montagnes du Jura qui jouent sur la complémentarité de leurs offres pour séduire encore et toujours la presse batave !

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

