



# Carton plein pour La Bourgogne & les Montagnes du Jura au workshop presse Pays-Bas « Explore France » le 11 février 2025

**Véronique BEIGENGER**

**L**e 11 février, Bourgogne-Franche-Comté Tourisme participait à nouveau au workshop presse organisé par Atout France Pays-Bas pour ses marques de destination **La Bourgogne** et **Montagnes du Jura**. Avec **62 journalistes présents** pour **15 destinations**, les conditions étaient réunies pour échanger avec les journalistes et envisager de nouveaux angles d'articles, de collaborations ou accueils presse. Dans la continuité du démarchage promo/presse réalisé pour le compte de **La Bourgogne**, fin novembre, le voyage presse groupe de cette année (25 au 28/06) a été proposé aux journalistes et médias intéressants pour **La Bourgogne**.



## Contexte économique

**Population** : 17,9 millions habitants

**PIB** : +0.8% au Q3 2024. La croissance du PIB devrait passer de 0.8% en 2024 à **1.5%** en 2025 grâce à la consommation privée sur fond d'augmentation du pouvoir d'achat (+2,7%) avec une hausse continue des salaires (+6% en 2024).

**PIB/habitant** (prix constants) : 52,600 € (FMI, chiffre 2023)

**Taux d'inflation** : 3.9% fin décembre 2024 (taux HCPI Eurostat). L'inflation globale annuelle devrait ralentir pour s'établir à 2.3% en 2025 (OCDE).

**Taux de chômage** : 3,7% en décembre 2024

Importance de **la qualité de vie pour les Néerlandais** avec 48% de temps partiel volontaire en 2023 (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)**.



**Forte envie de grands espaces**, pays le plus densément peuplé d'Europe (518 hab./km<sup>2</sup>), **93% de la population en milieu urbain**.

### Habitudes de voyages des Néerlandais

Appétence pour les vacances : **80,8 % de taux de départs en 2023** dont **90 % en Europe** (en augmentation depuis ces dernières années).

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 2023 : **11,5 nuitées** vs 10,4 en 2021.

**La France avec des séjours entre 9 et 11 jours, est la 2<sup>ème</sup> destination à l'étranger** derrière l'Allemagne (pour de longs week-ends principalement) et l'Espagne, elle représente 14% des séjours à l'étranger. A l'inverse de notre principal concurrent (l'Espagne) nous ne souffrons pas de surtourisme ni de températures trop élevées qui peuvent freiner les Néerlandais dans le choix de leur destination de vacances.



Les festivals sont une bonne façon de rajeunir la clientèle qui apprécie également l'art contemporain, les brocantes le tout en mode éco-responsable.

Pour les vacances, la voiture (de plus en plus souvent électrique) est le mode de transport préféré pour 76% des Néerlandais, loin devant le train (10%). L'installation de bornes électriques de recharge rapide reste donc un enjeu pour ces clients qui disposent souvent de voitures de société.

### Tendances du marché

1. Séjour en voiture individuelle toujours privilégié sur l'Europe à 76%
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 710 € /pers / séjour (dont 70% pour le transport et le logement)



7. Les Néerlandais dépensent plus en France qu'à l'étranger et cette tendance est à la hausse pour 2025 (la part des personnes prêtes à dépenser entre 1500 et 2000 euros est en forte hausse)

**Le littoral et la campagne**, les activités de plein air, dans un milieu naturel et convivial, dans le respect de l'environnement et des habitants, ont la préférence des Néerlandais.

La recherche de **grands espaces** et de destinations moins fréquentées pour un peuple citadin à plus de 90%, reste la priorité.

Demande pour des locations de maisons et villas, **locatif indépendant** et plutôt haut de gamme si possible avec piscine.

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

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). **70,000 nouvelles immatriculations de vans en 2023** (78,000 attendues en 2024). *Sources : enquêtes Atout France et NBTC*

## Les touristes Néerlandais en Bourgogne-Franche-Comté

En Bourgogne-Franche-Comté Tourisme, (chiffres 2023) les Néerlandais sont notre 2ème clientèle étrangère après l'Allemagne avec **3 470 000 nuitées**, et sans surprise, la 1ère clientèle étrangère dans nos campings avec **739 100 nuitées**, mais aussi la 3<sup>ème</sup> clientèle dans nos hôtels avec **260 800 nuitées**.

## 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 des **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.

## Le dossier de presse : \*

**Le Media Magazine France 2025** : 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<sup>ère</sup> diffusion du « **Mediamagazine 2025** » avait donc lieu pour l'occasion. Il sera utilisé 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 envoyé à chaque journaliste présent au workshop, et est ensuite adressé au fichier presse d'Atout France. C'est donc la carte d'identité des destinations pour l'année 2025 !





**La Bourgogne et les Montagnes du Jura** ont été mises en valeur à travers six nouveautés sélectionnées par les attachées de presse du service presse d'Atout France en fonction de leur pertinence pour le marché néerlandais :

- Les 10 ans des Climats du Vignoble de Bourgogne
- A vélo sur la route des grands lacs du Morvan au départ de Nevers
- Les nouvelles tentes safari au camping Festilux
- Les nouveaux écolodges Bleu Minuit « la rive étoilée »
- Randonnée pédestre et parapente
- Le sentier Michel Hollard

Notre dossier de presse annuel traduit en néerlandais (ce qui est toujours très apprécié) a été envoyé aux journalistes inscrits, par Atout France lors d'un envoi groupé. Les nouveautés contenues dans le dossier ont été présentées individuellement en fonction de l'intérêt des journalistes rencontrés. Vous pouvez consulter le **dossier de presse 2025** dans notre salle de presse [ici](#).

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

## Déroulé du workshop :

La rencontre a débuté par un rapide exposé des faits marquants du marché néerlandais par Catherine ODEN, directrice adjointe du bureau d'Amsterdam et une présentation du paysage médiatique par Sannerien VAN AERTS attachée de presse d'Atout France.

Elle s'est poursuivie par un workshop sous forme de rencontres individuelles et d'échanges.



BFC Tourisme a échangé avec **32 journalistes**, dont quelques nouveaux contacts. Parmi ces 32 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 que le voyage groupe pour lequel les 6 places ont été attribuées à l'issue du workshop.

## Les tendances 2025 :

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

Pour les **Montagnes du Jura** :

- Le sel à Salins-les-Bains et Arc-et-Senans, le comté, le vin jaune et l'absinthe, les villes de Dole et Besançon avec l'horlogerie pour le magazine **Viftig +** (sénior +)
- La route du sel à moto, vin jaune et comté pour les magazines moto **Promotor et Moto 73**
- Le vélo canoé sur la Loue en itinérance pour le magazine dédié au vélo **FietsActief**

Pour **La Bourgogne** :

- Les nouvelles routes gourmandes (anis, moutarde, pain d'épices, fromages mais aussi volaille de Bresse et Charolais...) pour le magazine online dédié à la gastronomie **Foodies** (700 000 V/U mois)
- La Bourgogne des pèlerinages et lieux de sanctuaires (Vézelay, Nevers, Paray-le-Monial, Cluny et Cîteaux) pour le journal hebdomadaire **Katholiek Nieuwsblad** et le magazine dédié aux camping-caristes **Camper Reis Magazine**
- Agritourisme durable (ex de la ferme Fruirouge) pour la plateforme de voyages eco durable **naturescanner.nl** (300 000 V/U mois)

Les nouvelles routes gourmandes, les offres éco responsables, les offres insolites dont les hébergements durables, avec un intérêt plus marqué pour le patrimoine, les trails, et toujours la randonnée pédestre et le vélo.

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