LE MARCHÉ NÉERLANDAIS

A RETENIR ...

Les Pays-Bas aiment la Bourgogne-Franche-Comté ! Les Néerlandais représentent en effet la deuxième clientèle internationale de la région, qui constitue la cinquième destination française la plus prisée pour les touristes venus du pays de Rembrandt. Les Néerlandais ont même une expression qui tire son nom de la région Bourgogne : ils utilisent le terme : « Bourgondiër», traduction de Bourguignon, pour parler d'un bon vivant. Cette clientèle, très soucieuse d'environnement, plébiscite l'hôtellerie de plein air (1ère clientèle internationale en région), l'hôtellerie traditionnelle (3ème clientèle, derrière l'Allemagne et la Belgique), le cyclotourisme et... le naturisme, et utilise très intensivement les réseaux sociaux. Elle a de plus en plus fortement tendance, depuis la fin de la crise Covid, à réserver à la dernière minute tout en exigeant des conditions d'annulation ou de modification souples. Il faut savoir que le calme, les grands espaces peu fréquentés et les conditions sanitaires font désormais partie de leurs critères de choix de destination.

Données économiques

Source : Banque Mondiale

POPULATION 2023
17,9 millions

SUPERFICIE
41 500 km²

CAPITALE
Amsterdam

LANGUE OFFICIELLE
néerlandais
(mais la maîtrise de l'anglais est courante)

MONNAIE
euro

7ème puissance économique européenne

17ème puissance économique mondiale

EN 2023 :

TAUX DE CROISSANCE
0,1%

TAUX DE CHÔMAGE
3,5%
de la population active (estimation nationale)

TAUX D'INFLATION
3,8%

PIB 2023
1 154,4 milliards $
(en dollars courants)

PIB PAR HABITANT 2023
64 572 $
(en dollars courants)

RÉGIME POLITIQUE :
Le royaume des Pays-Bas est une monarchie constitutionnelle à régime parlementaire composée de 12 régions.

CHEF DE L'ETAT :
Le Roi Willem-Alexander depuis le 30 avril 2013.

CHEF DU GOUVERNEMENT / 1ER MINISTRE :
Dick SCHOOF depuis le 2 juillet 2024.

SITUATION POLITIQUE DU PAYS :
Stable. Les Pays-Bas ont une longue histoire de tolérance sociale et véhiculent une image de pays progressiste.

Données touristiques

Source : Atout France / FTO

FRÉQUENTATION INTERNATIONALE

40,3 millions de départs à l'étranger des Néerlandais en 2024

vs 37,2, millions en 2023 et 33,8 millions en 2022

☞ CULTURE ET CADRE DE VIE

• **Le vélo est un véritable art de vivre** pour les Néerlandais (17 millions d'habitants - 22,5 millions de vélos, dont plus de 5 millions de vélos à assistance électrique).

• **Avec un rapport décomplexé au corps,** 10% de la population néerlandaise pratique le naturisme.

• Avec 1,83 m de moyenne, ils sont les plus grands du monde !

• **Les vacances sont primordiales** pour les Néerlandais.

• Les Néerlandais sont **très attentifs aux questions d'environnement et de vie saine.** 34% prennent en compte l'écologie lors de la réservation de leurs vacances.

• Le temps de **travail hebdomadaire moyen par habitant est de 33 heures de travail** (vs 37 heures en France), pour une productivité plus forte que la moyenne européenne. 3/4 des femmes occupent un travail à temps partiel.

• **Forte connectivité :** 95% des foyers connectés (champions d'Europe d'internet et champions du monde des réseaux sociaux).

• Les Néerlandais ont une **forte appétence pour l'art contemporain.**

• Le **« Gezelligheid », la convivialité** à la néerlandaise, tout un art de vivre, le plaisir de passer de bons moments ensemble.

☞ VACANCES SCOLAIRES

• 1 semaine en février (15-23/02 ou 22/02-02/03/25).

• 1 ou 2 semaines fin avril début mai (période de vacances commune à l'ensemble du pays : 26/04-5/05/25).

• 6 semaines de vacances scolaires d'été qui s'étalent du du 5/07 au 31/08/25 selon la région émettrice.

• 1 semaine en octobre (11-19 ou 18-26/10/225).

• 2 semaines en fin d'année (20/12/25 au 04/01/26).

• Nombre de congés annuel des salariés : 20 à 25 jours ouvrés minimum.

• Fête nationale le 27 avril.

☞ ASPIRATIONS ET USAGES

• **Les Néerlandais privilégient les voyages en voiture.** Très souvent de fonction, la voiture passera 100% électrique d'ici à 2030. 10% du parc automobile est constitué de véhicules électriques ou hybrides fin 2022. 76% des déplacements des Néerlandais s'effectuent en voiture.

• Ils **voyagent en famille** avec enfants mineurs à 38% et en couple sans enfant à 27%.

• Ils recherchent en France des vacances relaxantes, actives et des city-breaks.

• Très organisés, ils apprécient la **ponctualité et l'efficacité.**

• Période de voyages : **de mai à septembre.**

☞ INFOS PRATIQUES POUR CONQUÉRIR, ACCUEILLIR ET FIDÉLISER LE VOYAGEUR

O Avant le séjour

• 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.

• Depuis la crise COVID, certains Néerlandais réservent assez tardivement leur séjour, surtout quand ils prévoient de se déplacer en voiture : 21% ne réservent rien avant de partir. Ils décident donc de réserver le logement en dernière minute. Néanmoins 24% réservent entre 1 et 3 mois avant le départ et anticipent donc leur voyage.

• Les conditions d'annulation flexibles sont le 2ème facteur le plus important dans le choix d'une destination de vacances pour 66 % des Néerlandais interrogés en 2024.

• 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. Point fortement apprécié des Néerlandais.

• Nécessité d'une information tarifaire transparente : indiquer clairement ce qui est inclus dans le tarif (linge de maison, forfaits, etc.) et ce qui ne l'est pas, ainsi que des éléments pratiques comme l'acceptation des animaux. Les clients ont généralement une préférence pour des prix "tout compris" plutôt qu'un tarif de base attractif qui cache des frais supplémentaires (ex. : serviettes, draps, services annexes).

• Importance des réseaux sociaux, et des applications pertinentes. Wifi indispensable.

• Proposer des réductions et des offres spéciales est une bonne façon de décider les touristes néerlandais à réserver car la France a l'image d'une destination chère.

• Avoir des bornes de recharge pour les voitures électriques en nombre suffisant et si possible des bornes de recharge rapide.

Pendant le séjour

L'accueil :

• Les Néerlandais sont de nature directe et franche. les formules protocolaires d'usage laissent rapidement place aux embrassades et au tutoiement.

L'hébergement :

• Sur place, ils aiment découvrir les environs autour de leur hébergement, d'où l'importance de l'information touristique présente sur le lieu du séjour et d'une carte pour se situer (en néerlandais ou en anglais).

• La présence de presse néerlandaise (De Volkskrant, De Telegraaf…) sur place, mais aussi un bon accès au Wifi (gratuit) ou un bon réseau 4G sont appréciés. Cependant, une tendance à la déconnexion totale est également en vogue avec pour idée de se ressourcer avec ses proches.

• Les Néerlandais sont également particulièrement sensibles aux petites attentions prévues à leur arrivée (rafraichissement, bouteille de vin, échantillons de produits locaux).

• La chambre des enfants doit être séparée de celle des parents.

• Une machine à café dans la chambre est nécessaire.

La journée alimentaire :

• **Petit-déjeuner :** Copieux (beurre de cacahuètes, pain, beurre, hageslag (vermicelles de chocolat) fromage, œufs / thé, café, lait). En France, ils apprécient beaucoup les baguettes, croissants et autres pâtisseries.

• **Déjeuner (12/13h) :** repas léger et froid, sans hors-d'oeuvre, plat chaud, salade, dessert.

• **Dîner :** le seul repas chaud de la journée (potage, viande ou poisson en sauce, légumes, pommes de terre, fruits), pris de bonne heure, aux alentours de 18h.

• **Boissons :** thé plus apprécié que le café. Si les Néerlandais prennent du café, il est normalement accompagné de lait chaud, jus d'orange et lait Ribot.

Les Néerlandais ont une préférence marquée pour les produits bio.

A l'issue de leur séjour, les touristes néerlandais aiment rapporter des produits locaux tels que des vins, des herbes aromatiques, des tisanes et bien entendu des spécialités régionales.

Les habitudes de séjour :

• Les touristes venus des Pays-Bas sont habitués à un environnement urbain (pays très densément peuplé) et apprécient donc de passer leur séjour dans un cadre de nature avec des paysages variés, de l'espace et des points d'eau (lac, piscine, mer etc).

• Parmi les thématiques privilégiées des visiteurs néerlandais, on retrouve l'accueil des enfants, la culture et le patrimoine, la qualité de vie et l'art de vivre (gastronomie, vins…), les marchés et les marchés aux puces et brocantes, l'authenticité, ou bien l'ensoleillement, avec un intérêt marqué pour les côtes françaises.

• Les Néerlandais sont de plus en plus amateurs de vin et de champagne.

• Ils ont un tempérament de découvreurs mais aussi une vraie sensibilité écologique. Ce sont les plus grands utilisateurs de vélo pour leurs déplacements quotidiens.

• Ils apprécient les activités sportives telles que la randonnée ou le cyclotourisme.

Après le séjour

• La mise en place d'un suivi personnalisé est appréciée par les touristes néerlandais. Il ne faut donc pas hésiter à renvoyer les nouveautés, les mises à jour et surtout les offres spéciales et les promotions.

• Il faut également garder un œil sur les retours que fait la clientèle notamment sur les réseaux sociaux. Les Néerlandais partagent généreusement leurs expériences de vacances sur les réseaux sociaux. L'important est de leur montrer qu'on ne les oublie pas.

Le marché néerlandais en France

Source : Atout France / FTO

LA FRANCE : 2ème destination des Néerlandais à l'étranger (et 1ère destination estivale)

La majorité des touristes néerlandais en France proviennent des bassins de Randstad, Gelderland, Noord & Zuid Holland.

7,1 millions de départs vers la France en 2024

vs 6,8 millions en 2023 et 6,6 millions en 2022

2,8 milliards € de dépenses en France en 2024

vs 2,4 milliards € en 2023 et 2,4 milliards € en 2022

SAISONNALITÉ DES SÉJOURS EN 2023 :

PRINTEMPS	ETÉ	AUTOMNE	HIVER
22%	49%	21%	8%

Le marché néerlandais en Bourgogne-Franche-Comté

Source : Orange / Flux Vison Tourisme

2ème marché étranger en Bourgogne-Franche-Comté

3,5 millions de nuitées en 2024
vs 3,4 millions en 2023 et 3,2 millions en 2022

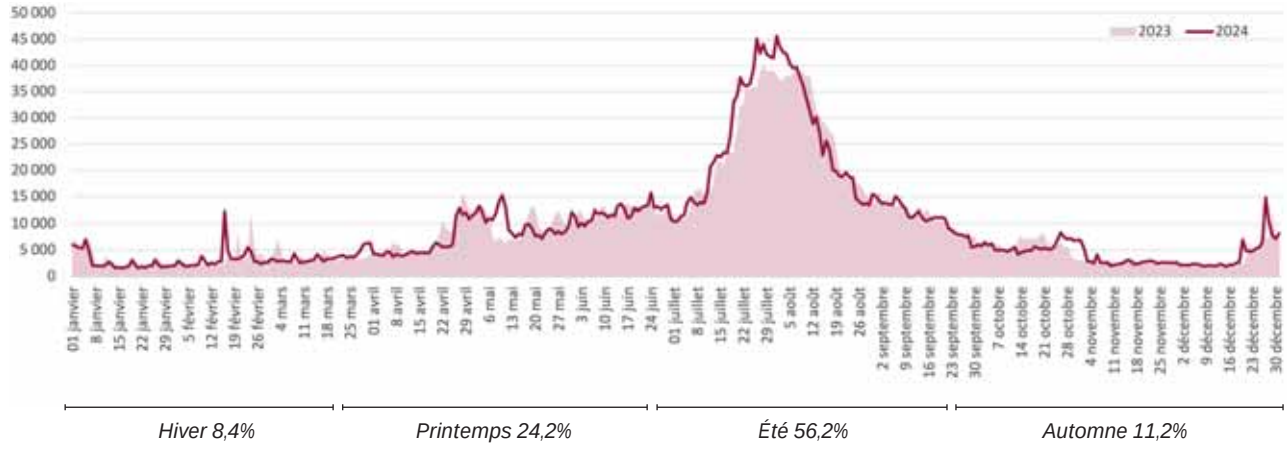
E-RÉPUTATION DE LA BFC AUPRÈS DES NÉERLANDAIS
Note moyenne Fairguest 2024 :
7,7/10
sur 15 483 avis déposés

NUITÉES NÉERLANDAISES EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ DE 2019 À 2024
(TOUS MOTIFS CONFONDUS)

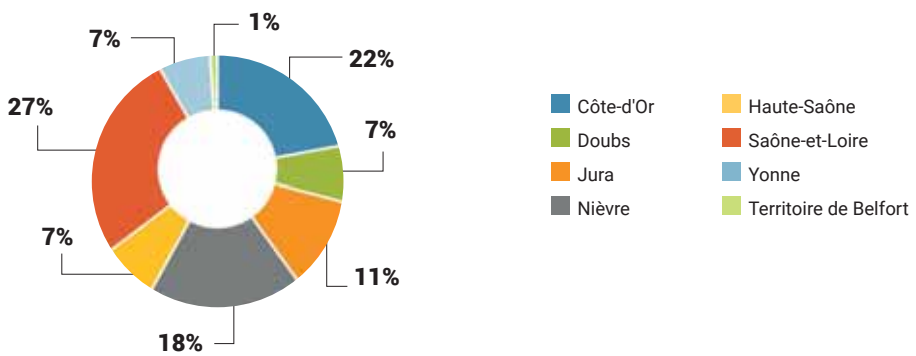
	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Nombre de nuitées (en millions)	2,975	2,067	2,050	3,237	3,466	**3,500**

(Données 2019 à partir du 16 janvier)

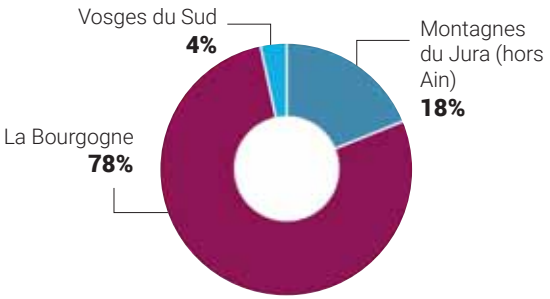
ÉVOLUTION JOURNALIÈRE DES NUITÉES NÉERLANDAISES EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ 2023-2024



RÉPARTITION PAR DÉPARTEMENT DES NUITÉES NÉERLANDAISES 2024



RÉPARTITION PAR DESTINATION DES NUITÉES NÉERLANDAISES 2024



Nuitées néerlandaises dans les hébergements marchands de BFC

Source : INSEE

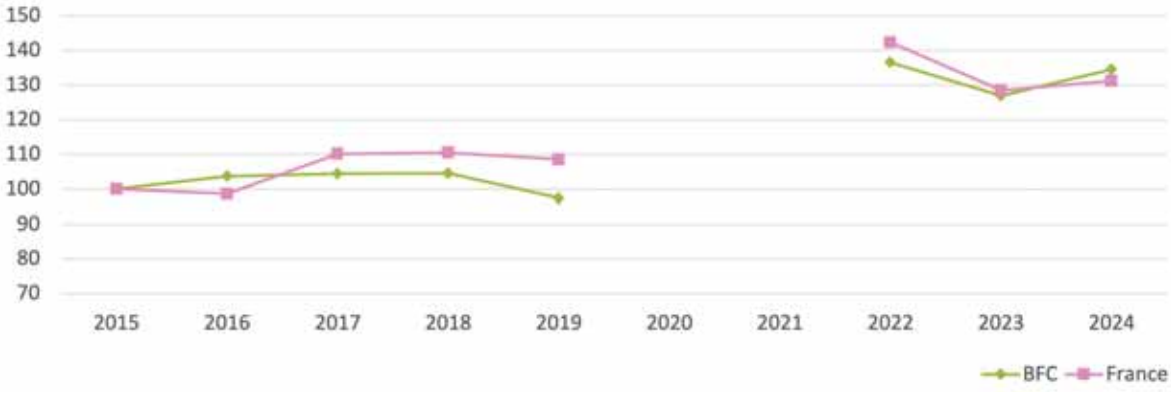
HÔTELS

276 500 nuitées en 2024,
soit 14,4% des nuitées étrangères dans les hôtels de Bourgogne-Franche-Comté
soit 7,0% des nuitées néerlandaises en hôtellerie en France métropolitaine

Les Néerlandais : 3ème clientèle internationale des hôtels de Bourgogne-Franche-Comté

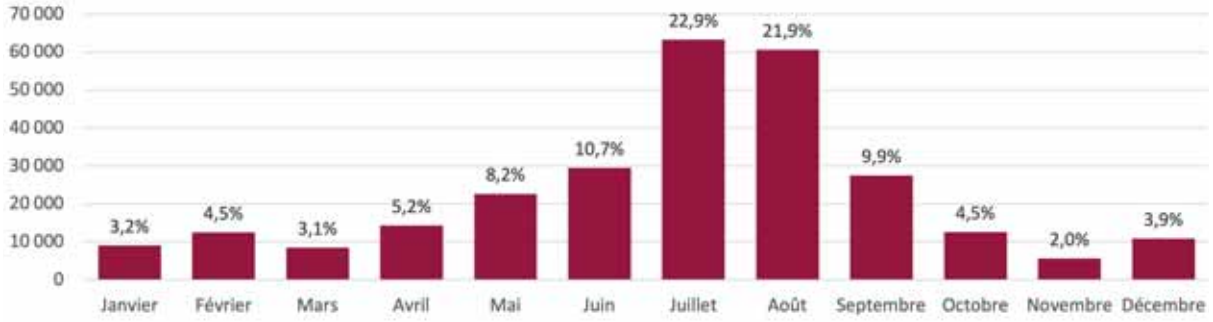
DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR 2024
1,13 nuit

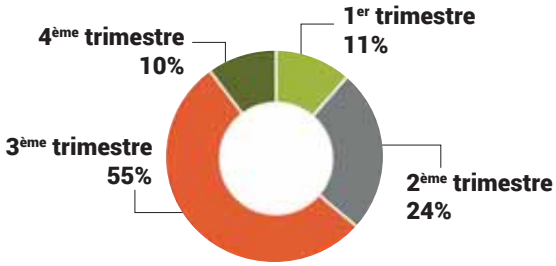
ÉVOLUTION DES NUITÉES NÉERLANDAISES 2015-2024 DANS L'HÔTELLERIE EN FRANCE MÉTROPOLITAINE ET EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ (EN BASE 100 EN 2015)



Les données 2020 et 2021 ne sont pas disponibles.

SAISONNALITÉ DES NUITÉES NÉERLANDAISES 2024

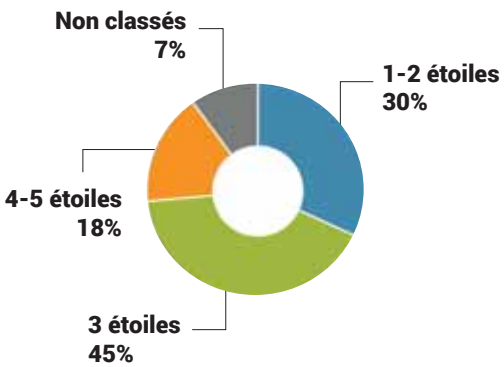




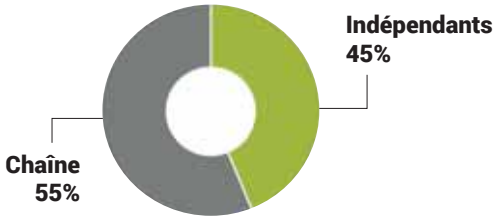
RÉPARTITION DES NUITÉES NÉERLANDAISES 2024 PAR DÉPARTEMENT

	2019	2022	2023	2024	Part en % en 2024
Côte-d'Or	108 200	168 800	155 600	**171 700**	**62%**
Doubs	7 900	9 900	8 900	**8 000**	**3%**
Jura	7 000	8 200	5 900	**6 500**	**2%**
Nièvre	5 100	4 900	6 100	**6 300**	**2%**
Haute-Saône	1 700	1 500	1 300	**1 100**	**1%**
Saône-et-Loire	56 500	71 400	66 500	**66 400**	**24%**
Yonne	10 300	13 300	13 900	**14 100**	**5%**
Territoire de Belfort	3 600	2 700	2 500	**2 400**	**1%**
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ	**200 300**	**280 700**	**260 700**	**276 500**	**100%**

RÉPARTITION DES NUITÉES NÉERLANDAISES 2024 PAR CATÉGORIE DE CONFORT



RÉPARTITION DES NUITÉES NÉERLANDAISES 2024 PAR TYPE D'ÉTABLISSEMENT



CAMPINGS

656 300 nuitées en 2024

soit 43,1% des nuitées étrangères dans les campings de Bourgogne-Franche-Comté

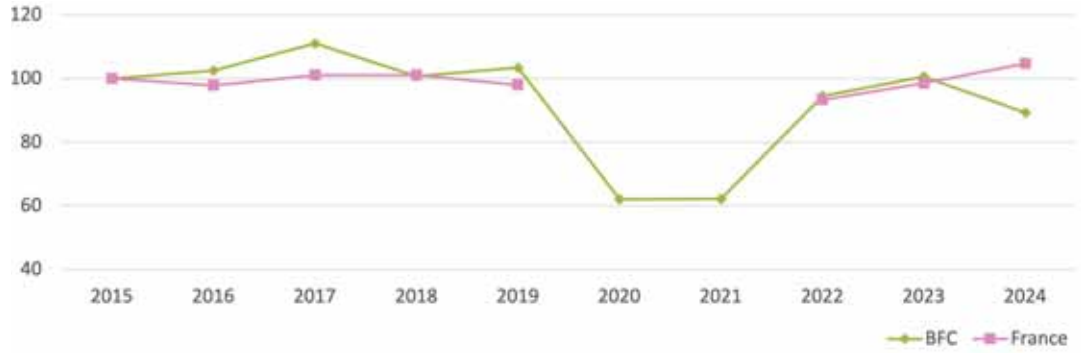
soit 4,8% des nuitées néerlandaises en camping en France métropolitaine

Les Néerlandais : l'ère clientèle internationale des campings de Bourgogne-Franche-Comté

DURÉE MOYENNE DE SÉJOUR 2024

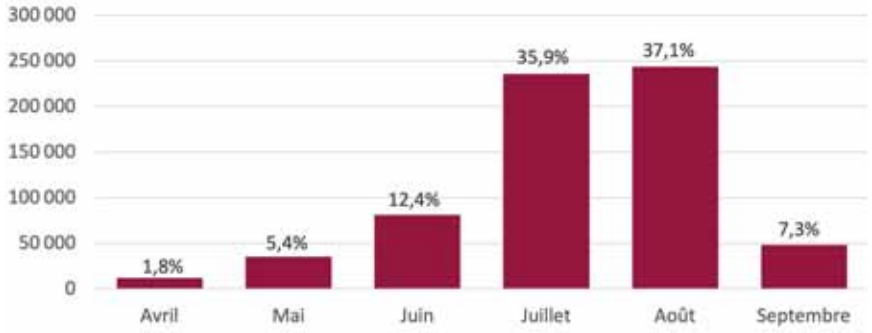
3,24 nuits

ÉVOLUTION DES NUITÉES NÉERLANDAISES 2015-2024 DANS LES CAMPINGS EN FRANCE MÉTROPOLITAINE ET EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ (EN BASE 100 EN 2015)



Les données France métropolitaine 2020 et 2021 ne sont pas disponibles.

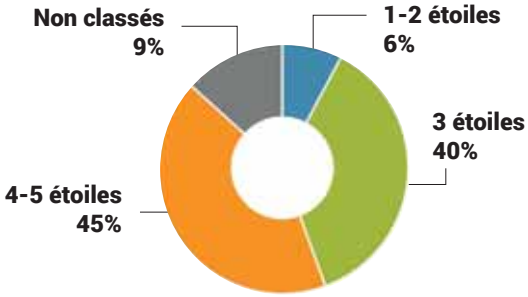
SAISONNALITÉ DES NUITÉES NÉERLANDAISES 2024



RÉPARTITION DES NUITÉES NÉERLANDAISES 2024 PAR DÉPARTEMENT

	2019	2022	2023	2024	Part en % en 2024
Côte-d'Or	90 400	106 300	114 000	**102 900**	**16%**
Doubs	73 800	71 400	77 400	**79 700**	**12%**
Jura	268 100	210 000	210 600	**200 000**	**30%**
Nièvre	60 700	60 400	66 600	**52 600**	**8%**
Saône-et-Loire	167 400	166 200	187 500	**153 800**	**23%**
Yonne	55 500	54 200	47 300	**35 400**	**5%**
Haute-Saône et Territoire de Belfort	22 000	26 100	35 800	**31 900**	**5%**
BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ	**737 900**	**694 600**	**739 200**	**656 300**	**100%**

RÉPARTITION DES NUITÉES NÉERLANDAISES 2024 PAR CATÉGORIE DE CONFORT



L'image et la notoriété de nos destinations sur le marché néerlandais

Source : Future Thinking 2020.

	LA BOURGOGNE	MONTAGNES DU JURA	MASSIF DES VOSGES
NOTORIÉTÉ	• **3ème rang** des anciennes régions sur 22 aux Pays-Bas pour la notoriété spontanée derrière la Bretagne et la Normandie. • Un score de **70% en notoriété assistée** (3ème place).	• **8ème rang des massifs montagneux européens connus** aux Pays-Bas pour la notoriété spontanée. • Un score de **50% en notoriété assistée.**	• **6ème rang des massifs montagneux européens connus** aux Pays-Bas pour la notoriété spontanée. • Un score de **61% en notoriété assistée.**
TOP 3 DES SOURCES DE NOTORIÉTÉ	• Guide touristique. • Presse. • Télévision.	• Guide touristique. • Presse. • Télévision.	DONNÉES NON DISPONIBLES
PRINCIPAUX ÉLÉMENTS DE CONNAISSANCE	• Dijon. • Côte-d'Or. • Auxerre. • Mâcon. • Les canaux de Bourgogne.	• Le Grand Colombier. • CERN. • Clairvaux-les-Lacs. • Le Château de Voltaire. • Château-Chalon.	DONNÉES NON DISPONIBLES
ATOUTS	• Caractère authentique des villages et des sites naturels. • Densité du patrimoine de la région. • Diversité des hébergements. • Ressourcement dans un environnement sain. • Paysages naturels préservés. • Diversité des itinéraires de découverte. • Sentiment de sécurité. • Facilité d'accès.	• Accueil, convivialité des habitants. • Patrimoine riche. • Caractère authentique des villages et des sites. • Destination pour se ressourcer.	• Caractère authentique des villages et des sites. • Beauté des paysages, nature préservée. • Randonnées (cyclo, pédestre, VTT).
AXES D'AMÉLIORATION	• Climat agréable, ensoleillé. • Séjours réussis en toutes saisons. • Accueil, convivialité.	• S'engager dans le tourisme responsable, écologique. • Proposer des occupations pour les familles, les enfants. • Présence d'évènements culturels et sportifs.	• Activités aquatiques dans les lacs, rivières, cascades ...
UNIVERS D'ÉVOCATION ASSISTÉE	• Des vignobles (58%). • La nature, des paysages (48%). • Les produits régionaux, la gastronomie (46%). • Le riche patrimoine historique (34%). • La randonnée pédestre (31%).	DONNÉES NON DISPONIBLES	DONNÉES NON DISPONIBLES