



**Auvergne
Rhône-Alpes**
Tourisme

Fiche marché

Belgique



Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme
www.pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com

LA BELGIQUE

30 500 km²

Plus petit que la
région PACA

> Flandre
langue néerlandaise
et allemande(1%)
> Wallonie
langue française
> Bruxelles
bilingue,
majoritairement
francophone



Les grandes aires urbaines

- ➔ Bruxelles
2,9 millions habitants
- ➔ Anvers
1,1 million habitants
- ➔ Liège
0,7 million habitants

11,3 millions
d'habitants

Près de 100% sont citoyens

Les Flamands sont de plus en plus en faveur d'une indépendance de leur région, mais tout en gardant Bruxelles, ce que ne veulent à aucun prix les Wallons, ni même les Bruxellois. Le nord du pays est nettement plus peuplé que le sud (70% région flamande + Bruxelles / 30% région wallonne). La **population continue chaque année à augmenter**, mais plus lentement qu'auparavant. Un Belge sur deux a plus de 41 ans.

4
francophones



6

néerlandophones

0,7% de germanophones

Prévision de
croissance :

+1,6%

+1,1% en France

La Belgique a **bien résisté à la crise** économique. Après avoir atteint son plus haut niveau en 2014, le taux de chômage est descendu à 7,9% en 2016. Le chômage touche particulièrement les jeunes, les immigrés non-européens et la Wallonie. Les projections de la Banque Nationale prévoient une croissance de l'activité qui se renforcerait en 2017 à 1,6% et serait du même ordre durant les deux années suivantes (1,6% en 2018 et 1,5% en 2019). Quelques 115 000 emplois supplémentaires seraient créés sur la période 2017-2019 tandis que le taux de chômage baisserait à 7,2%.

10 millions de
séjours à
l'étranger

Les Belges sont **60% à partir en vacances d'été** en 2017, contre 47% en 2016. Cette année, les francophones sont plus nombreux à souhaiter partir (64%) que les néerlandophones (57%). La moitié des Belges partent en vacances en voiture, mais ils sont de plus en plus nombreux à prendre l'avion ou le train.

La Belgique fait partie des **pays où les gens partent le plus à l'étranger** pendant leurs vacances. Avec 26% de parts de marché, la France est la destination par excellence pour les Belges. Si la France conforte sa place de destination préférée des Belges c'est grâce aux francophones : 44% s'y rendent contre 20% de néerlandophones. Les 3 principales **destinations concurrentes de la France : Espagne, Italie, Pays-Bas.**



1^{ère}
destination
internationale des
Belges (grâce aux
francophones)

3,4 millions de
séjours en
France

3^o clientèle
internationale de la
France

2^o marché en termes de recettes pour la France, 3^o marché en termes de fréquentation, la Belgique est de très loin, **rapportée à sa population, le premier marché émetteur de touristes pour la France.**

Si les Belges partent **moins longtemps**, ils partent **plus souvent**, toute l'année avec un pic en juillet pour une durée moyenne de 10,8 jours. Différentes régions de France séduisent les Belges : la **Provence**, la **Côte d'Azur**, la **Bretagne**, **Paris** et **Grand Est** pour les courts séjours. 8 Belges sur 10 choisissent la mer comme destination de vacances, mais les séjours en ville ont de plus en plus la cote.

Bassins
émetteurs

Le nord du pays est
nettement plus peuplé que
le sud (70%/30%)

➔ Bruxelles

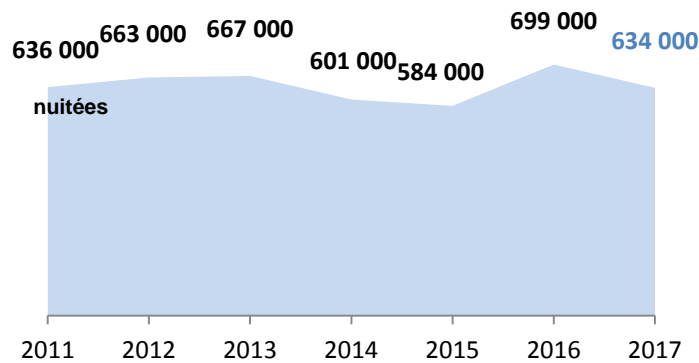
➔ Anvers

➔ Liège

➔ Charleroi

MARCHÉ BELGE EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

1^{er} mode
d'hébergement
en région :
l'hôtel
634 000 nuitées



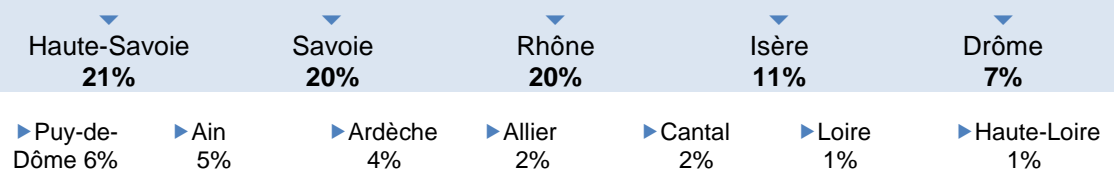
-0.3%
par rapport
à 2011



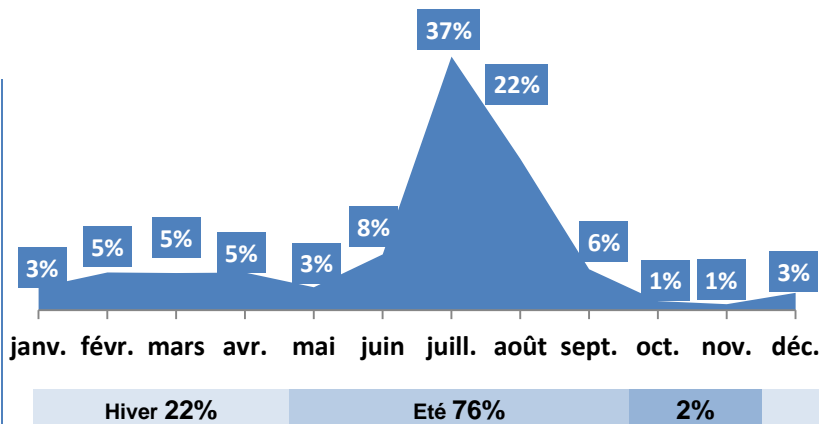
2^o clientèle
internationale des
hôtels en région

Les Belges sont la 2^o clientèle dans les hôtels d'Auvergne-Rhône-Alpes avec 634 000 nuitées, soit **10% des nuitées internationales** en 2017. Après une année record en 2016, la fréquentation en 2017 s'établit autour de la moyenne de ces six dernières années.

Top 5 départements de séjours : 8 nuitées sur 10



Campings +
hôtels =
1,3 million de
nuitées



1 nuitée sur 3



en juillet

TOP
PROGRAMMATION

→ Citybreaks

→ Gastronomie

→ Oenotourisme

Taux
d'intermédiation*
< 15%

TOUR-OPERATEURS

transeurope
— the Art of Travel —



LEADER SUR LEUR MARCHÉ POUR LA
PARTIE FRANCOPHONE DE LA BELGIQUE



*Part des séjours vendus via un intermédiaire (tour opérateur, agence de voyage, agence de vente en ligne...)

PROFIL DES TOURISTES BELGES

Particularités de la culture belge

- Parmi les aspects qui représentent bien la culture belge, la fête et le folklore sont des concepts répandus. Les Belges sont surtout reconnus pour être des bons vivants qui savent « bien manger et bien boire ».
- Les Belges apprécient la convivialité et le contact humain.
- Les Wallons sont plus familiers que les Flamands.
- Les Belges sont très attachés à la vie de famille.
- Plutôt sensibles aux formules de politesse. Les Belges aiment être respectés pour ce qu'ils sont et pour ce qu'ils font. Ils sont capables de déclencher une grève s'ils estiment qu'ils ne sont pas respectés.
- La bande dessinée belge : une icône culturelle à travers le monde.

Les **Flamands** parlent néerlandais mais n'apprécient pas d'être confondus avec les habitants des Pays-Bas.



Les **Wallons** n'aiment pas être confondus avec les Français.

Les Belges et le digital

- 88% d'utilisateurs internet
- 82% se connectent tous les jours
- 60% ont acheté un produit ou un service en ligne dans les 30 derniers jours

7 Belges sur 10 ont déjà laissé une évaluation en ligne.

- 60% d'actifs sur les réseaux sociaux
- 1 heure et 33 minutes par jour en moyenne



Les avis des influenceurs comptent de plus en plus pour les Belges.

La voiture reste le 1^{er} moyen de transport

La moitié des Belges partent en vacances en voiture mais ils sont de plus en plus nombreux à prendre l'avion ou le train.

Couples Seniors ou jeunes actifs



Couples 45/55 ans CSP++ pour le tourisme vitivinicole

Familles



6,8 millions de **néerlandophones**
2 sur 10 voyagent en France
Plus de courts séjours
CSP+



4,5 millions de **francophones**
4 sur 10 voyagent en France
Influence plus forte de la météo

PARCOURS CLIENT DES TOURISTES BELGES

Choix de la destination en tenant compte des recommandations

→ Nouveauté 2017 au niveau des facteurs de choix essentiels de la destination des vacances: le risque terroriste apparaît en troisième position chez les vacanciers belges, après le climat et le budget.

3 VECTEURS DE CHOIX

Site hébergement / destination



Forte sensibilité des néerlandophones à la traduction des sites officiels

Evaluations et influenceurs



L'influence des blogueurs ne cesse de grandir auprès des Belges

Guide de voyage et brochures



Le recours à une agence de voyage dans l'organisation du séjour reste important pour les néerlandophones

Critères de choix pour l'hébergement

Valeur montante : la chambre d'hôtes

1

Prix



2

Charme & authenticité



3

Site internet traduit (néerlandophones)



CRITERES SECONDAIRES

Hébergement à taille humaine (si collectif)

Situation et environnement

Approche écosensible

Accessibilité, stationnement et parkings

Wifi gratuit

Réservation 3 à 6 mois avant le départ

→ Internet est largement utilisé comme source d'information et de réservation.
→ 6 Belges sur 10 réservent en ligne.

ATTENTES DES TOURISTES BELGES

- 8 Belges sur 10 choisissent la mer comme destination de vacances, mais les séjours en ville ont de plus en plus la cote.
- En France, ils apprécient les spécialités régionales, la variété des fromages et le vin.

THÉMATIQUES APPRÉCIÉES PENDANT LE SÉJOUR

Visites de sites culturels et patrimoniaux



Monuments, châteaux, églises

Visites gourmandes & Oenotourisme



Couples 45/55 ans CSP++
pour le tourisme vitivinicole

Bien-être



Du beau, du bon, du bien-être

Outdoor / Nature



Néerlandophones

Randonnée cyclo / pédestre

Francophones

Repos, promenade, découverte de la campagne

Découvrir la cuisine étrangère (en particulier les Wallons)

- Gourmands et gourmets, les Belges apprécient la cuisine du terroir et la cuisine raffinée.
- Grands amateurs de vins, ils sont connaisseurs et apprécient être bien informés sur le sujet.
- Proposer des cartes et menus traduits, au moins en anglais, pour les néerlandophones.

Petit déjeuner

7h - 8h

Copieux
Sucré ou continental

Déjeuner

12h - 13h

1 plat copieux
Fromage ou dessert
Ou
Sandwich, tartines,
salade, assiette anglaise

Dîner

19h - 20h

Salade
Viande et légume
Dessert

Boissons : bière ou vin, eau gazeuse, soda

Attention croissante au bon rapport qualité-prix

Etre simple et chaleureux

Bon rapport prestations / prix

Parler anglais, voire néerlandais pour les Flamands



Authenticité

Proposer suggestions et bons plans

Proposer des offres promotionnelles

STRATÉGIE DU CRT SUR LE MARCHÉ BELGE

- ⇒ Augmenter la fréquentation des Belges en région Auvergne-Rhône-Alpes
- ⇒ Développer la notoriété de la région et de ses destinations

6 cibles de clientèles



Jeunes

Essentiellement dans le cadre du renouvellement de la clientèle Montagne



Familles

Plaisir, découvertes et amusement pour les enfants
Détente et repos pour les parents
Commodité, sécurité et bon rapport qualité-prix



Amoureux de la nature

Quitter le quotidien, puiser de l'énergie dans la nature
Découvrir les cultures locales
Authenticité et beauté des paysages



Champions du plein air

Offre diversifiée d'activités sportives
Arrière-plan naturel magnifique
Randonneur, VTTiste, cyclotouriste...



Adeptes de l'art de vivre

CSP+, culture, luxe, gastronomie...
Exclusivité et service exceptionnel
Shopping



Voyageurs d'exception

Diversité du territoire, visite des sites touristiques et historiques, Best-of
Itinérance thématique ou rayonnement autour d'une ville vers les lieux d'attraction

4 univers de communication



Plan d'actions marché Belgique 2018

- Worskhop Presse et Soirée Blogueurs à Bruxelles le 18 janvier
- Accueils presse individuelle et groupe à l'année
- Barter deals (accords d'échange) avec la presse
- Accueil émissions TV La Grande Balade diffusée sur RTL TVI
- Evènementiel presse & TO à Bruxelles (Thématique Art de Vivre et culture)
- Salon Fiets en Wandelbeurs à Gand du 10 au 11 février (Thématique Outdoor)
- Création d'un page Facebook NL
- Campagne online Facebook et Youtube
- Campagne online VacancesWeb.be (1^{er} portail belge de location de vacances)
- Référencements sites portails

Une équipe dédiée aux marchés étrangers à votre écoute
pour vous accompagner et mieux répondre aux attentes des voyageurs belges



Anissa Guenfoud

Marché Belgique (Art de vivre)
a.guenfoud@auvergnerhonealpes-tourisme.com



Irène Tronchet

Marché Belgique (Outdoor)
i.tronchet@auvergnerhonealpes-tourisme.com

BELGIQUE

Le marché belge

11 millions d'habitants
2 francophones / 3 néerlandophones
60% d'actifs sur les réseaux sociaux



Facebook



Youtube

Avis des influenceurs comptent de + en +

10 millions de Belges voyagent à l'international

Le tourisme des Belges en France

3,4 millions de séjours en France

France : 1^{ère} destination internationale des Belges (grâce aux francophones)

3^o clientèle internationale de la France

Le profil des touristes belges

Couples, Seniors ou jeunes actifs
Familles

Sensibles au rapport qualité-prix et à l'authenticité

Amateurs de gastronomie

Couples 45/55 ans CSP++ pour le tourisme vitivinicole

Le tourisme des Belges en Auvergne-Rhône-Alpes

1,3 million de nuitées en 2017

Hiver 22%

Été 76%

Automne 2%

Hôtels

2^o clientèle internationale des hôtels
634 000 nuitées en 2017
-0,3% en 6 ans

Campings

2^o clientèle internationale des campings
631 000 nuitées en 2017
+20% en 6 ans

Top
fréquentation

> Citybreaks
> Visites gourmandes & Oenotourisme

Tendances

Moins longtemps, plus souvent, les séjours en ville ont de plus en plus la cote et les couples 45/55 ans CSP++ ont un faible pour le tourisme vitivinicole



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme

Conception et réalisation :
Pôle Ingénierie, Stratégie, Prospective – Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Sources :

Atout France, INSEE - Enquête Hôtellerie, Eurostat, MOCI, populationdata, Statistics Belgium, Belgium.be, Banque nationale de Belgique, 2017 Digital Yearbook, baromètre des vacances d'Europ Assistance, RTL/Ivox