

## Le marché belge et luxembourgeois

### Belgique

Données générales	Données économiques
Nom : <b>Belgique</b> Régime politique : <b>Monarchie parlementaire</b> Capitale : <b>Bruxelles</b> Monnaie : <b>Euro</b> Population : <b>10,5 millions d'habitants</b>	PNB/Hab : <b>31 030€</b> Taux de chômage : <b>7.80%</b> Taux d'inflation : <b>1.90%</b> Taux de croissance : <b>2.30%</b>

### Luxembourg

Données générales	Données économiques
Nom : <b>Luxembourg</b> Régime politique : <b>Monarchie parlementaire</b> Capitale : <b>Luxembourg</b> Monnaie : <b>Euro</b> Population : <b>500 000 habitants</b>	PNB/Hab : <b>56 230€</b> Taux de chômage : <b>4.20%</b> Taux d'inflation : <b>3.50%</b> Taux de croissance : <b>4.40%</b>

#### ➤ Données touristiques générales :

- **Les vacances**

**Taux de départ en vacances : 58.6%**

6 millions de belges ont pris des vacances.

Chaque vacancier belge prend en moyenne 1,33 fois des vacances dans l'année.

Depuis quelques années, les Belges pratiquent majoritairement du tourisme domestique. Durant la saison estivale 2004, 23,6% de leurs vacances se sont déroulées en Belgique (24,5% des vacances d'été en 2000 et 25% des vacances d'été en 2002)

- **Les séjours à l'étranger**

**Nombre de départs à l'étranger : 9 848 000**

**Taux de départ à l'étranger : 76%**

**Dépenses à l'étranger : 6.4 milliards d'euros**

#### **Principales destinations étrangères**

Les principales destinations étrangères de la population belge entre avril et septembre 2004 (séjours)

France	Espagne	Italie	Turquie	Grèce	Allemagne
<b>22,4%</b>	13,3%	6,9%	4,6%	2,9%	2,5%

La France reste au 1er rang des destinations touristiques étrangères des vacanciers belges aussi bien pour les courts et longs séjours. La destination France progresse et sa part de marché a augmenté de 1,9% entre 1998 et 2004 même face à des destinations fortement concurrentes comme l'Espagne et l'Italie.

L'Espagne continue de perdre des parts de marché au profit du Maroc(+66.2%), de l'Egypte (+37.8%) et de la Turquie (+17%).

- **Les principaux bassins émetteurs :**

Anvers, Gand, Bruges et Ostende, Bruxelles, Charleroi, Liège et Namur.

#### ➤ Comportements et tendances des consommateurs

- **Mode de consommation et sources d'informations**

#### **Informations touristiques**

Internet continue sa progression comme source d'information pour 55% de la population.

Sources d'informations sur la France : 25.6% Internet, 15.8% guide touristiques, 10% brochures de tour-operators.

Les principales sources d'information des touristes belges sont Internet, les guides de voyages, les dépliant et brochures et les offices de tourisme.

### **Réservations**

En général : Taux de réservation :14 %

- 8,9 % : Logement

- 2,6 % : Transport

- 2,5 % : Logement et transport

En France : Taux de réservation :19,2 %

- 17,6 % : Logement

- 0,9 % : Logement et transport

- 0,7 % : Transport

En moyenne, le vacancier belge réserve 3,8 mois avant son départ pour les vacances d'été et 2,6 mois avant son départ pour les vacances d'hiver.

### **Achats**

30% de ceux qui ont recherché des informations touristiques en ligne, ont réalisé un achat en ligne.

Le e-tourisme représente 38% du CA du e-commerce(320 millions d'€)

Le tourisme intermédiarisé progresse, contrairement aux autres pays européens. Il a augmenté de 15% en 20 ans.

En 2004, 56,1% des touristes belges ont organisé leurs vacances individuellement et 43,9% sont passés par un intermédiaire

- **Motivations**

Les touristes Belges et Luxembourgeois s'intéressent à la qualité et à la diversité du tourisme de nature en France, à la culture et au rapport « qualité-prix ».

- **Saisonnalité**

La période de départ en vacance évolue, mais lentement. Juillet-Août représentait 63,4% des séjours en 1982. Elle ne représente plus que 51.8% en 2002.

- **Mode de transport**

10 compagnies low cost, 40 destinations et 3 millions de voyageurs low-cost dont 10% vers la France. Un maillage ferroviaire performant grâce au Thalys.

- **Types et durées des séjours**

Les vacances long-courrier et les vacances en avion vers l'est fléchissent.

Chute importante des vacances domestiques en Belgique.

Augmentation du nombre de vacanciers choisissant la Montagne l'été.

Les vacances ont tendance à être fractionnées. Le séjour est raccourci d'une journée tous les 5 ans.

Vacances principales : 62%

Courts séjours : 38%

- **Les consommateurs**

**Taux de départ selon la région :**

Flamands : 62%

Bruxellois : 55%

Wallons : 45.7%

➤ **Destination France :**

<b>Séjours</b>	2.1 millions	<b>Durée moyenne du séjour</b>	10.8 nuitées
<b>Nuitées</b>	65.5 millions	<b>Dépenses</b>	3 160 millions d'€

• **Les régions préférées (2003 en % des séjours)**

Les régions françaises préférées des vacanciers belges pour des vacances de plus de 4 jours

<b>PACA</b>	<b>Rhône Alpes</b>	<b>Languedoc Roussillon</b>	<b>Côte d'Azur</b>
24,2%	19,1%	12,9%	5,2%

• **Hébergement**

**Fréquentation de l'hôtellerie française**

	<b>Arrivées</b>	<b>Nuitées</b>
<b>Hôtellerie de tourisme</b>	2 411 003	5 083 262
<b>Hôtellerie de plein air</b>	533 698	3 014 730

• **Durée des séjours**

11.4 nuitées pour long séjours/2 nuitées pour courts séjours en moyenne.

• **Moyen de transport**

Près de 75% des belges viennent en France en voiture.

Ouverture d'une deuxième liaison Bruxelles-Toulon.

• **Motivations**

Le bon climat, la nature et le calme sont les principales raisons exprimées par les touristes belges pour venir en France.

➤ **Destination Corse**

• **Nombre séjours et nuitées 2006 :**

	<b>Avant Saison</b>	<b>Saison</b>	<b>Arrière Saison</b>	<b>Total</b>
<b>Séjours</b>	8 975	16 245	14 911	40 130
<b>Nuitées</b>	86 010	203 037	229 952	518 999

• **Durée moyenne des séjours en 2006**

<b>Avant saison</b>	<b>Saison</b>	<b>Arrière saison</b>	<b>Moyenne</b>
9.6	12.5	15.4	12.9

• **Hébergement**

**Part des Belges et Luxembourgeois par type d'hébergement**

<b>Séjours</b>	<b>Ensemble</b>	<b>Avant Saison</b>	<b>Saison</b>	<b>Arrière Saison</b>
<b>Camping</b>	3.3	0.6	1.2	14.3
<b>Hôtel</b>	6.6	6.2	6.0	8.0
<b>Meublé</b>	9.1	18.7	5.0	13.6
<b>Résidence secondaire</b>	8.1	9.0	5.4	12.2
<b>Résidence de tourisme ou VV</b>	9.0	2.4	11.5	10.4
<b>Tourisme vert</b>	11.8	3.7	19.1	9.4

Nuitées	Ensemble	Avant Saison	Saison	Arrière Saison
<b>Camping</b>	2.3	0.7	1.1	8.6
<b>Hôtel</b>	6.7	7.1	5.8	7.5
<b>Meublé</b>	10.5	25.3	5.5	16.0
<b>Résidence secondaire</b>	17.2	8.8	5.1	39.1
<b>Résidence de tourisme ou VV</b>	10.1	4.3	12.0	11.5
<b>Tourisme vert</b>	15.5	3.0	29.6	6.8

- **Image de la Corse<sup>1</sup>**

**Notoriété de la Corse :**

Quand on leur demande de citer trois îles de la méditerranée, 41.4% des Belges et Luxembourgeois interrogés répondent la Corse en première position.

**Localisation de la Corse :**

Environ un belge interrogé sur deux localise précisément la Corse, 32% la situent approximativement et 15% donnent une localisation erronée.

**Notation de la destination Corse :**

Les clients Belges et Luxembourgeois ont noté la destination Corse à une moyenne de 8.46/10 (moyenne tous marchés 8.05/10) avec un pourcentage de mauvaise note (de 0 à 5) de 1%.

Les prospects l'évaluent à 7.65/10 (moyenne tous marchés 7.48/10) avec un pourcentage de mauvaises notes (de 0 à 5) de 6%.

Les clients ont donné la meilleure note, tous marchés confondus et les prospects ont donné la seconde note juste derrière les Italiens.

**Saison privilégiée :**

Printemps	Eté	Automne	Hiver
36%	37%	16%	7%

**Mode de transport (clients) :**

Voiture personnelle + bateau	Bateau	Avion	Avion + location de voiture	Bateau + location de voiture
63%	13%	6%	6%	1%

**Hébergement (prospects) :**

Hôtel	Location de meublés	Camping-caravaning	Auberge de jeunesse/refuge/gîte
65%	8%	7%	6%

**Appréciation du coût de la destination Corse :**

	Très cher	Cher	Pas très cher
<b>Clients</b>	11%	55%	31%
<b>Prospects</b>	11%	53%	16%

**La concurrence :**

Prospects : Sardaigne, Baléares, Côte d'Azur

Clients : Sardaigne, Côte d'Azur, Italie

**Intention de séjours en Corse (prospects) :**

19% des prospects Belges et Luxembourgeois envisagent de séjourner certainement en Corse prochainement.

38% n'envisagent pas d'y séjourner prochainement.

### **Les plus et les moins...**

En étudiant l'image de la destination Corse élément par élément vis-à-vis des prospects Belges et Luxembourgeois, on constate :

Eléments à améliorer en priorité : L'accueil de la population, la sécurité, le rapport Qualité/Prix, l'hébergement et l'accès.

Elément à surveiller : Le coût du transport.

Eléments à capitaliser : Le patrimoine culturel et l'information.

#### ➤ **Tendances et perspectives du marché**

Le nombre et le choix de packages offerts en 2005 par les T.O. belges sur la France est en forte augmentation par rapport à 2004.

Plus de 140 T.O. proposent la destination France.

#### ➤ **Les cibles prioritaires**

Le grand public : les urbains, les CSP+, les seniors actifs(55ans et +), les jeunes flamands (13 à 17 ans)

Le segment « affaires » : les groupes d'affaires de taille importante.

#### ➤ **Les produits prioritaires :**

##### • **Produits d'appel**

Outre-mer, montagne (été/hiver), nature/vacances actives.

##### • **Produits de découverte**

Marchés/shopping, tourisme itinérant (circuits et routes à thème), tourisme viti-vinicole.

##### • **Produits de consommation**

Art de vivre/gastronomie, tourisme d'affaires, montagne (été/hiver), littoral.

##### • **Produits de niche**

Tourisme des jeunes, outre-mer/îles, remise en forme (spa et thalasso).