

BFC **T**OURISME 360°FICHE MARCHÉ BELGIQUE-LUXEMBOURG :  
COUP D'OEIL SUR LE PAYS

## ECONOMIE



**Belgique :**  
24<sup>ème</sup> puissance  
économique mondiale

**Luxembourg :**  
73<sup>ème</sup> puissance  
économique mondiale

**Produit Intérieur Brut**

(\$ US courants) :

Belgique : **529,6 milliards**  
Luxembourg : **71,1 milliards**

**Taux de croissance (2019) :**

Belgique : 1,4% / Luxembourg : 2,3%

**Taux de chômage (2019) :**

Belgique : 5,4% / Luxembourg : 5,6%

**Taux d'inflation (2019) :**

Belgique : 1,4% / Luxembourg : 1,7%

**PIB / hab. (2019) (PPA courants) :**

Belgique 54 545 \$ / Luxembourg 121 292 \$

**Monnaie : Euro**

## GÉOGRAPHIE ET POPULATION

**Superficie :**Belgique : 30 528 km<sup>2</sup> / Luxembourg : 2 586 km<sup>2</sup>**Population :**

Belgique : 11 484 000 habitants / Luxembourg : 620 000 habitants

**Capitale :**

Belgique : Bruxelles / Luxembourg : Luxembourg

**Langue officielle :**

Belgique : Néerlandais (58%) - Français (41%) - Allemand (1%)

Luxembourg : Luxembourgeois / Français / Allemand

## POLITIQUE

**Belgique****Régime politique :** état Fédéral (3 régions : Flandre, Wallonie, Bruxelles Capitale) régi par une monarchie constitutionnelle**Chef de l'Etat :** le Roi Philippe 1<sup>er</sup> depuis le 21 juillet 2013**Chef du gouvernement / 1<sup>er</sup> ministre :** Alexander DE CROO**Luxembourg****Grand Duché, état souverain et indépendant depuis 1839****Régime politique :** démocratie parlementaire sous la forme d'une monarchie constitutionnelle**Chef du gouvernement / 1<sup>er</sup> ministre :** Xavier BETTEL**Situation politique du pays :** stable dans les 2 cas.

## VACANCES ET CONGÉS

**Période de voyages :** toute l'année avec un pic en juillet**Vacances scolaires :**

- 1 semaine fin février / début mars pour carnaval
- 2 semaines en avril (Pâques)
- Vacances scolaires d'été :
  - de début juillet à fin août en Belgique
  - de mi-juillet à mi septembre au Luxembourg
- 1 semaine en octobre (tousaint)
- 2 semaines fin décembre / début janvier (Noël)

**Nombre de congés annuels des salariés :** 20 jours ouvrés en

Belgique, 26 jours au Luxembourg

**10 jours fériés** par an en Belgique et au Luxembourg.**Fête nationale belge le 21 juillet****Fête nationale luxembourgeoise le 23 juin.**

## CULTURE ET CADRE DE VIE



Pour la Belgique

- Multiculturalisme et ouverture sur le monde sont très ancrés dans la société belge (Siège de l'UE et de l'OTAN à Bruxelles, exportations qui représentent 85% du PIB, etc).

- Les Belges assument leur caractère matérialiste et individualiste. Ils n'en sont pas moins des personnes gaies, tolérantes et respectueuses.

- Les Wallons sont tournés vers la fête et le bien-être, adorent le contact avec les gens et préfèrent les établissements à taille humaine plus propices aux rencontres.

- Les Flamands sont portés sur la culture et sont très « famille ».

- Les Flamands sont traditionnellement entrepreneurs et ont l'état d'esprit rigoureux des germanistes. Les Wallons ont un tempérament plus latin, quand les Bruxellois sont plus formels.

## ÉLÉMENTS LIÉS AU COVID-19

**Au 19 janvier 2021****Situation sanitaire :** 680 000 cas - 20 500 décès depuis le début de l'épidémie - Fermeture des institutions culturelles et de loisirs.**Éléments de marché :** 56% des belges formulent une intention de séjour dans les 6 prochains mois, dont 64% dans un pays européen (41% en France).

Les principales modalités de séjour envisagées sont : hôtel (50%), location meublée (38%), littoral (46%), montagne (27%, en forte progression), repos (68%), activités de plein air en milieu naturel (48%).

FICHE MARCHÉ BELGIQUE-LUXEMBOURG :  
PROFIL CLIENT

## TYPE DE SÉJOUR

**Courts séjours** - 25,8% de familles avec enfants / 21,4% de couples seuls 45-64 ans / 55,6% néerlandophones / En hôtellerie à 68,5%  
- Forte hausse des courts séjours en 2017 (+19 points).



**Thématiques séjours :**  
Belle nature / Proximité / Vin et gastronomie



**Longs séjours** - Familles avec enfants 6-17 ans (30%) / Couples sans enfants (21,8%) / Locations de vacances / Climat ensoleillé / Bel environnement / Cadre familial.  
- Baisse de 13 points des séjours de 2 semaines en 2017.



## MARCHÉ LUXEMBOURGEOIS

Avec son petit territoire de 2 586 km<sup>2</sup> et son économie, le duché du Luxembourg génère un marché de niche, de riches touristes attirés par des séjours haut de gamme, avec des budgets rarement limités.

Les Luxembourgeois ont un taux de départ en vacances à l'étranger de plus de 80 %, soit l'un des plus élevés d'Europe, qui bénéficie en priorité à la France dans 23% des cas (2<sup>ème</sup> Allemagne : 18%).

Cette clientèle de haut standing est très sensible à la qualité de l'hébergement et des produits.

Les activités favorites de cette clientèle sont : le golf, le tourisme d'affaires, les destinations ultra-marines, les sports d'hiver et l'art de vivre.

7,8% de leur salaire annuel est consacré aux vacances (770€ par personne en moyenne). Le montant alloué aux voyages de loisirs a triplé sur 20 ans.

## PRÉFÉRENCES DES BELGES



53% en hôtellerie 3 et 4 étoiles



32% en locations de vacances



Visites de musées et monuments



Promenades et flâneries en famille ou entre amis



75,3% prennent la voiture pour venir en France



6,2% prennent l'avion



11,6% empruntent le train

## MODES DE CONSOMMATION POUR LE MARCHÉ BELGE



- Les vacanciers belges consultent à plus de 66% internet pour s'informer sur leurs vacances.

- 75% des voyages et des transports sont réservés en ligne.

- Les Belges suivent beaucoup les réseaux sociaux, afin de suivre les activités, les promotions et les recommandations.

## TAUX D'INTERMÉDIATION\*

**19% via Tour opérateurs**



- La Belgique est le marché qui rapporte le plus à la France en terme de consommation touristique : 5,5 milliards d'euros de dépenses.

- En 2017, on constate une baisse du «budget» vacances de 233 € par rapport à 2016, celui-ci s'élève à 2 179€ par ménage.



- Les réservations se font en règle générale 3 à 6 mois à l'avance.

- Pour les voyages à la montagne, les Belges réservent en moyenne 4,4 mois à l'avance.

- La période de voyages privilégiée s'étale sur toute l'année, avec un pic important en juillet.



- 46,2% des Belges organisaient eux-mêmes leurs vacances en France en 2016.

- 53,8% passent par le biais d'intermédiaire (19% par des Tour opérateurs).

- Les Luxembourgeois réservent de plus en plus directement auprès des prestataires (61% des voyages contre 38% il y a 20 ans).

\* Taux d'intermédiation : Il s'agit de la part des achats ou réservations effectuées auprès d'un intermédiaire (agence de voyage, tour opérateur, grossiste, etc.)

# BFC TOURISME 360°



## FICHE MARCHÉ BELGIQUE-LUXEMBOURG : COMPORTEMENT TOURISTIQUE



### À L'INTERNATIONAL

**19,3 millions**  
de départs



**11 278 000** arrivées en France  
(3<sup>ème</sup> rang - 13,0% du total)  
**68 219 000** nuitées en France  
(3<sup>ème</sup> rang - 11,7% du total)



**DÉPENSES TOURISTIQUES  
À L'ÉTRANGER**  
**21 milliards d'euros**



**DURÉE MOYENNE  
DE SÉJOUR :**  
**6,0 jours**

#### SAISONNALITÉ DES SÉJOURS

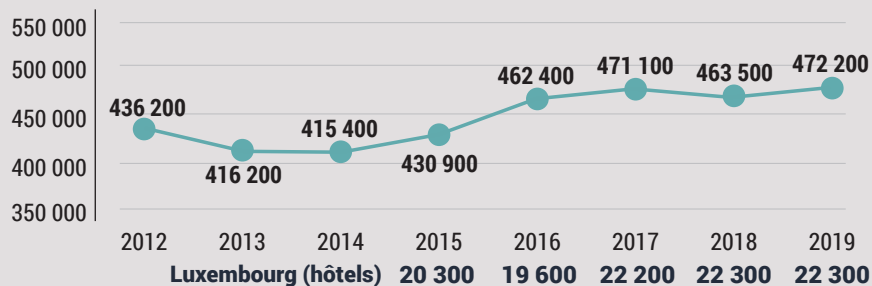
**Printemps : 23%**  
**Été : 42%**  
**Automne : 20%**  
**Hiver : 15%**



**RECETTE TOURISTIQUES  
POUR LA FRANCE**  
**6,46 milliards d'euros**

### EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ

#### Evolution des nuitées belges et luxembourgeoises en hôtels et campings en Bourgogne-Franche-Comté :



Luxembourg (hôtels) 20 300 19 600 22 200 22 300 22 300

#### EN 2019 :

##### HÔTEL (Belgique)

**1<sup>ère</sup> clientèle étrangère**  
**326 700 nuitées**  
**16,1% des nuitées étrangères**  
Durée de séjour : 1,23 jour

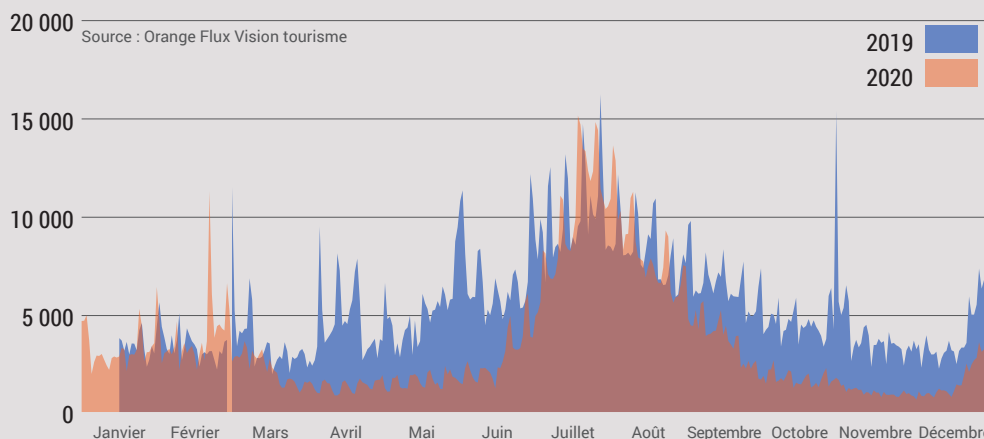


##### CAMPING (Belgique)

**3<sup>ème</sup> clientèle étrangère**  
**145 600 nuitées**  
**9,2% des nuitées étrangères**  
Durée de séjour : 2,87 jours



#### Nuitées belges et luxembourgeoises en Bourgogne-Franche-Comté en 2019 et 2020 (données disponibles à partir du 16 janvier 2019 et jusqu'au 31 décembre 2020)



**1 281 000**  
**nuitées belges et**  
**luxembourgeoises**  
en 2020  
(1 937 000 en 2019)  
dont 44,3% en juillet-août  
(29,8% en 2019)

**7,6%**  
des nuitées étrangères  
(6,7% en 2019)



## FICHE MARCHÉ BELGIQUE-LUXEMBOURG : BONNES PRATIQUES



### AVANT LE SÉJOUR

- La communication doit être très fortement orientée vers un marketing communautaire, notamment auprès des Flamands, pour faire part d'expériences en facilitant et en optimisant les liens existants sur les réseaux sociaux et créer de nouveaux liens avec des visiteurs qui partagent les mêmes envies.

- maintenir l'intérêt de la presse grâce à des relations toujours privilégiées.  
- mener une action à destination des blogueurs dont l'influence ne cesse de grandir auprès des Belges.

### DURANT LE SÉJOUR

#### L'accueil :

- Les touristes belges s'attendent à un accueil très chaleureux.  
- Le sens de l'hospitalité est très important pour eux puisqu'ils l'ont eux-mêmes.  
- Ils sont pragmatiques, gais, conviviaux et serrent facilement la main mais sont une clientèle exigeante qui réclame de l'attention et des services personnalisés.

#### L'hébergement :

- Ils recherchent des lieux à l'atmosphère authentique.  
- Les suggestions et bons plans autour de leur lieu de vacances sont très appréciés.  
- Les belges adorent le design et ne se laissent pas facilement convaincre par un établissement au mobilier démodé.

#### La journée alimentaire :

Petit-déjeuner (déjeuner) : Copieux mêlant aliments sucrés (café, thé, jus de fruits, céréales, laitage, pain blanc ou gris avec de la confiture) et salés (gouda et charcuterie). Ils ont pour habitude de manger à plusieurs et de discuter de la journée à venir.

Déjeuner (dîner - 12h30/13h) : Généralement froid avec un sandwich « baguette ». Ils boivent de l'eau ou plus rarement des boissons sucrées.

Dîner (souper - entre 18h et 20h) : Copieux. Ils mangent chaud. Pommes de terre, viande, légumes et dessert + fromages à pâtes molles. Pas de pain pendant ce repas. Ils boivent du vin, de la bière ou de l'eau.

#### Les habitudes de séjour :

- Connaissant très bien la France, ils sont autonomes et se déplacent facilement.  
- Les Flamands utilisent le terme « Bourgondië » (traduction de Bourguignon en néerlandais) pour parler de quelqu'un qui est bon vivant.  
- En séjour, cette clientèle recherche le bien-être et la détente qui sont des éléments importants pour des vacances réussies.  
- Ils aiment les visites, qu'il s'agisse de musées, monuments ou de curiosités diverses. Néanmoins, les visiteurs belges peuvent éviter un site ou une visite si l'attente semble trop longue. Ils attendent d'être informés sur le temps d'attente et souhaiteraient une attente plus confortable et ludique  
- Intéressés et bons vivants, les Belges apprécient de découvrir la gastronomie et pratiquer l'oénotourisme. A noter qu'ils aiment retrouver des goûts qu'ils ont appréciés lors de précédents séjours.  
- Bien qu'ils aient une bonne image des marques françaises, ils les jugent chères et font surtout du lèche-vitrines dans les grands magasins. Ils achètent surtout des souvenirs comme de l'épicerie fine, ou des produits des boutiques de musées.  
- Les Belges sont adeptes de vacances actives et aiment pratiquer des sports durant leur séjour, surtout les Flamands.  
- Dans leurs déplacements, les touristes belges utilisent principalement les transports en commun ou vont à pied.  
- Les Belges sont friands des outils numériques et des applications leur permettant de mieux s'orienter (plans, lieux d'intérêts...)  
- Les Luxembourgeois sont, quant à eux, friands de produits haut de gamme mêlant gastronomie, bien-être et sports de standing (ex: golf).

### APRÈS LE SÉJOUR

Pour compléter son action auprès du public belge :

- Il faut s'efforcer de fidéliser les Belges francophones qui sont notre première clientèle dans le pays  
- Démarcher les **Belges néerlandophones** (auprès desquels la

France ne représente que 18,3% du marché).

- Envoyer les nouvelles offres et se rendre visible sur les réseaux communautaires afin d'avoir un meilleur impact sur le marché.

### POUR EN SAVOIR PLUS

#### Coralie MOISSON

Chargée de promotion  
Tél. : 03 80 280 303  
c.moisson@bfctourisme.com

#### Cécile AMBACHER

Chargée de promotion  
Tél. : 03 81 250 803  
c.ambacher@bfctourisme.com