

FICHE MARCHÉ BELGIQUE - LUXEMBOURG

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME



COUP D'OEIL SUR LE PAYS



- ÉCONOMIE -

Avec un PIB de 529 milliards de dollars en 2017, la Belgique se situe au 25^{ème} rang mondial. La Belgique se situe au-dessus de la moyenne en termes de qualité de vie. Le Luxembourg, qui appartient au même marché touristique, affiche des performances record avec notamment un PIB par habitant de plus de 105 000 dollars par habitant, et une progression prévue de 4,4% en 2018. Cela en fait le pays avec la population la plus riche des pays de l'OCDE. Ce pays dépend fortement de l'activité financière et possède une fiscalité avantageuse comparativement à ses voisins.

EN 2017 (BELGIQUE)

Taux de croissance : +1,7%

Taux de chômage : 6,6%

Taux d'inflation : + 1,7%

PIB par habitant : 46 078 \$ USD

Monnaie : Euro / €



- GÉOGRAPHIE ET POPULATION -

La Belgique, située au nord de la France, s'étend sur 30 528 km² (Luxembourg : 2 586 km² ; France métropolitaine : 552 000 km²). Les deux pays possèdent près de 620 km de frontière commune, ce qui permet des échanges facilités. La capitale de la Belgique, Bruxelles, se situe à deux heures de Paris en Thalys et compte plus d'un million d'habitants dans son agglomération (région Bruxelles-Capitale). Les trois langues officielles sont le néerlandais (58%), le français (41%) et l'allemand (1%), créant ainsi une proximité culturelle favorable au tourisme en France. La majorité des touristes belges à destination de la France sont originaires de la Flandre (nord du pays), puis des bassins de Bruxelles et de Wallonie (sud du pays).

Le Luxembourg, compte 591 000 habitants dont 46% d'étrangers.



- POLITIQUE -

Située entre la France, l'Allemagne et les Pays-Bas, le Royaume de Belgique se divise en 3 régions : au nord, la Flandre, au Sud la Wallonie, et en Flandre, la Région Bruxelles-Capitale. La Belgique est un état fédéral régi par une monarchie constitutionnelle, dont le chef est le Roi Philippe Ier (depuis le 21 juillet 2013) et le chef du gouvernement est M. Charles Michel.

Le Luxembourg est une monarchie constitutionnelle dirigée par le Grand-Duc Henri de Luxembourg depuis le 7 octobre 2000.



- VACANCES ET CONGÉS -

Les systèmes scolaires belge et luxembourgeois sont similaires à ceux de la France et comportent donc des périodes de congés semblables. Les élèves bénéficient donc de 8 jours fin février/ début mars, qui sont les congés de carnaval. Ensuite viennent les vacances de printemps qui occupent les 2 premières semaines d'avril. Le 1^{er} mai et l'ascension sont aussi fériés dans ces deux pays. Les vacances scolaires d'été occupent les mois de juillet et août. A l'automne, une semaine de vacances est accordée aux écoliers, puis à Noël, ils profitent de deux semaines supplémentaires. Les travailleurs belges bénéficient de 20 jours de congés payés minimum par an (Luxembourg : 25 jours).



- CULTURE ET CADRE DE VIE -

On retrouve trois communautés en Belgique, que sont les néerlandophones vivants plutôt en Flandre, les francophones plutôt en Wallonie et à Bruxelles.

Les Belges entretiennent des valeurs qui leur sont propres comme l'humour, l'autodérision, le surréalisme ou l'humanisme. Bien que le revenu moyen disponible par personne soit plus élevé que la moyenne des pays de l'OCDE, une partie non-négligeable des habitants belges font face à des difficultés face aux revenus et à l'emploi.

FICHE MARCHÉ BELGIQUE - LUXEMBOURG

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME



PROFIL CLIENT

- TYPE DE SÉJOUR -

Courts séjours

Ce type de séjour attire 25,8% de familles avec enfants et 21,4% de couples seuls entre 45 et 64 ans. De plus, 55,6% sont néerlandophones. Leur hébergement favoris sont les hôtels (68,5%). Les thèmes recherchés sont la belle nature, la proximité, le vin et la gastronomie, dans une atmosphère de vacances. Les courts séjours connaissent une hausse sensible en 2017 (+19 points).

Longs séjours

Lors de ces séjours, on retrouve des familles avec enfants de 6 à 17 ans (30%) mais aussi des couples sans enfants (21,8%). Ils préfèrent loger en location de vacances et recherchent un climat ensoleillé, avec un bel environnement dans un cadre familial. Les séjours de 2 semaines perdent quant à eux 13 points.

PRÉFÉRENCES



53% en hôtellerie 3 à 4 étoiles



32% en locations de vacances



Visites de musées et monuments



Promenades et flaneries, en famille ou entre amis



75,3% prennent la voiture pour venir en France



6,2% l'avion



11,6% le train

- MARCHÉ LUXEMBOURGEOIS -

Avec son petit territoire de 2 586 km² 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^{ème} 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.

- MODES DE CONSOMMATION -



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.



Les réservations se font en règle générale 3 à 6 mois à l'avance. Pour les voyages à la montagne, ils réservent en moyenne 4,4 mois à l'avance.

La période de voyages privilégiée s'étale sur toute l'année, mais on assiste à un important pic en juillet.



Les touristes belges sont 46,2% à organiser eux-mêmes leurs vacances en France en 2016. 53,8% passent par le biais d'intermédiaire (19% de ces voyages sont organisés par des Tour-opérateurs). Les touristes luxembourgeois réservent de plus en plus directement auprès des prestataires, 61% des voyages aujourd'hui contre 38% il y a 20 ans.



La Belgique est le marché qui rapporte le plus à la France en terme de consommation touristique: 6,4 milliards d'euros en France. En 2017, on constate une baisse du «budget» vacances de 233 € par rapport à 2016, celui-ci s'élève à 2 179€ par ménage.

FICHE MARCHÉ BELGIQUE - LUXEMBOURG

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME



COMPORTEMENT TOURISTIQUE

- A L'INTERNATIONAL -



11,2 millions
d'habitants
Luxembourg 591 000



9,73 millions
de départs à l'étranger
en 2016



21 milliards d'euros
de dépenses
touristiques à l'étranger



77% des Belges
passent leurs vacances
en Europe



2,2 nuitées en moyenne
pour les courts séjours

- EN FRANCE -



3,4 millions
de départs en France en
2016 (3^{ème} rang)



5,5 milliards d'euros
de dépenses touristiques
en France



Durée moyenne de séjour :
10,8 jours en 2017



Taux d'intermédiation* :
13,3% en agences de
voyages traditionnelles



1^{ère} destination
préférée (Espagne 2^{ème})
été comme hiver



Motifs de déplacement
90% pour loisirs
10% pour affaires

*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.)

- EN BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ -



Durée moyenne de séjour :
2 jours en 2017
(hôtel + camping)

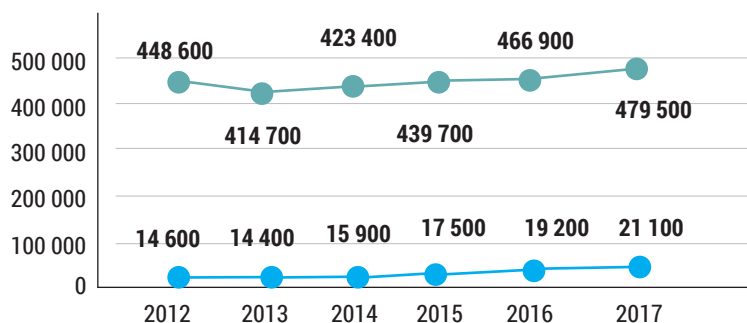
- ANNÉE 2017 -

HÔTELS



1^{ère} clientèle étrangère
341 300 nuitées belges
16,6% des nuitées étrangères
Durée moyenne de séjour :
1,2 jour

Evolution des nuitées Belges et Luxembourgeoises en hôtels et campings en Bourgogne-Franche-Comté



CAMPINGS



3^{ème} clientèle étrangère
138 200 nuitées belges
8,7% des nuitées étrangères
Durée moyenne de séjour :
2,8 jours

FICHE MARCHÉ BELGIQUE - LUXEMBOURG

BOURGOGNE
FRANCHE
COMTÉ

TOURISME



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.

L'intérêt de la presse doit être maintenu grâce à une relation toujours privilégiée et une démarche doit être menée à destination des blogueurs dont l'influence ne cesse de grandir auprès des Belges.

- DURANT LE SÉJOUR -

Les touristes belges s'attendent à un accueil particulièrement 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. Connaissant très bien la France, ils apprécient d'être autonomes et se déplacent facilement, ils sont également très exigeants quant à la qualité des prestations et aiment l'authenticité tant sur le plan culturelle que culinaire. Les Flamands utilisent le terme « Bourgondië » (traduction de Bourguignon en néerlandais) pour parler de quelqu'un qui est bon vivant.

Au cours de leur séjour, cette clientèle recherche le bien-être et la détente qui sont alors des éléments importants pour des vacances réussies. Ils aiment également les visites, qu'il s'agisse de musées, monuments ou de curiosités diverses. Intéressés et bons vivants, les Belges apprécient de découvrir la gastronomie et pratiquer l'œnotourisme. 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 plutôt 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. Cependant, les Belges sont aussi adeptes de vacances actives et aiment pratiquer des sports durant leur séjour, surtout les Flamands.

Au quotidien, 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. En ce qui concerne les repas, ils petit déjeunent vers 8 h, déjeunent de 12h à 13h et dînent à partir de 18h, mais se laissent séduire par un dîner gastronomique au restaurant même s'il est plus tard. Dans leurs déplacements, les touristes belges utilisent principalement les transports en commun ou vont à pied et recherchent des infrastructures rendant les transports en commun plus accessibles. En raison du développement des outils numériques tels que le téléphone mobile, ils sont friands 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 et démarcher les belges néerlandophones auprès desquels la France ne représente que 18,3% du marché. Il faut donc envoyer les nouvelles offres et se rendre visible sur les réseaux communautaires afin de pénétrer ce marché.

- POUR EN SAVOIR PLUS -

Consultez le site : pros.bourgognefranchecomte.com

Coralie MOISSON

Chargée de promotion

Tel : 03 80 280 303

c.moisson@bfctourisme.com

Cécile AMBACHER

Chargée de promotion

Tel: 03 81 250 803

c.ambacher@bfctourisme.com

Sources : INSEE, DGE, ATOUT France, CRT Bourgogne-Franche-Comté, Mémento du Tourisme