



# ATOUT FRANCE

Je suis belge, don't be jealous

VOLUME DU  
MARCHÉ BELGE

# BELGIQUE



**43 323 USD**

**PIB par habitant**

# FRANCE



**38 473 USD**

**11.35M**

**Habitants**

**66.95M**

**30 528KM2**

**Superficie**

**643 801KM2**

**1.5%**

**Taux croissance prévisionnel**

**1.3%**

**5.6%**

**Taux chômage (jan 2019)**

**8.8%**



# Arrivées

2017

# 3ème marché

1er UK : 67 640 500

2e Allemagne : 83 042 235



# Nuitées

2017

# 3ème marché

1er UK : 67 640 500

2e Allemagne : 83 042 235



# Recettes

2017

# 1er marché

Devant tout le  
monde



# PARTICULARITÉ DU MARCHÉ BELGE :

## 3 MARCHÉS



# FLANDRE

59% ♀ 6 650 000

5 510 000 🚶



# FLANDRE

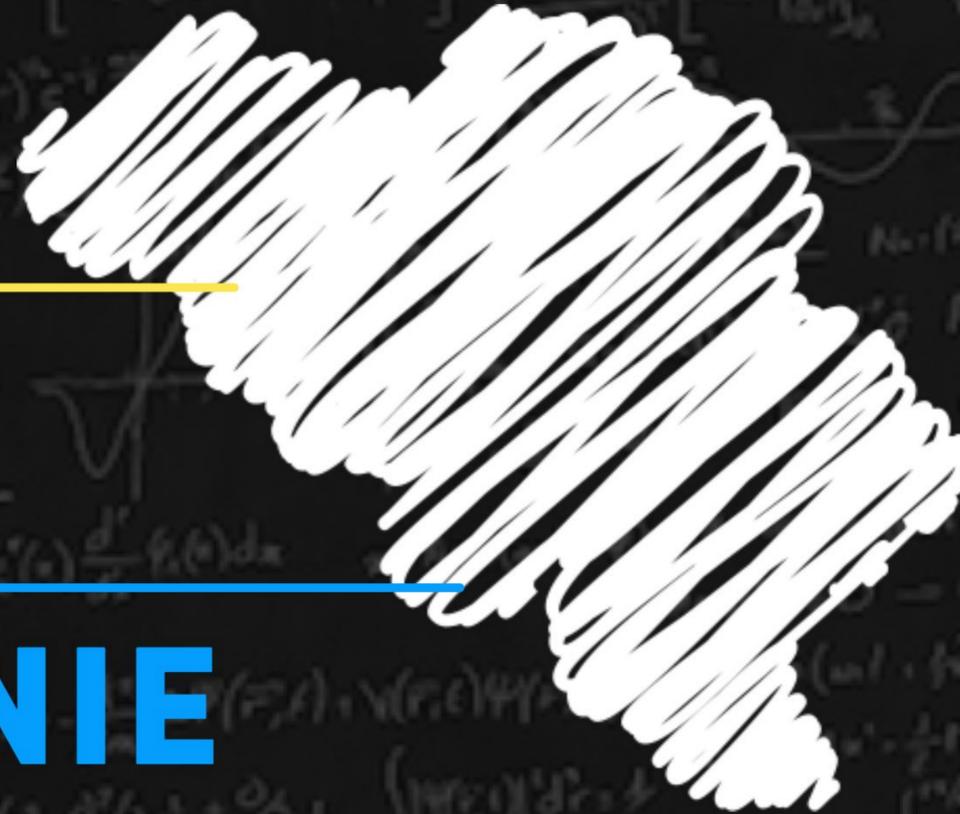
59% 👤 6 650 000

5 510 000 🚶

# WALLONIE

29% 👤 3 270 000

2 770 000 🚶



# FLANDRE

59%  6 650 000

5 510 000 

---

# BRUXELLES

12%  1 350 000

1 140 000 

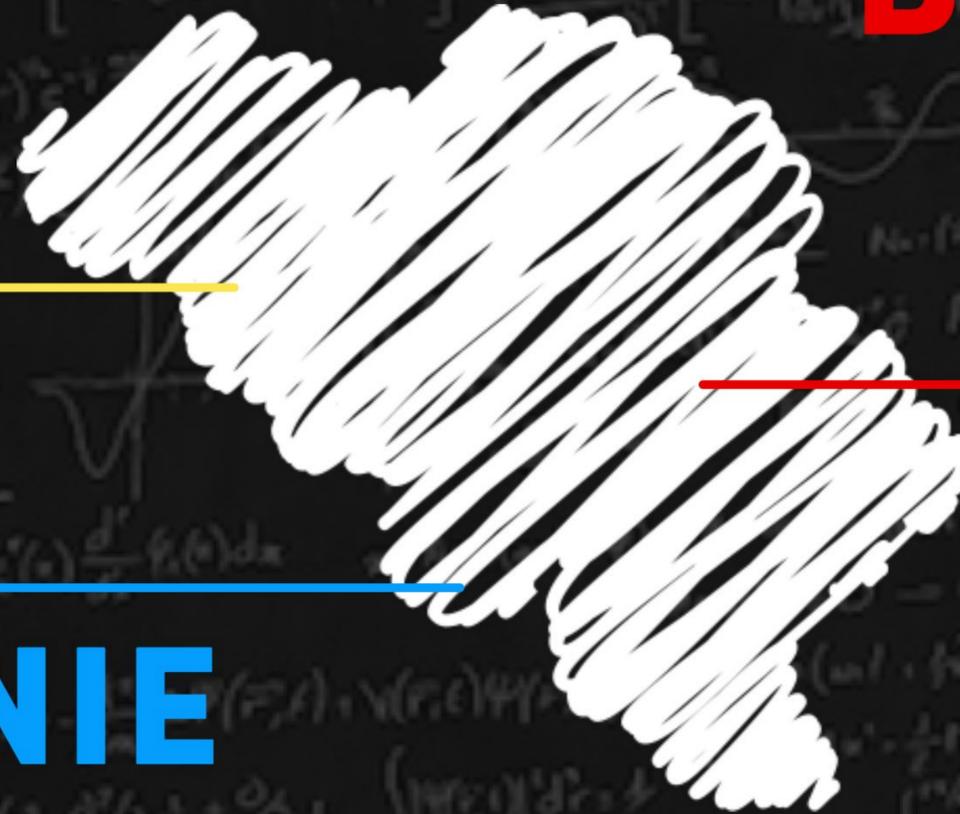
---

# WALLONIE

29%  3 270 000

2 770 000 

---



# PARTICULARITÉ DU MARCHÉ BELGE :

## 3 MARCHÉS

### FLANDRE

 11% Part de marché

---

### BRUXELLES

22.2% Part de marché 

---

### WALLONIE

 28.6% Part de marché

---



# PARTS DE MARCHÉ DE LA FRANCE



**15.3%**

Courts séjours



**16%**

de part de marché tous  
séjours confondus



**16.6%**

Longs séjours

# PRINCIPAUX CONCURRENTS

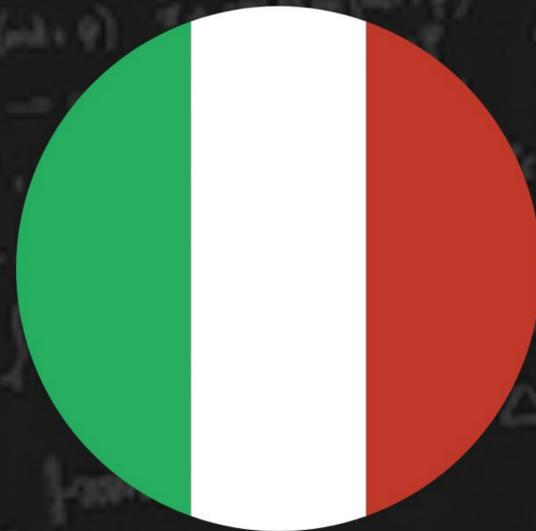
## TOUS SÉJOURS CONFONDUS



7.4% 



7.6% 



4.6% 

# PRINCIPAUX CONCURRENTS

## LONGS SÉJOURS



6.8% 



11.3% 



3.8% 

# PRINCIPAUX CONCURRENTS

## COURTS SÉJOURS



5.2% 



11.5% 



3.4% 

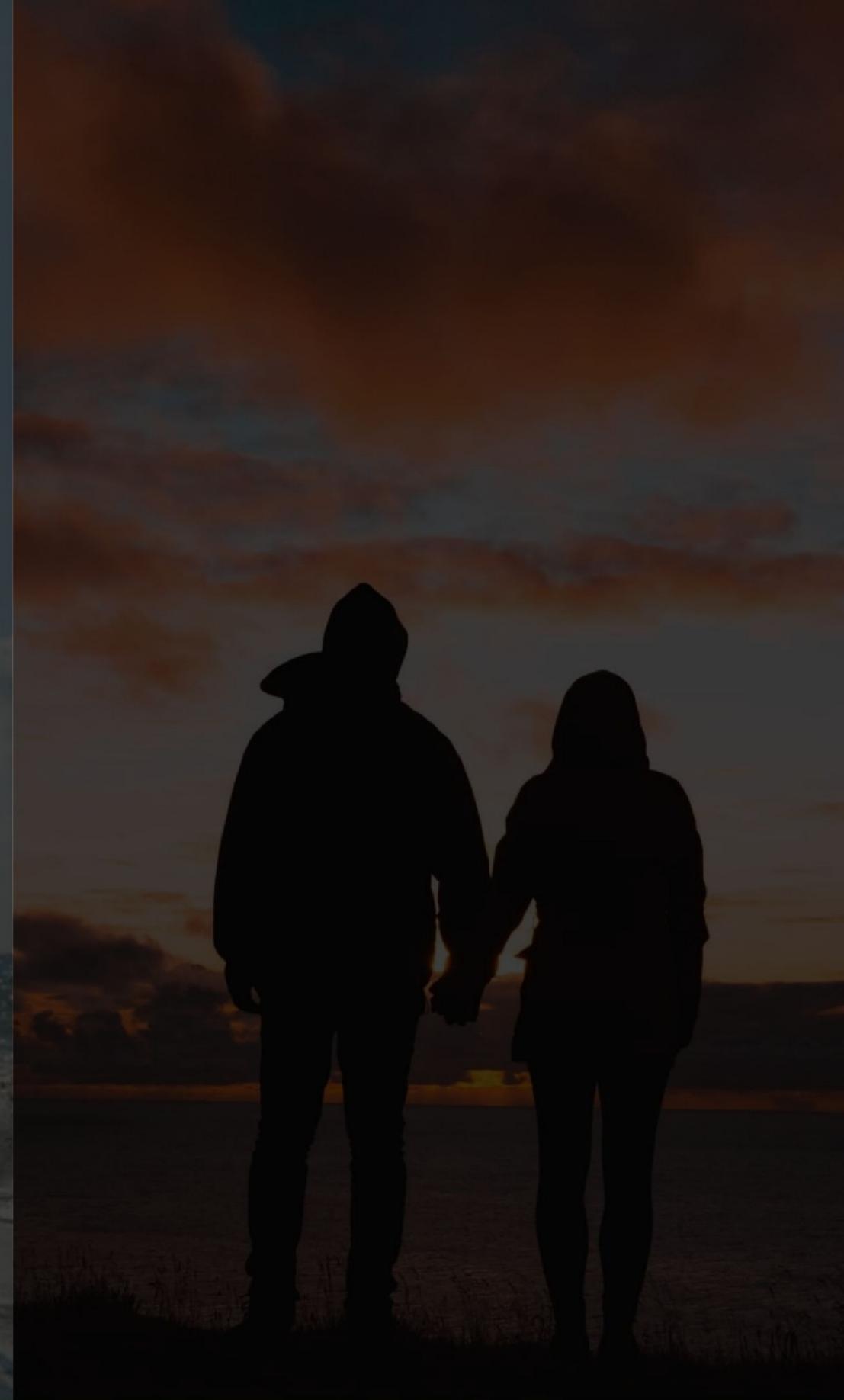
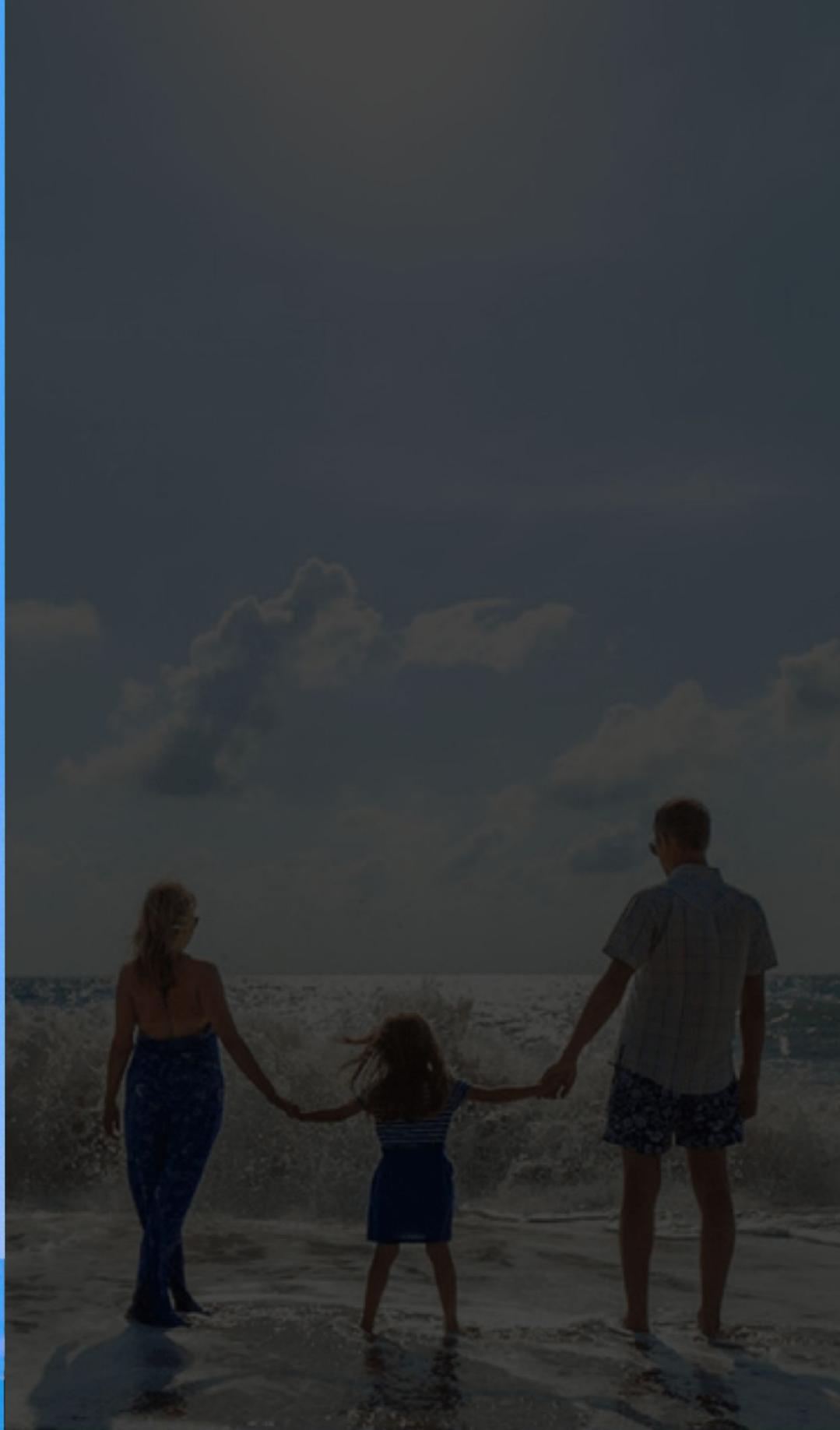


**QUI EST  
LE TOURISTE BELGE POUR  
LA FRANCE ?**



**19%**

Couples sans enfants  
45 et 64 ans



# 19%

Couples sans enfants  
45 et 64 ans



# 22%

Familles avec  
enfants  
de 6 à 17 ans



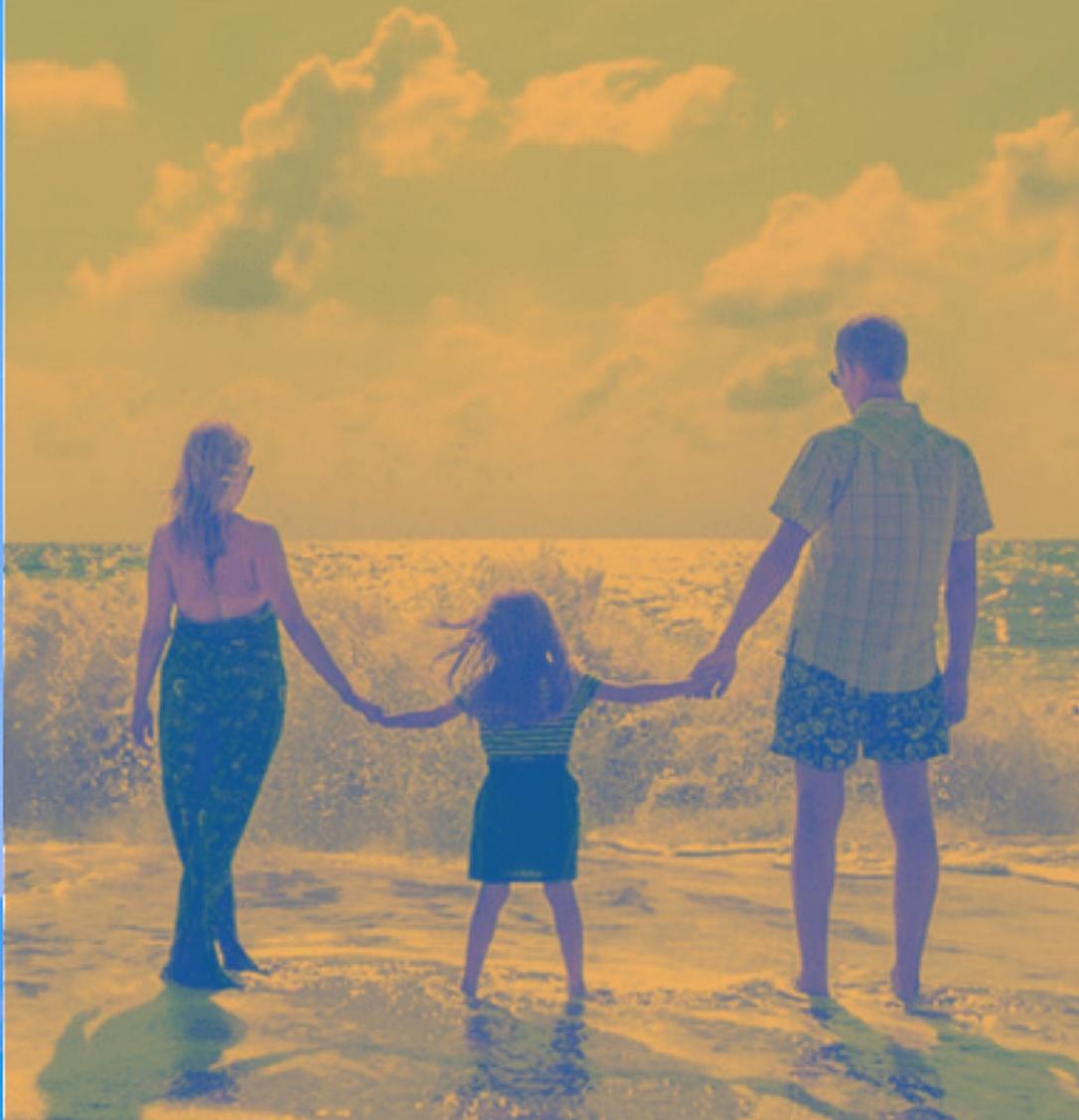
**19%**

Couples sans enfants  
45 et 64 ans



**22%**

Famille avec enfants  
de 6 à 17 ans



**27.1%**

Couples sans enfants  
moins de 45 ans



A stylized, dark yellow lion rampant is centered on a bright yellow background. The lion is facing left, with its right front paw raised. The background is a solid, vibrant yellow. At the bottom of the image, there is a horizontal bar of a lighter, cyan-colored yellow.

**41%**

sont Néerlandophones



# VACANCES DES BELGES EN FRANCE

# MOTIVATION DU CHOIX DE LA DESTINATION







**1. LA NATURE &  
ENVIRONNEMENT**



**2. HÔTEL &  
RÉSIDENCE**



**3. BALADES**



**4. LIEUX  
D'INTÉRÊT**



**5. CUISINE**



**6. PRIX**

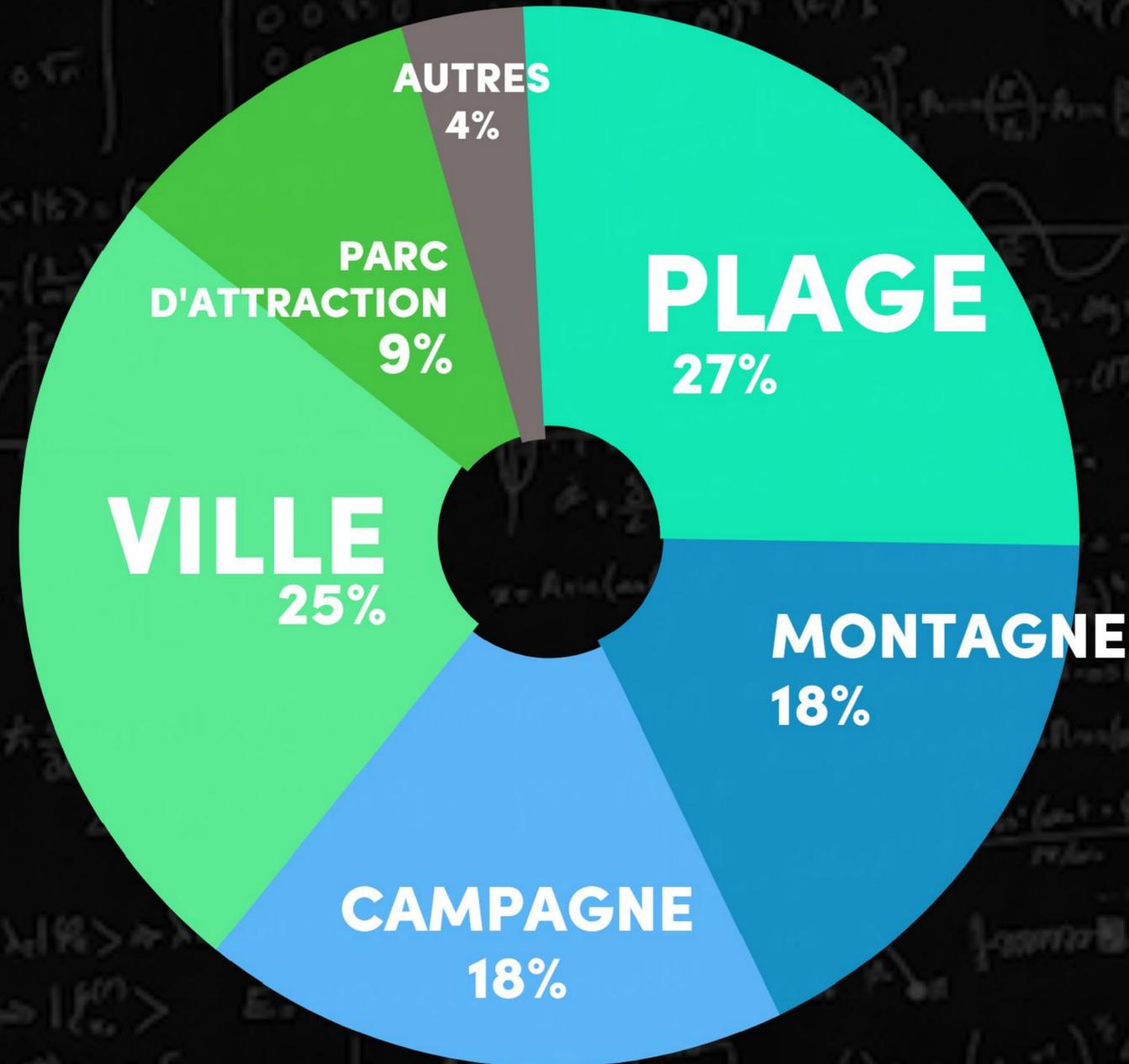


**7. CONFORT**



**8. MÉTÉO**

# ENVIRONNEMENTS RECHERCHÉS



# CHOIX DE LA DESTINATION

Néerlandophones

Francophones

**PACA**

**1**

**Rhône Alpes**

**Rhône Alpes**

**2**

**PACA**

**Occitanie** (Languedoc Roussillon)

**3**

**Occitanie** (Languedoc Roussillon)

**Aquitaine**

**4**

**Bretagne**

**Occitanie** (Midi-Pyrénées)

**5**

**Riviera**

# QUE FAIT LE TOURISTE ?



**128%**

**RÉCRÉATION  
PASSIVE**



**57%**

**VISITE DE  
CURIOSITÉ**



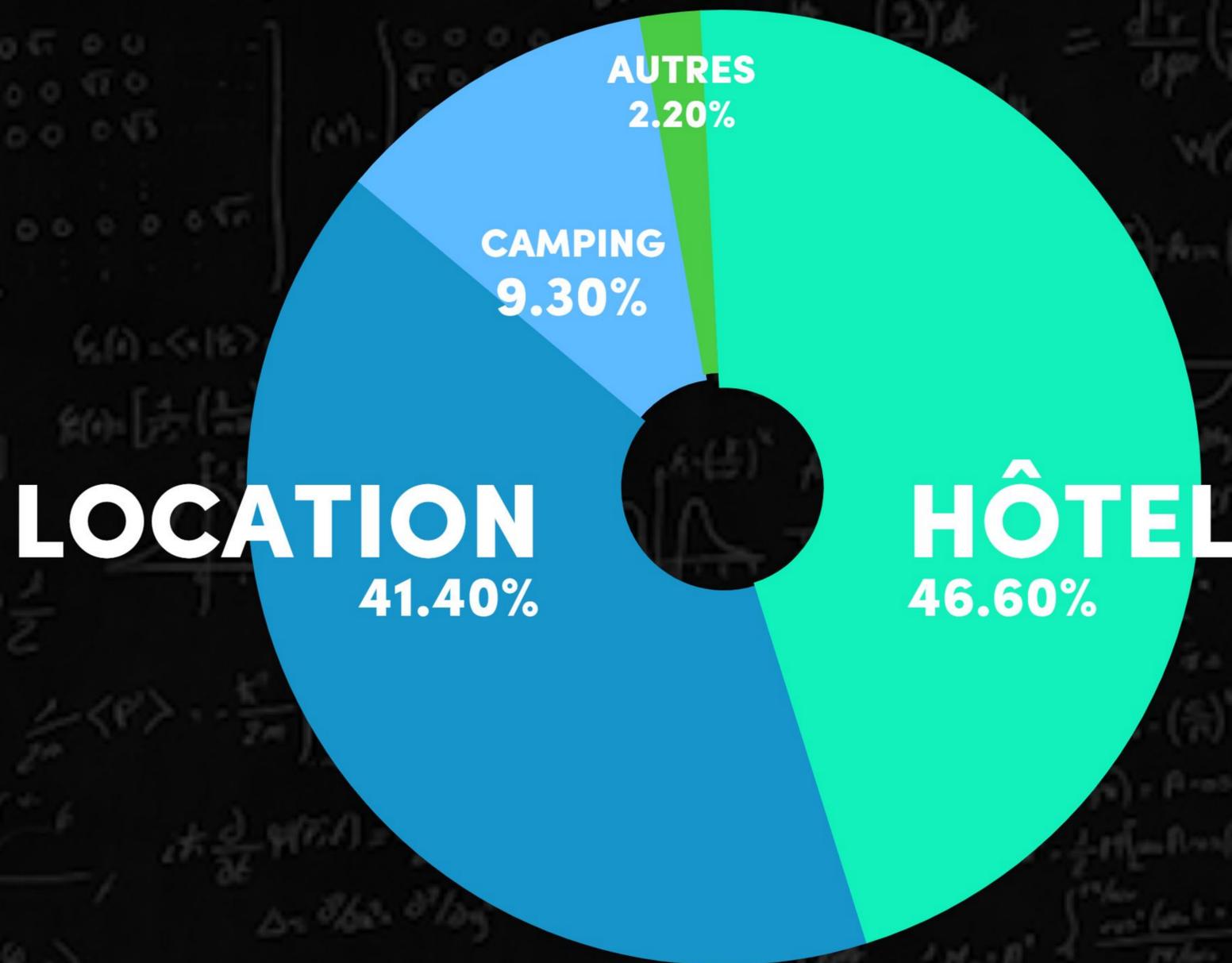
**55%**

**SPORT**

# QUE FAIT LE TOURISTE ?

	Néerlandais	Français
<b>Prendre du bon temps</b>	<b>19.8</b>	<b>23.4</b>
<b>Vacances en famille</b>	<b>30.1</b>	<b>26.6</b>
<b>Être ensemble avec les amis, les grands-parents, les petits-enfants</b>	<b>11.5</b>	<b>13.6</b>
<b>Culture, sightseeing</b>	<b>12.1</b>	<b>5.6</b>
<b>Vacances pédestres, vélo</b>	<b>7.2</b>	<b>1.0</b>
<b>Autres vacances sportives</b>	<b>7.4</b>	<b>4.5</b>
<b>Partir à la découverte</b>	<b>2.1</b>	<b>11.3</b>
<b>S'amuser, sorties</b>	<b>2.3</b>	<b>4.9</b>
<b>Gastronomie</b>	<b>3.2</b>	<b>1.6</b>

# MODE D'HÉBERGEMENT



# MODE D'HÉBERGEMENT

**HÔTEL**



**40.8%**

**HÔTEL**



**29.5%**



# MOYENS DE TRANSPORT



**VOITURE**  
72.3%

**TRAIN**  
11.9%

**AVION**  
8.4%

**CAR**  
6.9%

# DURÉE DU SÉJOUR



**5.4 nuits**

Tous séjours



**2 nuits**

Courts séjours

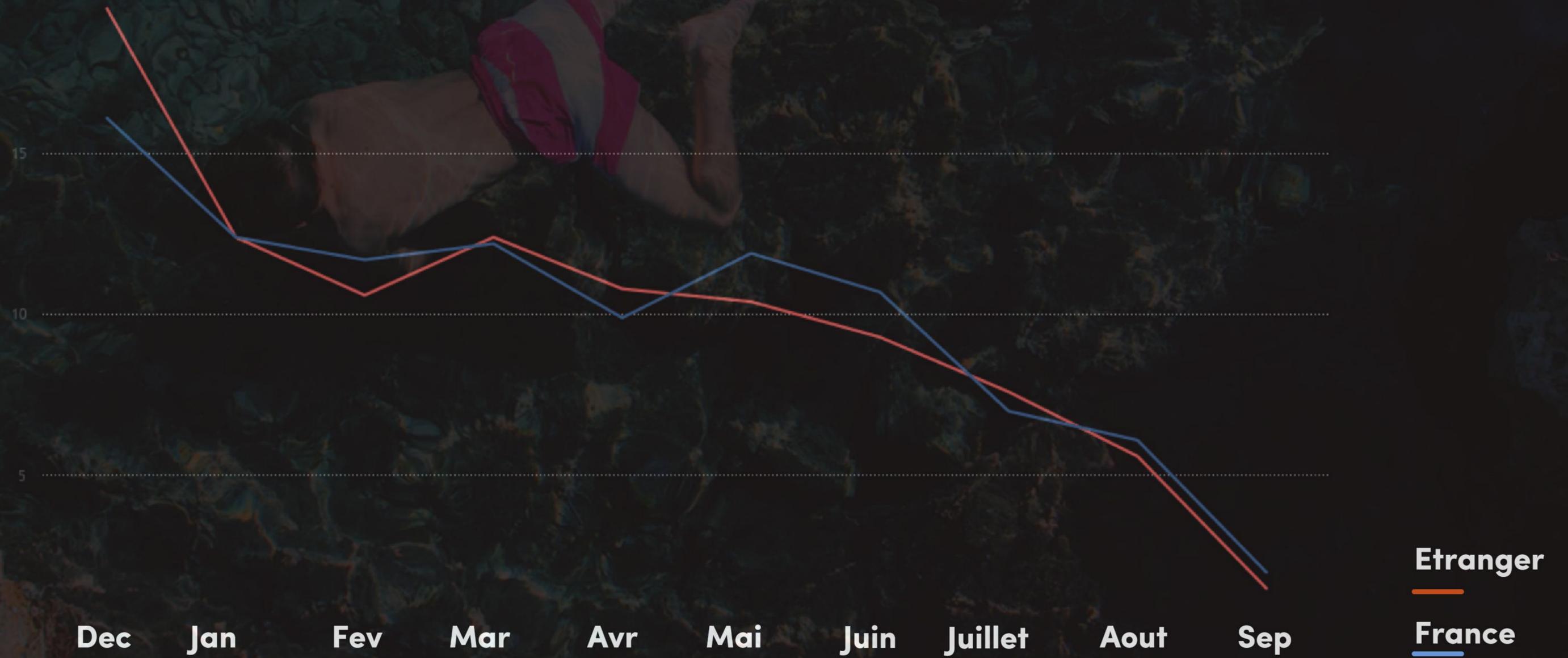


**8.1 nuits**

Longs séjours

# PÉRIODE DE RÉSERVATION

(POUR LES VACANCES D'ÉTÉ)



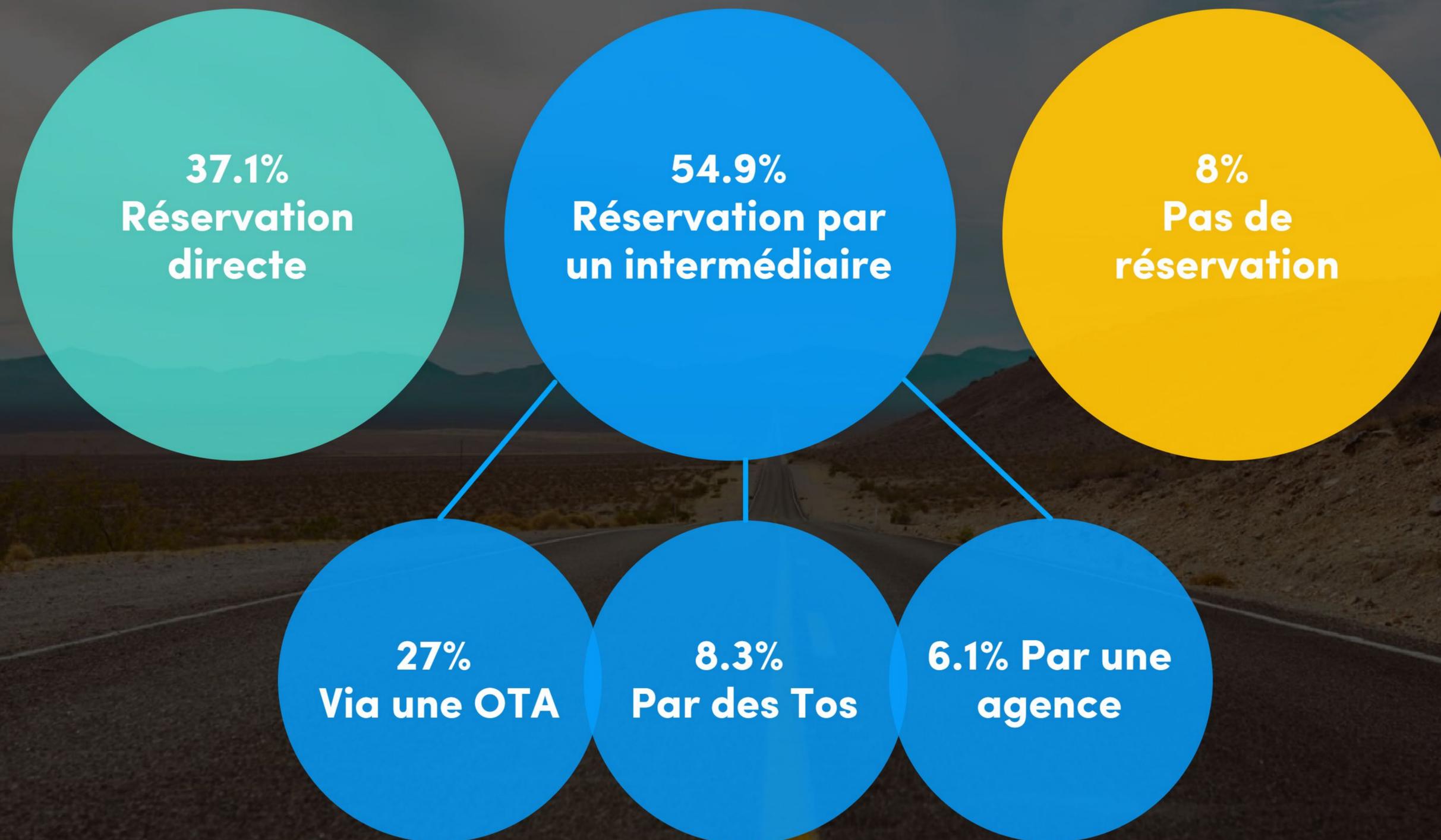
# TEMPS ENTRE RÉSERVATION ET DÉPART

20.2% réservent pour leurs longs séjours, 4 à 6 mois avant



12.1% réservent un mois avant

# ORGANISATION DES VOYAGES



# MARCHÉ PROFESSIONNEL BELGE

UN MARCHÉ DOMINÉ PAR 3 TOURS  
OPÉRATEURS

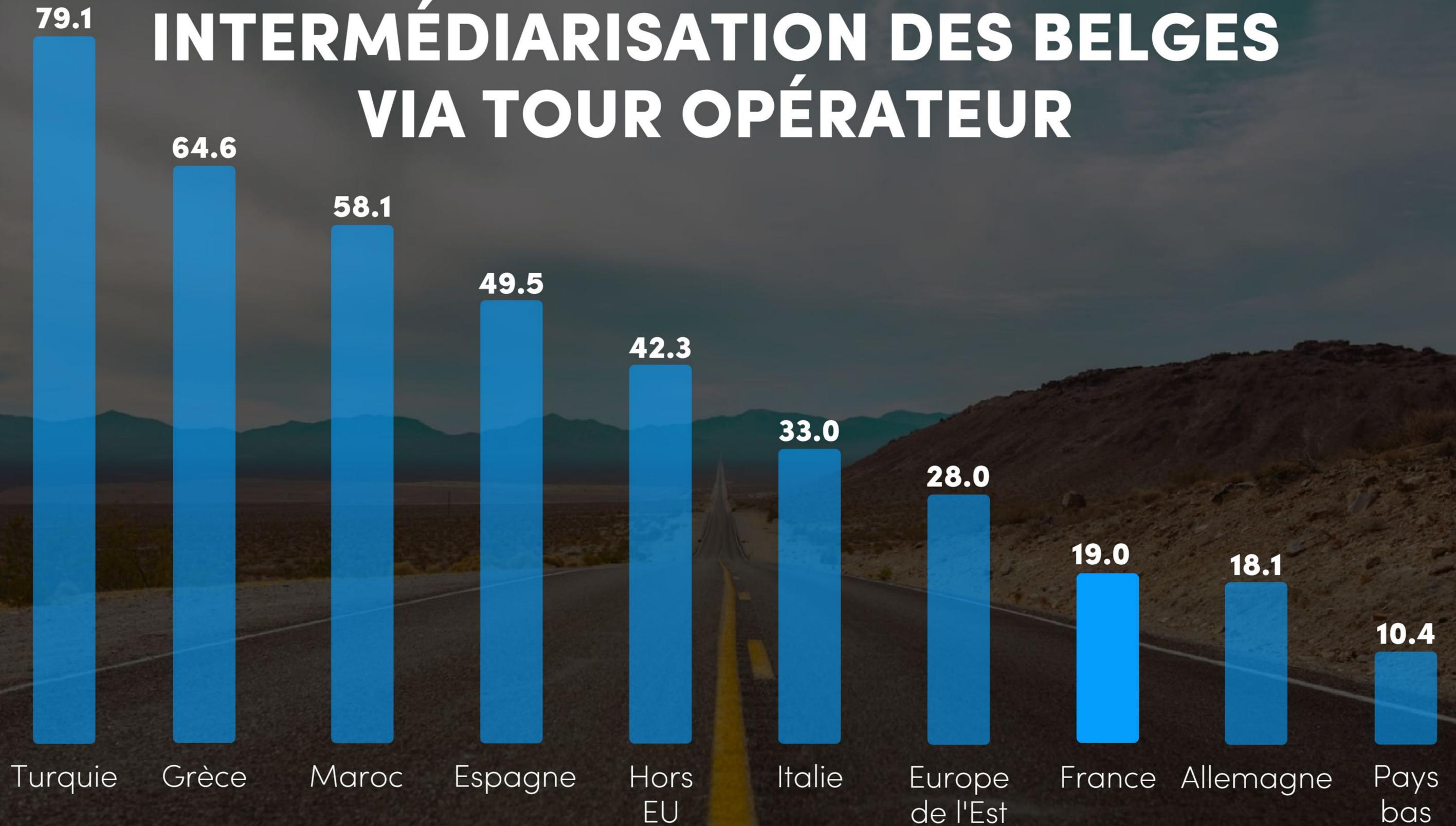
TUI

~~THOMAS  
COOK~~

TRANSEUROPE

LES TOs DE NICHE NE SONT CEPENDANT  
PAS À NÉGLIGER

# INTERMÉDIARISATION DES BELGES VIA TOUR OPÉRATEUR



## **TO spécialisé sur des thématiques/produits spécifiques**

**Vacances actives, cyclotourisme, randonnée, golf**

## **Autocaristes**

**Acteurs majeurs répondant aux attentes de clientèles à petits budgets.**

## **Agents de voyages**

- La tendance chez les agents de voyages indépendants est l'organisation de séjours sur-mesure.**
- Développement de "Home Travel Agents " comme aux États-Unis.**
- Comme la Flandre en 2014, la Wallonie abroge en janvier 2018 le décret sur le statut des agents de voyages : la licence n'est plus d'application.**

# DÉPENSES DES VACANCIERS

A photograph of a man and a woman embracing, overlaid with a red tint. The man is on the left, wearing a dark shirt, and the woman is on the right, wearing a dark top. They are both smiling and looking towards each other.

DÉPENSE  
MOYENNE  
PAR SÉJOUR

**453€**

DÉPENSE MOYENNE  
PAR PERSONNE ET  
PAR NUITÉE

**113€**

# DÉPENSES COURTS ET LONGS SÉJOURS



**LONGS SÉJOURS  
DÉPENSE MOYENNE  
PAR SÉJOUR, PAR  
PERSONNE**

**571€**



**COURTS SÉJOURS  
DÉPENSE MOYENNE  
PAR NUITÉE**

**157€**



# FACTEURS D'ATTRACTIVITÉ EN FRANCE

CONFORT



GASTRONOMIE  
ET QUALITÉ DES  
RESTAURANTS ET  
HÔTELS



CONVIVIALITÉ



# ACCUEIL RECHERCHÉ PAR LES BELGES

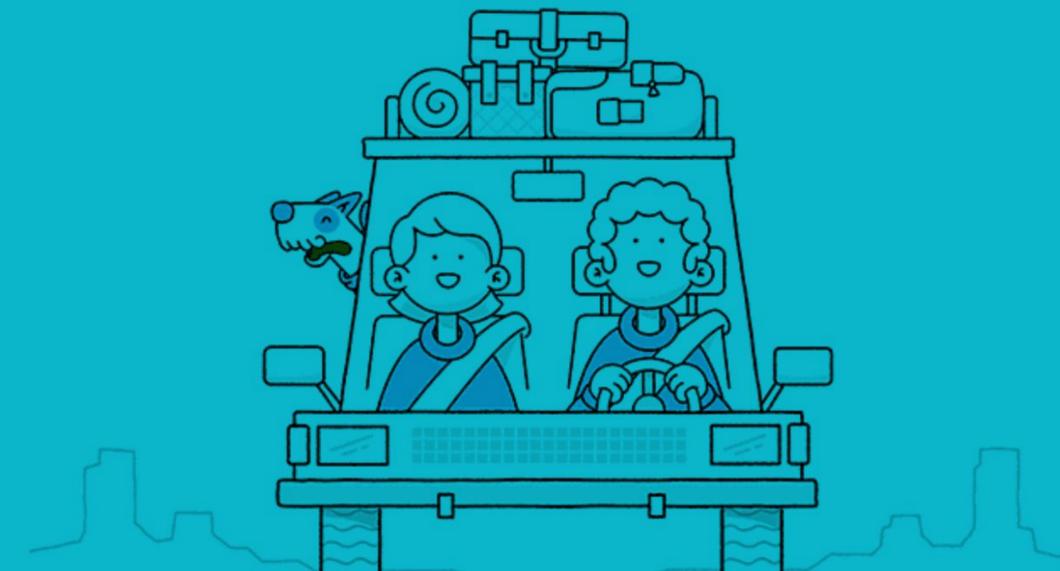
- ✔ **Convivial, instauration d'une relation personnelle, sans être intrusive**
- ✔ **Accueil individualisé**
- ✔ **Aiment nouer des relations fidèles**
- ✔ **Apprécient les marques de reconnaissances et petites attentions**
- ✔ **Dans les restaurants : les Belges accordent une grande importance à l'accueil, à leur installation, et surtout à l'attente**

# APPRÉCIATION GLOBALE

	Néerlandais	Français
<b>Excellents</b>	<b>54.5</b>	<b>57.7</b>
<b>Bons</b>	<b>40.9</b>	<b>37.9</b>
<b>Médiocres</b>	<b>4.4</b>	<b>3.3</b>
<b>Mauvais à très mauvais</b>	<b>0.2</b>	<b>1.0</b>

# LES CHOSES À RETENIR

- ✔ **La France reste la première destination étrangère pour les belges**
- ✔ **Des parts de marché qui peuvent être gagné sur la Flandre**
- ✔ **La Belgique est le premier client pour la France en termes de recettes**
- ✔ **1,49 billions d'euros est dépensé en France par les belges**  
**La belle nature est la première motivation pour le choix d'une destination**
- ✔ **42,5% des belges choisissent un hôtel de catégorie supérieure pour leurs vacances**
- ✔ **Se relaxer est la première activité des belges**
- ✔ **Ils sont des "early booker" et ou des last minutes**



# TRAVAILLER AVEC LES PROFESSIONNELS EN BELGIQUE

- Lors de la prise de RDV : **anticipation, ponctualité et suivi.**
- Vos contacts savent que vous souhaitez faire des affaires, ils attendent donc de vous une **approche précise et directe.**
- Pour la partie néerlandophone : **des documents en NL sont des plus.** La majorité des professionnels sont bilingues FR/NL mais prévoyez malgré tout quelques documents en anglais.

# TRAVAILLER AVEC LA PRESSE EN BELGIQUE

## POURQUOI & COMMENT TRAVAILLER AVEC LA PRESSE ?

1. La presse reste un incontournable pour travailler le marché.
2. Les journalistes connaissent très bien la France. Il est indispensable de leur offrir de la nouveauté, de l'insolite et des expériences exclusives.
3. L'accueil de journalistes doit être privilégié le week-end (du jeudi au dimanche ou du vendredi au dimanche par exemple).
4. Il existe des différences culturelles entre le belge francophone et le belge néerlandophone. Les centres d'intérêt d'une région à l'autre diffèrent, le message doit absolument être adapté.
5. Les documents en néerlandais ne sont pas qu'un "plus": ils sont très appréciés des journalistes flamands et renforcent le sentiment d'exclusivité.

Explore  
France™

