



**Population totale**  
11,4 millions d'habitants

**Taux de croissance économique**  
+1,4 %

**PIB/habitant**  
43 324 USD

**Taux de chômage**  
5,9 %

## LES BELGES

### QUEL PROFIL ?

Les visiteurs belges ont un âge moyen (43 ans) nettement supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils sont employés pour 41,3 % (+14,4 points), issus des CSP+<sup>1</sup> pour 22,4 % (-11,2 points) et retraités pour 10,3 % (+3,9 points). Ils proviennent de la région de Bruxelles (30,5 %), de la province de Hainaut (14,2 %), de celles de Liège (13,3 %) et du Brabant flamand (8,9 %).

### QUEL TYPE DE VOYAGE ?

Près des trois quarts des visiteurs (73,2 %, -2,2 points) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement en famille (33,1 %, +6,5 points), en couple (31,4 %, +4,8 points) ou seuls (20,0 %, -5,2 points). Ils voyagent principalement en individuel non organisé (81,0 %, +0,9 point). Ils sont 9,5 % (+1,5 point) à effectuer un séjour organisé par leur entreprise, 6,6 % (-0,1 point) optent pour un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur et 2,9 % (-2,2 points) à préférer les groupes organisés.

### QUEL HÉBERGEMENT ?

Plus de 7 séjours sur 10 (72,7 %, -9,4 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 61,6 % (45,9 % en 3 étoiles et 33,9 % en haut de gamme), les meublés et locations saisonnières (3,0 %) et les résidences hôtelières (2,3 %). Les résidences principales de parents (15,2 %) et d'amis (5,6 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

### QUELLES ACTIVITÉS ?

Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (63,4 %), les promenades en ville (62,4 %) et le shopping (38,0 %). Les Belges sont moins attirés par la gastronomie française (22,8 %, -23,8 points), les visites de parcs et jardins (31,5 %, -22,4 points), celles de musées et monuments (-20,6 points), les promenades en ville (-12,4 points) et le shopping (-10,7 points). Ils sont également moins attirés par les sorties nocturnes (12,7 %, -9,7 points), les croisières fluviales (6,5 %, -7,7 points), les visites guidées de quartiers (3,9 %,

-6,2 points) ou les marchés et brocantes (9,2 %, -6,2 points). Ils sont en revanche plus intéressés que les autres clientèles internationales par les événements culturels (16,1 %, +3,6 points).

### QUELS SITES VISITÉS ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (29,7 %), Notre-Dame de Paris (23,9 %), le Sacré-Cœur de Montmartre (22,1 %), Disneyland® Paris (20,7 %) et l'Arc de triomphe (20,6 %). Ils sont moins nombreux que l'ensemble de la clientèle internationale à réaliser des visites et notamment celles des "classiques" comme la tour Eiffel (-35,2 points), le musée du Louvre (16,4 %, -33,9 points), l'Arc de triomphe (-27,4 points) et Notre-Dame de Paris (-26,7 points). Ils se rendent également moins au Sacré-Cœur de Montmartre (-17,8 points), au musée d'Orsay (6,2 %, -13,4 points), au château de Versailles (9,2 %, -5,6 points), au centre Pompidou (10,5 %, -5,6 points), à la Grande Arche de La Défense (2,5 %, -4,1 points) ou au musée national Picasso-Paris (2,1 %, -3,7 points).

1 - Professions libérales, professeurs, professions scientifiques, cadres et autres professions intellectuelles supérieures.



	En avion	En train	Par la route
Arrivée	1,8%	30,6%	67,6%
Départ	3,3%	26,3%	70,5%



**84,5%**  
Repeaters

**15,5%**  
Primo-visiteurs

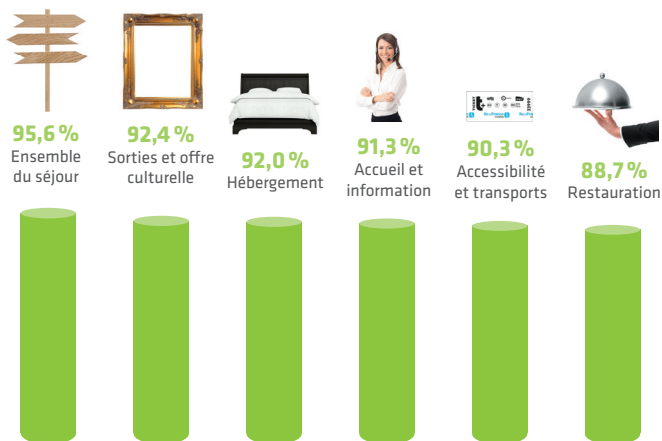
La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 59,7% de repeaters et de 40,3% de primo-visiteurs.  
Période de référence : les 5 dernières années.

### POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT



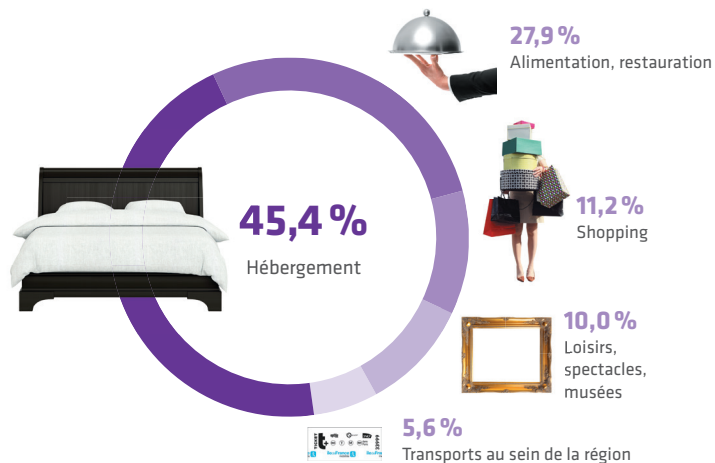
Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.  
1 - Entreprises, parents, amis.

### DES TOURISTES SATISFAITS, EN PARTICULIER DE L'HÉBERGEMENT



Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 93,0%.

### PLUS D'UN QUART DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES À LA RESTAURATION



Les Belges, dont la dépense moyenne par jour et par personne (130 €) est inférieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (139 €), accordent une part plus importante de leur budget à la restauration (+4,6 points) et moins importante au shopping (-5,1 points).

### À retenir

- **1 385 000 séjours**, soit 6,2% des séjours de la clientèle internationale
- **3 263 000 nuitées**, soit 3,2% des nuitées de la clientèle internationale
- **423 millions d'euros** de consommation touristique, soit 3,0% de la consommation touristique de la clientèle internationale
- **2,4 nuits** en moyenne
- **84,5%** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **81,0%** voyagent en individuel non organisé
- **73,2%** voyagent pour motifs personnels uniquement

### Nos suggestions

- Prendre en compte les besoins et attentes des touristes un peu plus âgés, plus nombreux parmi les Belges
- Proposer des produits touristiques adaptés aux familles et aux clientèles d'affaires
- Proposer la visite de lieux hors de Paris et des sentiers battus
- **306€** de budget moyen de séjour par personne
- **95,6%** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **72,4%** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans