

LA CLIENTÈLE BELGE venue en train

Population totale : 10,8 millions d'habitants
 Taux de croissance économique : +2,2 %
 Taux de chômage : 8,3 %
 Taux d'inflation : +2,3 %

Source : Eurostat.



Quel profil ?

Les Belges ont un âge moyen (44 ans) supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale venue en train (42 ans). Ils sont issus de catégories socioprofessionnelles supérieures¹ pour plus de 4 visiteurs sur 10 (43,8 %, -3,1 points) et sont employés pour plus du quart d'entre eux (25,5 %, +5,4 points).

Ils proviennent de Bruxelles (38,4 %), de Flandre (31,0 %) et de Wallonie (23,5 %).

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

Quel type de voyage ?

Plus de la moitié (52,8 %, -14,3 points) voyagent pour motifs personnels. Ils viennent principalement seuls (47,0 %, +12,1 points) ou en couple (24,0 %, -4,2 points).

Ils voyagent en individuel non organisé pour plus des trois quarts (77,8 %, -3,6 points). Ils sont 17,9 % à voyager en individuel organisé (+3,6 points) et 4,3 % à opter pour les groupes organisés (0,0 point).

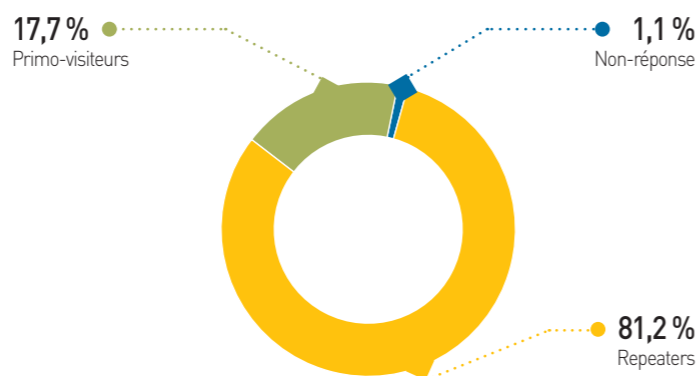
Quel hébergement ?

Près de 8 séjours sur 10 (79,9 %, -0,2 point) ont lieu en hébergements marchands.

Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 75,4 % (moyen de gamme pour 71,3 % et haut de gamme pour 23,5 %), les résidences hôtelières (1,3 %) et les hébergements pour jeunes (1,3 %).

Les résidences principales d'amis (9,1 %), de parents (4,7 %) ainsi que les résidences secondaires de parents ou d'amis (2,4 %) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

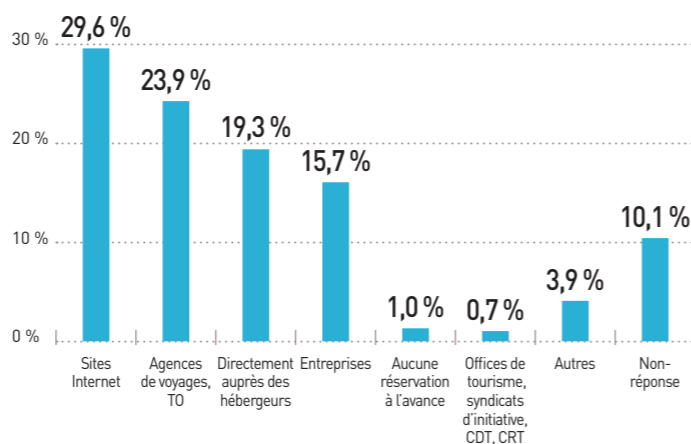
Une majorité de repeaters belges à Paris Île-de-France



Période de référence : les 5 dernières années.

La moyenne de l'ensemble des clientèles est de 67,6 % de repeaters et de 30,5 % de primo-visiteurs (1,9 % de non-réponse).

Pour réserver, Internet joue un rôle prépondérant



Plusieurs réponses possibles, base hébergements marchands.

À l'étape de la préparation du voyage, les Belges favorisent également Internet (34,0 %, -9,7 points), devant les agences de voyages et les tour-opérateurs (23,5 %, +2,7 points) et les hébergeurs en direct (17,3 %, +5,7 points).

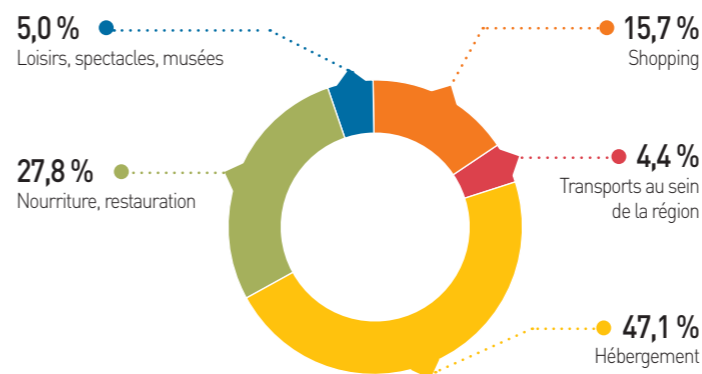
Quelles activités ?

Ils sont particulièrement intéressés par les événements et expositions (18,2 %, +4,0 points), les spectacles et concerts (12,4 %, +2,7 points) ainsi que la découverte de nouveaux quartiers branchés (18,7 %, +1,4 point). La découverte des villes, si elle est à l'origine de 51,8 % des voyages effectués pour motifs personnels, est cependant moins pratiquée une fois sur place (56,1 %, -8,0 points). Les Belges sont également moins attirés par la visite de musées et monuments (77,0 %, -7,4 points) ainsi que par les marchés et brocantes (7,2 %, -5,1 points).

Quels sites visités ?

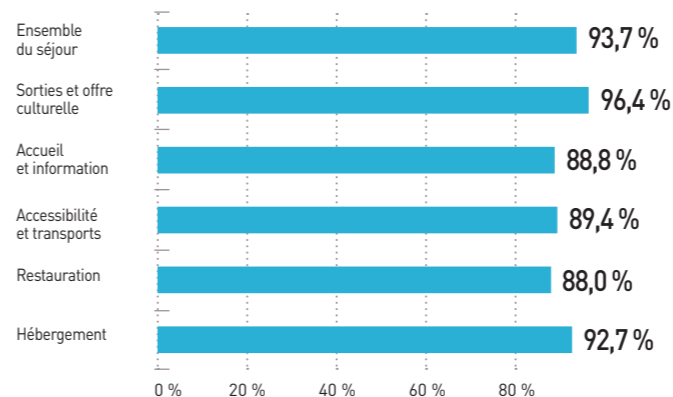
"Top 5" des lieux les plus visités : Notre-Dame de Paris (40,4 %), la tour Eiffel (35,8 %), le Sacré-Cœur de Montmartre (33,8 %), le musée du Louvre (30,0 %) et l'Arc de triomphe (29,1 %). Ils sont moins nombreux que l'ensemble de la clientèle à visiter les "classiques" cités comme la tour Eiffel (-13,8 points) ou encore l'Arc de triomphe (-10,9 points). En revanche, ils visitent davantage le musée du quai Branly (7,1 %, +1,7 point), le Centre Pompidou (24,6 %, +1,2 point) ainsi que la Cité des sciences et de l'industrie (6,5 %, +1,1 point).

Environ 47 % des dépenses des Belges consacrées à l'hébergement



Les Belges, dont la dépense moyenne par jour et par personne est supérieure à celle de l'ensemble des clientèles, accordent un budget plus important à l'hébergement (+1,7 point) et moins important aux loisirs (-1,6 point).

Des touristes satisfaits, avec des améliorations à apporter en matière de restauration*



* % satisfaits et très satisfaits.

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles confondues : 94,8 %.

Les données exprimées "en points" sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale venue en train.
 Source : dispositif permanent d'enquête dans les trains - CRT Paris Île-de-France, SVD (BVA) - résultats 2010.

81,2 % sont déjà venus à Paris Île-de-France² au cours des 5 dernières années

70,2 % souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

²Ce qui est supérieur à la moyenne de l'ensemble des clientèles

L'ESSENTIEL

- 719 000 séjours soit 21,2 % des séjours de la clientèle internationale venue en train (↗ 3,0 % par rapport à 2009).
- 2 058 000 nuitées soit 18,7 % des nuitées de la clientèle internationale venue en train (↗ 3,9 % par rapport à 2009).
- 2,9 nuits en moyenne (→ 0,0 nuit par rapport à 2009).
- 81,2 % sont déjà venus à Paris Île-de-France.
- 95,7 % voyagent en individuel.
- 52,8 % voyagent pour motifs personnels uniquement.
- 138 € de dépense moyenne (par jour et par personne).
- 93,7 % sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France.
- 97,4 % recommanderaient la destination à leur entourage.
- 70,2 % souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans.