

Les Belges



- › Population totale : 11,4 millions d'habitants
- › Taux de croissance économique : +1,4 %
- › PIB/habitant : 47 519 USD
- › Taux de chômage : 5,4 %

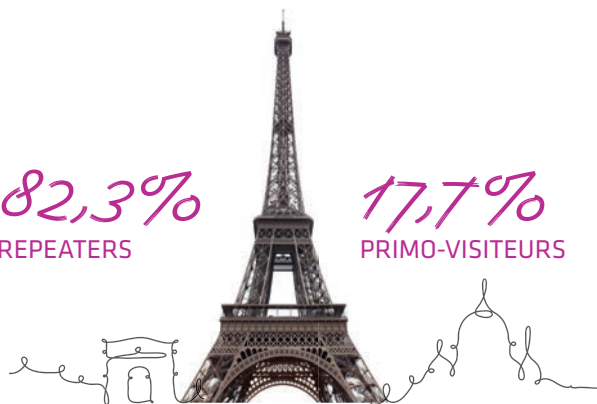


MODE DE TRANSPORT



82,3%
REPEATERS

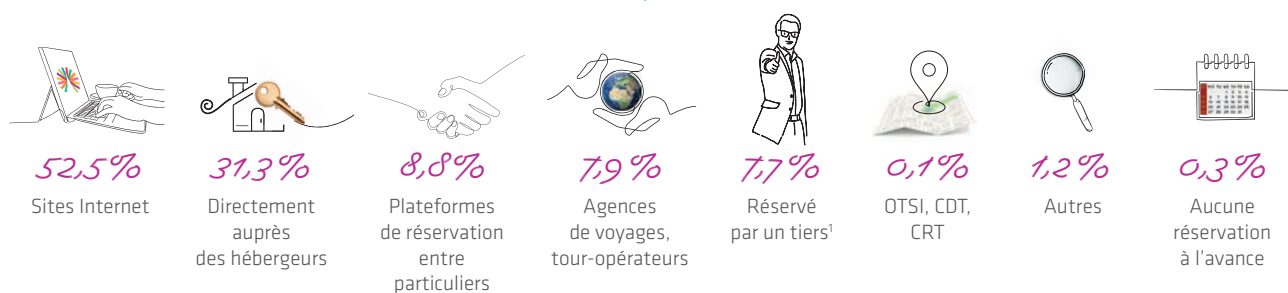
17,7%
PRIMO-VISITEURS



La moyenne de l'ensemble des clientèles internationales est de 59,9 % de repeaters et de 40,1 % de primo-visiteurs.

Période de référence : les 5 dernières années.

POUR RÉSERVER, INTERNET JOUE UN RÔLE PRÉPONDÉRANT



Quel profil ?

Les visiteurs belges ont un âge moyen (45 ans) nettement supérieur à celui de l'ensemble de la clientèle internationale (40 ans). Ils sont employés pour 37,9 % (+9,5 points), issus des CSP+¹ pour 31,0 % (-2,6 points) et retraités pour 11,4 % (+5,4 points). Ils proviennent de la région de Bruxelles (24,5%), de la province de Hainaut (16,5%), de celles de Liège (10,7%) et du Brabant wallon (10,6%).

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

Quel type de voyage ?

Près des trois quarts des visiteurs (73,2%, -1,7 point) voyagent pour motifs personnels uniquement. Ils viennent principalement en couple (36,7%, +12,5 points), en famille (26,5%, +0,3 point) ou seuls (20,8%, -6,5 points). Ils voyagent principalement en individuel non organisé (81,8%, +4,7 points). Ils sont 8,8% (+0,0 point) à effectuer un séjour organisé par leur entreprise, 5,8% (-0,2 point) optent pour un séjour au sein d'un groupe organisé et 3,6% (-4,6 points) préfèrent un séjour individuel organisé par une agence de voyages ou un tour-opérateur.

Quel hébergement ?

Plus des trois quarts des séjours (76,9%, -4,5 points) ont lieu en hébergements marchands. Les principaux types d'hébergements marchands utilisés sont l'hôtel à 64,6% (43,6% en 3 étoiles et 32,8% en haut de gamme), les résidences hôtelières (4,3%) et les meublés et locations saisonnières (3,8%). Les résidences principales de parents (11,3%) et d'amis (7,8%) sont les principaux hébergements non marchands utilisés.

Quelles activités ?

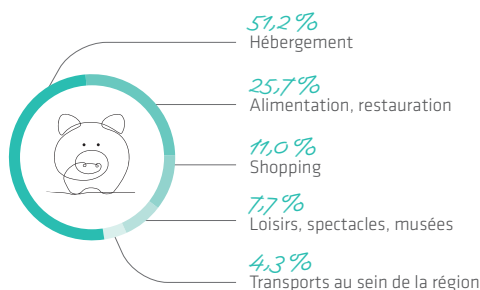
Les principales activités pratiquées sont les visites de musées et monuments (55,8%), les promenades en ville (54,9%) et le shopping (32,6%). Les Belges sont moins attirés par les visites de musées et monuments (-27,2 points), celles de parcs et jardins (28,5%, -21,7 points), les promenades en ville (-16,5 points), la découverte de la gastronomie française (23,3%, -15,6 points) et le shopping (-13,6 points). Ils sont également moins attirés par les croisières fluviales (5,9%, -11,2 points), les marchés et brocantes

(8,6%, -9,3 points), les sorties nocturnes (12,8%, -7,5 points) ou les visites guidées de quartiers (5,6%, -6,6 points).

Quels sites visités ?

"Top 5" des lieux les plus visités : la tour Eiffel (30,1%), Disneyland® Paris (22,9%), le Sacré-Cœur de Montmartre (18,0%), l'Arc de triomphe (17,1%) et Notre-Dame de Paris (16,3%). Ils sont moins nombreux que l'ensemble de la clientèle internationale à réaliser des visites et notamment celles des "classiques" comme le musée du Louvre (13,2%, -36,8 points), la tour Eiffel (-34,1 points), l'Arc de triomphe (-31,3 points) et Notre-Dame de Paris (-27,6 points). Ils se rendent également moins au Sacré-Cœur de Montmartre (-20,4 points), au musée d'Orsay (6,6%, -13,2 points), au centre Pompidou (6,5%, -9,1 points), au château de Versailles (8,4%, -5,8 points), au musée de l'Armée (1,7%, -4,3 points) et au musée national Picasso-Paris (1,4%, -4,0 points).

PLUS DU QUART DES DÉPENSES SONT CONSACRÉES À LA RESTAURATION



Les Belges, dont la dépense moyenne par jour et par personne (126 €) est inférieure à celle de l'ensemble des clientèles internationales (138 €), accordent une part plus importante de leur budget à la restauration (+3,6 points) et moins importante au shopping (-3,8 points).

À retenir

- **1 374 000 séjours**, soit 6,2% des séjours de la clientèle internationale
- **2 901 000 nuitées**, soit 2,8% des nuitées de la clientèle internationale
- **365 millions d'euros** de consommation touristique, soit 2,5% de la consommation touristique de la clientèle internationale
- **2,1 nuits** en moyenne
- **82,3%** sont déjà venus à Paris Île-de-France
- **81,8%** voyagent en individuel non organisé
- **73,2%** voyagent pour motifs personnels uniquement
- **265 €** de budget de séjour par personne
- **95,7%** sont satisfaits de leur séjour à Paris Île-de-France
- **74,8%** souhaitent revenir à Paris Île-de-France d'ici 1 à 2 ans

Nos suggestions

- Porter une attention particulière à la clientèle plus âgée
- Proposer des offres de dernière minute
- Proposer la visite de lieux hors des sentiers battus

DES TOURISTES TRÈS SATISFAITS, EN PARTICULIER DE L'OFFRE CULTURELLE ET DE L'HÉBERGEMENT



95,7%

Ensemble du séjour



96,7%

Sorties et offre culturelle



95,0%

Hébergement



90,1%

Restauration



87,8%

Accueil et information



83,2%

Accessibilité et transports

Taux moyen de satisfaction, toutes clientèles internationales confondues : 92,9%

Les données exprimées en "points" sont calculées par rapport à l'ensemble de la clientèle internationale.

Sources : dispositifs permanents d'enquêtes dans les aéroports, les trains, sur les aires d'autoroutes et dans les gares routières - CRT Paris Île-de-France, ADP, SAGEB, SVD, EUROSTAR, APRR, COFIROUTE, SANEF, SAPN, EUROPLINES, OUIBUS (BVA) - résultats 2019 : Banque mondiale, FMI.