

# FICHE MARCHE

## Belgique



### ❖ CARTE D'IDENTITE

#### ➤ Eléments institutionnels

- **Forme d'Etat :** monarchie constitutionnelle parlementaire fédérale, composé de six entités fédérées : trois régions (bruxelloise, flamande et wallonne) et trois communautés (flamande, française et germanophone). Langues officielles : l'allemand, le français et le néerlandais

- **Capitale :** Bruxelles

- **Population :** 10,67 millions d'habitants (fin décembre 2009) dont 1,0 million en région bruxelloise (9,74 %), 6,1 millions en région flamande (57,80 %) et 3,4 millions en région wallonne (32,46 %).

- **Densité** moyenne : 349 hab./km<sup>2</sup>.

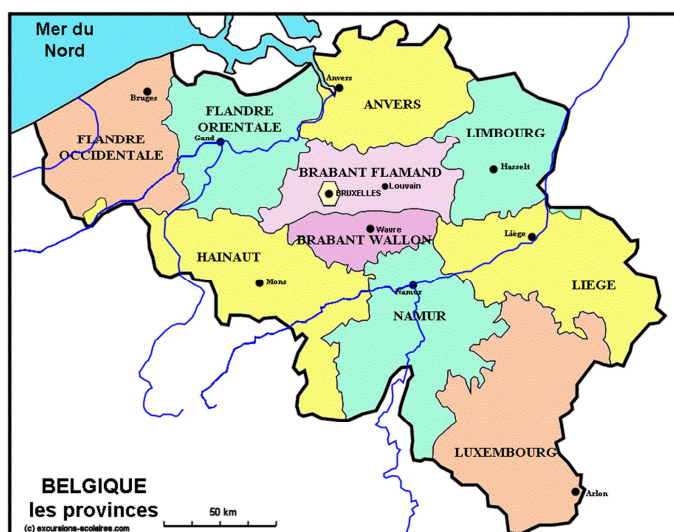
- **Vacances et congés :**

L'organisation de l'enseignement est décentralisée au niveau des entités fédérées que sont les Communautés, mais elle est largement similaire dans les trois Communautés.

Les vacances scolaires sont identiques pour tout le pays.

Les salariés belges disposent d'un **minimum de 20 jours ouvrables de congés payés** annuels, la durée des congés pouvant aller **jusqu'à 30 jours**.

(<http://www.metiseurope.eu/cong-s-pay-s-le-classement-europ-en-fr-70-art-28333.html>)



#### ➤ Données démographiques et économiques

- **Prévisions 2015 :** 10,9 millions

- **Revenus > 35 000 \$ :** 16,0 %

- **Revenus > 100 000 \$ :** 0,33 %

- **PIB par habitant [PPA US\$]**

2010 : 36 118 (France : 41 018)

- **Indice Gini :** 0,330 (France : 0,327 ; l'indice de Gini est un indicateur synthétique d'inégalités de revenus. Il varie entre 0 et 1. L'inégalité est d'autant plus forte que l'indice de Gini est plus élevé).

Sources : Bureau ATOUT FRANCE / FMI / United Nations Development Programme Human Development Report 2007/2008

### ➤ Aspects culturels

Aux trois régions belges correspondent des horizons culturels très différents, ce qui influence la relation de leurs habitants avec la France par le biais de la langue (francophonie des Wallons). Les tensions entre communautés y trouvent aussi leur écho : la réticence des néerlandophones face au français pour des raisons de politique intérieure ne les incite pas à s'investir fortement dans l'apprentissage de cette langue.

Malgré les tensions internes au pays, il existe une culture belge (de la convivialité autant que) de l'art de vivre qui considère la France comme une référence en la matière et la Bourgogne comme une région incarnant particulièrement bien les valeurs liées à l'art et à l'histoire (cette dernière ayant été commune pendant un siècle, cf. ci-dessous « Accointances particulières ») comme au vin et à la gastronomie.

Les différences de niveau de vie et de pouvoir d'achat se retrouvent dans les comportements touristiques (taux et fréquences des départs, choix des destinations et des formes d'hébergement,...), les richesses étant concentrées en Flandre et à Bruxelles ainsi qu'au Luxembourg qui relève de la même représentation d'Atout France.

Les Touring Clubs jouent un rôle important dans la relation des Belges à la voiture et aux voyages.

### ➤ **Caractéristiques générales des voyages**

- **Taux de départ** 2007 : 59 % en vacances, 76 % à l'étranger
- **Intentions de départ** en vacances 2009 (juin-sept.) : 64 % (+1 point)
- **Intentions de départ** en France : 22,1 % (1<sup>ère</sup> destination)
- **Départs annuels** en voyage : 2,3 millions en Belgique, 8,5 millions à l'étranger
- **Durée moyenne de séjour** 2009 : 11,1 nuitées pour les longs séjours, 2,1 nuitées pour les courts séjours.
- **Budget moyen** prévisionnel pour les vacances 2009 : **2 228 €** par ménage (= vs 2008) et 645 € par personne (francophones).
- **Saisonnalité** : juillet-août et avril
- **Principales tendances du marché belge**
  - Profils différents selon les communautés : pouvoir d'achat et taux de départ élevés pour les Luxembourgeois et Flamands, plus modérés pour les Bruxellois et les Wallons.
  - Hausse de la fréquentation belge de la Bourgogne en 2009 (+ 3,5 %), sauf dans les gîtes en centrale de réservation – où le marché belge résiste néanmoins mieux que les autres marchés européens à l'exception de la Suisse, se maintenant au 2<sup>e</sup> rang, à quasi-égalité avec l'Allemagne, si bien que la Belgique s'est située en 2009 en tête des marchés clients de l'hôtellerie bourguignonne, devant la Grande-Bretagne et les Pays-Bas

### ➤ **Prestations recherchées**

- **Principales destinations** (vacances principales) : 1. France (9,3 millions de visiteurs), 2. Belgique, 3. Espagne, 4. Italie
- **Principales destinations** (courts séjours) : 1. Belgique, 2. France, 3. Pays-Bas, 4. Allemagne
- **Thématiques prédominantes** :
  - Art de vivre, gastronomie, marchés traditionnels
  - Culture, patrimoine, animations locales (cf. les fortes traditions belges de fêtes locales, du carnaval à la Saint-Nicolas)
  - Villes d'art, paysages, grands sites touristiques
  - Fort intérêt pour les courts séjours de découvertes culturelles et gustatives, pendant des week-ends prolongés ou non
  - La plupart des touristes belges en courts séjours en France sont néerlandophones, séjournent à l'hôtel et se déplacent en voiture.
- **Types d'hébergements** :
  - Hôtellerie, principalement 3 et 4\*, notamment pour les courts séjours (70 % à l'hôtel, source : Baromètre e-tour)
  - Chambres d'hôtes (15 à 25 % des séjours, selon les enquêtes et types de séjours réalisés ou envisagés)
- **Packages à développer pour individuels et petits groupes** :
  - Week-ends prolongés :
    - Art de vivre, vin, gastronomie
    - Hôtels et chambres d'hôte de charme
  - Voyages à la semaine :
    - La Bourgogne des Ducs (incluant des sites peu connus comme Germolles et Châteauneuf-en-Auxois, à partir de 2014 aussi le Musée des Beaux-Arts de Dijon rénové)
    - Séjours combinant culture et art de vivre
    - Gastronomie, terroir, authenticité
    - Événements, festivals
    - Voyages scolaires

- Attentes tarifaires :  
Hôtels 2\* : 25 à 50 € par personne en B&B, env. 50 € en 1/2-pension pour une nuit, 200 à 350 € en B&B pour une semaine en août, base chambre double  
Hôtels 3\* : 45 à 80 € par personne en B&B, 70 à 85 € en 1/2-pension pour une nuit, 300 à 450 € en B&B pour une semaine en août, base chambre double  
Séjours groupes : 540 € (5j/4n et 6j/5n en 1/2-pension) à 580 € (7j/6n en pension complète, boissons comprises) en hôtel 2\*, 490 € (5j/4n en 1/2-pension) en hôtel 3\*.  
Séjours rando : <500 € (6j/5n en 1/2-pension) en hôtel 2\*.

## ➤ Commercialisation

### ▪ *Taux d'intermédiation :*

- global : 30 %
- offline : 90 %
- online : 10 %

Anticipation forte (60% de réservations au plus tard en mars pour les vacances d'été).

### ▪ *Par des agences traditionnelles :*

Le recours aux agences de voyages a fortement baissé, arrivant à 4 % seulement comme mode de réservation de l'hébergement (réponses multiples possibles), à égalité avec le courrier postal, loin derrière Internet avec (49 %) ou sans (36 %) paiement en ligne ainsi que des bons de réservations ou brochures, le téléphone et la réservation sur place (environ 20 % chacun).

### ▪ *Sur Internet :*

Recherche d'informations pratiques (tarifs, disponibilités, itinéraires...) sur Internet très développée, mais encore des réticences à payer en ligne ; forte sensibilité des néerlandophones à la traduction dans leur langue, recours plus fréquent aux OT locaux pour les francophones, y compris sur place pendant le séjour.

### ▪ *Principaux TO :*

La Belgique, petit pays en surface mais important marché touristique, est un véritable terrain d'affrontement de la concurrence entre grands groupes du voyage. La grande majorité des TO actifs sur ce marché appartient à des groupes étrangers, pour la plupart allemands.

**TUI TRAVEL Belgium** est le plus grand groupe touristique en Belgique, dont les activités touchent aussi bien le tour-operating et la distribution de voyages que l'aviation.

La marque de vacances la plus influente en Belgique, Jetair, attribue son nom à ses activités:

- Jetair : tour-opérateur multi-spécialiste
- Jetaircenter : réseau de 148 agences de voyages
- Jetairfly : la deuxième compagnie aérienne belge

[sunjets.be](http://sunjets.be), pionnier de la vente directe de voyages depuis près d'un quart de siècle, appartient également au groupe TUI TRAVEL Belgium ; il programme quatre hôtels bourguignons dans ses « Vacances en voiture »)

Thomas Cook

Neckermann Voyages

Pegase

Odysseus

Nouvelles Frontières

Omnia

### ➤ **Fréquentation**

D'après l'enquête de notoriété réalisée pour BT fin 2009, la Bourgogne figure avec 64 % de notoriété globale au 3<sup>e</sup> rang des régions françaises les plus connues des Belges (Bretagne : 78 %, PACA 69 %). Le type de séjour qu'ils associent le plus à la Bourgogne est de loin le week-end ou court séjour (55 %, réponses multiples possibles), suivi de vacances ou long séjour (31 %) et de l'étape avec nuitées (26 %).

Avec près de 365 000 nuitées réalisées en 2010 (**plus de 15% du total des nuitées étrangères, hôtels, campings et gîtes en centrale de réservation**) et une hausse de la fréquentation globale sans discontinuité depuis 2003 (+6.1% depuis 2003), la Belgique est **le 2<sup>ème</sup> marché étranger de la région**. La Bourgogne occupe la 8<sup>ème</sup> place (en 2010), avec 3,9% des nuitées belges en France (somme des nuitées hôtelières et campings).

La clientèle belge arrive au **1<sup>er</sup> rang des marchés étrangers dans l'hôtellerie** (>18 % des nuitées étrangères), les gîtes (21 %) et surtout dans les chambres d'hôtes où elle générait en 2007 (étude de clientèles des gîtes de France) à elle seule près de la moitié (46,7 %) de la fréquentation étrangère. Elle est en 4<sup>e</sup> position dans les campings (8,5 % des nuitées). Dans le tourisme viti-vinicole, elle arrive également en tête des marchés étrangers avec plus de 20 % de la fréquentation étrangère.

Plus d'informations sur les chiffres-clés de ce marché en Bourgogne  
[www.bourgogne-tourisme-pro.com](http://www.bourgogne-tourisme-pro.com) (rubrique chiffres clés/fiches de synthèse)

### ➤ **Programmation**

La Bourgogne est programmée par un grand nombre de TO et autocaristes belges. On peut citer en particulier :

#### ▪ **Groupes :**

- Grossistes :

*Voyages Léonard* : un séjour scolaire en Bourgogne

...

- Vente à la place :

*Begonia Tours* : un séjour thématique Bourgogne

*De Zigeuner* : ...

*Generaltour* : ...

*Voyages Léonard* : visites et étapes en Bourgogne (Roannais, Lourdes, Lyon)...

#### ▪ **Individuels :**

*Croiseurope* : une « croisière événement » entre Chalon-sur-Saône et Lyon (Paul Bocuse), deux croisières Chalon-Lyon-Camargue-Provence

*Caractère* : ...

*ICTAM Voyages* : ...

*Sales Lentz* : ...

...et de nombreux autres

### ➤ **Accointances particulières**

L'enseignement scolaire ne se fondant pas dans une entité nationale plus vaste où les particularités bourguignonnes avaient mauvaise presse comme en France, l'histoire commune est autrement plus connue en Belgique qu'en Bourgogne, notamment en Flandre où l'époque des ducs Valois et de leurs descendants est considérée comme un âge d'or. Principale exception : la région de Liège car non seulement l'ancien diocèse, principauté du Saint Empire, échappait à l'emprise bourguignonne, mais le siège et la destruction de la ville par les troupes de Charles le Téméraire furent un véritable traumatisme historique.

Mais dans l'ensemble, la Belgique est sans aucun doute le pays où le seul nom de la Bourgogne est le plus chargé de connotations positives : les Belges s'y sentent un peu « chez eux » sur le plan historique et culturel, les attraits gastronomiques de la région et ses vins correspondent à leur propre art de vivre. Paradoxalement, ce sont les Wallons qui connaissent traditionnellement mieux les vins de Bourgogne que les Flamands auprès desquels ils étaient pendant des siècles fortement concurrencés par l'approvisionnement maritime depuis Bordeaux.