

REGION SUD 2021



MARCHÉ BELGE

SOMMAIRE

1

SITUATION SANITAIRE

2

SITUATION ÉCONOMIQUE

3

SITUATION DU SECTEUR TOURISTIQUE

4

INTENTIONS DE VACANCES

LES CHOSES À RETENIR sur le marché belge

- ✓ Le marché belge est le 3^{ème} marché en termes d'arrivées et de nuitées pour la France (après le UK et l'Allemagne) et le 1^{er} en termes de recettes.
- ✓ Avec 16,7% de part de marché, la France est la **première destination de vacances** des belges devant l'Espagne (avec 7,6% de part de marché)
- ✓ La Flandre reste un marché important à conquérir
- ✓ Le marché belge reste un des marchés qui « irrigue » le mieux le territoire national avec une fréquentation toute l'année (25% des belges qui vont en France visitent notre pays au moins 4 fois par an)
- ✓ Le belge est plus un client d'avant saison et de saison que d'après saison
- ✓ **42.5%** des belges choisissent un **hôtel de catégorie supérieure** pour leurs vacances (hotellerie de charme ...) et fréquentent nos restaurants
- ✓ Le bien manger et le bien boire sont l'un des attraits majeurs des belges (francophones et néerlandophones) pour la France.

— Situation sanitaire

⇒ Évolution de la pandémie en Belgique et en France

Pays	Nombre de cas	Nombre de décès	Nombre de vaccinations
Belgique	<ul style="list-style-type: none">2 393 cas / jour141 860 depuis le 01/01 <p>-> 1,23% de la population supplémentaire infectée depuis le 01/01</p>	<ul style="list-style-type: none">24 décès / jour2 721 décès depuis le 01/01 <p>-> 0,23% de la population supplémentaire décédée depuis le 01/01</p>	<ul style="list-style-type: none">664 712 (5,8% de la population) – 1^{ère} dose351 934 (3,1% de la population) – 2 doses
France	<ul style="list-style-type: none">22 250 cas / jour1 298 750 depuis le 01/01 <p>-> 1,9% de la population supplémentaire infectée depuis le 01/01</p>	<ul style="list-style-type: none">320 décès / jour24 632 décès depuis le 01/01 <p>-> 0,33% de la population supplémentaire décédée depuis le 01/01</p>	<ul style="list-style-type: none">4 164 418 (6,18% de la population) – 1^{ère} dose2 032 791 (3,03% de la population) – 2 doses

— Situation économique de la Belgique en 2020 / 2021

1.

⇒ Situation économique

- **Croissance du PIB en 2020: -6,3%**
- **Croissance du PIB attendue en 2021: +4,1%**
- Application du **chômage partiel**
- **Niveau d'épargne** n'a jamais été aussi élevé

2.

⇒ Situation du secteur touristique

- Majorité des agents de voyages au **chômage partiel**
- **Peu de faillites** d'agences de voyage (mais Neckerman en grande difficulté) grace à la politique des bons à valoir
- **Reconversion** des petits tour-opérateurs

— Mesures sanitaires prises en Belgique

⇒ Incidences sur le plan touristique



Couvre-feu à 24h en Wallonie et Flandre, 22h à Bruxelles



L'**HORECA** retient son souffle (fermeture des restaurants exceptée la vente à emporter midi et soir)



Un maintien de **la vie culturelle** (ouverture musées, expositions...) mais fermeture des cinémas



Interdiction de voyager pour des raisons non-essentiels (prolongée jusqu'au 18 avril)
– réévaluation de la situation le 26/03

Vaccination non obligatoire . Favorable au **certificat sanitaire** que souhaite mettre en place la Commission européenne pour faciliter la liberté de circulation au sein de l'espace européen

Incidences de la pandémie pour les vacances des Belges

Une conjoncture sur laquelle repose le tourisme



- **Vacances de Pâques compromises**
- **Reprise des réservations** espérée **fin avril – début mai** mais tout dépendra de la situation sanitaire en France
- Si possibilité pour les belges d' entrer en France > **reproduction de l'été 2020**

Grande réactivité du marché belge due à:

- proximité géographique
- accessibilité en voiture
- fidélité à la destination
- grand nombre de résidences secondaires ...

Forte envie de voyager

- . 75% des belges interrogés ont l'intention de voyager dans les 12 premiers mois dont 25% en France (15% avant corona), 13% en Belgique et 8% en Espagne)
- . Augmentation du budget vacances de 16%
- . Plus en automne qu' au printemps (26% au printemps et 28% en automne alors qu'en 2019 48% en avril, mai, juin et 11% en sept et octobre) car ils sont convaincus qu' à ce moment ils auront été vaccinés
- . Moins loin (23% souhaitent partir en vacances dans un rayon de 500Kms de chez eux)



TOP destination avec avion : Espagne, Grèce, Turquie, Tunisie

TOP destination en voiture : France, Belgique, Autriche, Allemagne et Italie

— Nouvelles tendances



En quête de **destinations moins fréquentées** (campagne et montagne) . Moins de city-trips .



Recherche de **grands espaces** et **activités nature** (tourisme durable)



Des séjours en **famille**, entre **amis**



Changement des attentes en matière de **logement de vacances** : (résidences avec piscine, gîtes ruraux , hôtellerie de charme à faible capacité...)

Tendance du **last-minute** pour ne pas devoir annuler / reporter

— L'accueil recherché par les belges

- ✓ **Convivial**, instauration d'une **relation personnelle** sans être intrusive
- ✓ **Accueil individualisé**
- ✓ Aiment nouer des **relations fidèles** (fidélité à un établissement hotelier par ex)
- ✓ Apprécient les **marques de reconnaissance** et **petites attentions**
- ✓ **Curieux**, il aime découvrir les nouveautés, sortir des sentiers battus, bénéficier de conseils
- ✓ Dans les restaurants: les Belges accordent une grande importance à l'**accueil**
Ils restent sensibles aux bonnes intentions et attentions

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 directe et précise**
- 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 et 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 ou 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 être absolument 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.

**LA RÉGION PACA,
TOUJOURS AUTANT
PLÉBISCITÉE PAR LA
CLIENTÈLE BELGE...**

— Sources

<https://covid-vaccinatie.be/fr>

<https://www.info-coronavirus.be/fr/>

<https://www.santepubliquefrance.fr/dossiers/coronavirus-covid-19/coronavirus-chiffres-cles-et-evolution-de-la-covid-19-en-france-et-dans-le-monde>

<https://www.coronavirus-statistiques.com/stats-globale/toutes-les-statistiques-coronavirus-covid19/#evolution-contamination-france>

<https://www.fbaa.be/>

<https://wttc.org/>

A T O U T
F R **A** N C E

Agence de développement
touristique de la France