



LE TOURISTE BELGE

| | | |
|---|------------------------------------|---|
| ➡ | QUI EST LE TOURISTE BELGE? | 2 |
| ➡ | SEGMENTATION DE LA CLIENTELE | 4 |
| ➡ | COMPORTEMENT DE LA CLIENTELE | 5 |
| ➡ | RECOMMANDATIONS | 9 |

➡ QUI EST LE TOURISTE BELGE?

- ➡ **30-55 ans en moyenne.** Une clientèle variée; trois communautés linguistiques: Néerlandophone (les flamands situés au Nord du pays), francophone (les wallons situés au sud) et germanophone (petite communauté dans le sud-est du pays).
- ➡ **Voyageur CSP+**
Les flamands ont en moyenne un revenu plus élevé que les wallons.
- ➡ La durée moyenne des séjours est de 7-8 jours en France et de **15 jours sur des destinations lointaines.** *Les francophones privilégient des vacances plus longues (jusqu'à 3 semaines ou plus) alors que les néerlandophones préfèrent partir pendant 2 semaines.*
- ➡ Voyage souvent en individuel non organisé **en couple ou à 2 adultes, seul ou en famille.**
La part des couples sans enfants est cependant dominante pour les voyages long-courriers. Les flamands ont tendance à voyager en famille, notamment pour les courts-séjours.
- ➡ **Périodes de voyage : toute l'année** (courts séjours) mais les voyages à l'étranger se font principalement d'**avril à septembre.**
- ➡ **Internet** est largement utilisé comme source d'information et de réservation. Mais le recours à une **agence de voyage** dans l'organisation du séjour reste important.
Ils ont une préférence pour l'auto-organisation mais la part des produits packagés et des forfaits via des TO reste importante, notamment pour les néerlandophones (achat du séjour sous forme de forfait comprenant l'avion et l'hébergement).

Attentes de la clientèle

- **Accueil :** les belges s'attendent à un accueil particulièrement chaleureux. Le sens de l'hospitalité est une notion très importante pour eux.
- **Authenticité:** ils apprécient l'authenticité, tant culturelle que culinaire, ainsi que l'authenticité des villages et des sites.
- **Rapport qualité/prix:** le prix est un facteur important. Ils portent une attention croissante au bon rapport qualité-prix et ils seront sensibles aux offres promotionnelles.
- **Qualité des services:** ils sont très exigeants quant à la qualité des prestations offertes.
- **Informations:** ils attendent des informations claires et précises et apprécient les suggestions et les bons plans. Ils attendent également des propositions novatrices liées aux nouvelles technologies (wifi gratuit).
- **Hygiène et sécurité** sont également très importants.

➔ QUI EST LE TOURISTE BELGE?

Motivations de voyage

L'environnement naturel, la beauté des paysages, le climat et le soleil sont les attraits principaux pour les voyageurs belges. Si la mer et le littoral sont des facteurs d'attractivité, ils apprécient également la nature et la moyenne montagne dans des villages de charme et de caractère.

Les touristes belges recherchent la détente et le repos en vacances, ils souhaitent se retrouver (famille, conjoints, amis) mais aspirent aussi au dépaysement et à la découverte d'une culture étrangère. La farniente est associée aux activités multiples: visiter des sites touristiques, randonner dans la nature, profiter des plaisirs gastronomiques...

En quête d'authenticité et de contact humain, ils seront également attirés par les aspects culturels et la rencontre avec les habitants, la découverte des traditions locales et de la gastronomie.

FOCUS: Les vacances des Flamands se caractérisent par la détente et les moments en famille. Les Flamands préfèrent la mer, la montagne et les villes d'art pour leurs vacances et privilégient la récréation passive, ainsi que les activités sportives et les activités culturelles.

Climat et beauté des paysages

Mer, Balnéaire

La **mer**, le **soleil** et le **farniente** sont les premiers facteurs de motivation des touristes belges.

- Vacances **balnéaires**
- **Plages**, baignade, détente

Nature

- **Nature préservée**, authentique, nature contemplative et grands espaces

Activités sportives et de plein air

- Variété des paysages, **montagne, campagne**... faune et flore
- Ils sont emballés par les **sports extérieurs**: promenade, randonnée et surtout le vélo. Nautisme, plongée...

Culture et patrimoine

- Découverte du patrimoine, des **traditions locales**
- **Visites de sites** culturels, historiques, lieux pittoresques
- Animations et manifestations locales, spectacles ou évènements ponctuels

Gastronomie, œnotourisme

- **Gastronomie** et **art de vivre** : restauration, cuisine et produits du terroir
- **œnotourisme**: attrait particulier pour les vignobles. Visites de caves, dégustations et achat de vin...

Tourisme urbain

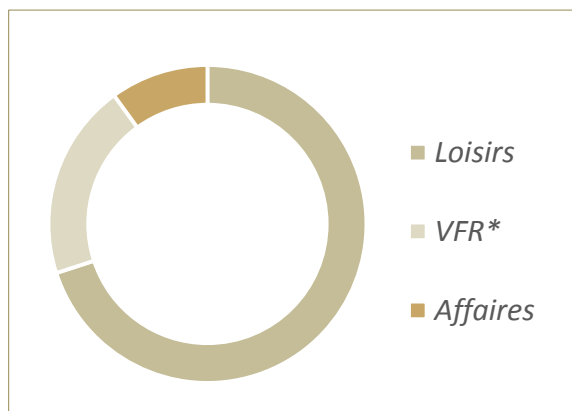
- Les **city trips** plaisent particulièrement aux belges
- Découverte des villes et villages de charme et de caractère, marchés traditionnels...

Bien-être et Remise en forme

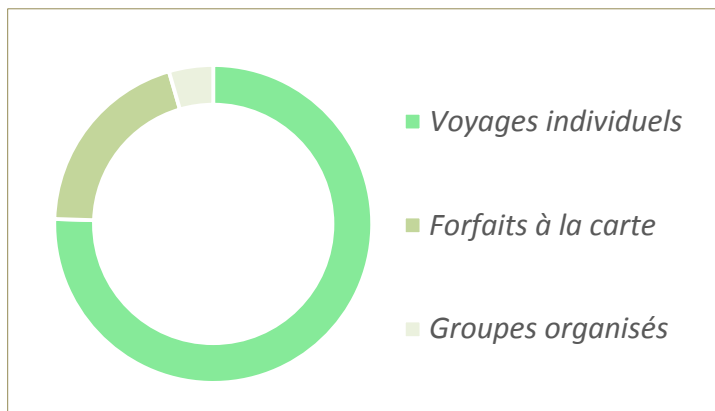
- **Activités de bien-être**, SPA, santé et remise en forme
- **Relaxation**, repos et **bien-être**

➔ SEGMENTATION DE LA CLIENTELE

A l'Étranger



* Visite famille et amis



Moyen à haut de gamme - LOISIRS

➔ Voyage individuel non organisé, forfaits à la carte

Qui? LES COUPLES JEUNES ACTIFS

Hébergement en hôtels, collectifs, campings, gites, chambres d'hôtes

➔ Equipements: remise en forme, bien-être
En moyenne des circuits de **15 jours**.

Comportements:

Intérêt pour la pleine nature et le sport, l'art de vivre, les animations, évènementiels et les activités de bien-être.

Qui? LES FAMILLES

Hébergement en hôtels, meublés et villages vacances

➔ Forfaits tout compris
En moyenne des circuits de **10 à 15 jours**.

Comportements:

Intérêt pour le nautisme, les loisirs, les excursions, les animations et l'art de vivre.

Qui? LES SENIORS

Hébergement en hôtels, locations, chambres d'hôtes

➔ Qualité des prestations et confort
En moyenne des séjours de **15 jours**.

Comportements:

Ils apprécient les séjours de charme, l'art de vivre et la gastronomie. Intérêt également pour la culture/patrimoine, les excursions et animations.

Moyen à haut de gamme - AFFAIRES

➔ Voyage d'affaires, Incentive

Qui? Hommes d'affaires, entreprises (groupes)

Hébergement majoritairement en hôtels 4*

➔ Offres originales
En moyenne des circuits de **3-5 jours**.

Comportements:

Ils apprécient les endroits chaleureux et charmants pour se détendre et se retrouver après le travail. Ils ont envie de vivre des bons moments (brasseries, spectacles,)
Originalité des séjours, accessibilité et infrastructures hôtelières à mettre en avant.

➔ COMPORTEMENT DE LA CLIENTELE

Le choix de la destination de voyage

Destination de voyage

Facteurs de choix

- Climat chaud et ensoleillé
- Beauté des paysages, patrimoine naturel
- Mer, plages
- Patrimoine culturel et historique
- Gastronomie
- Accueil et authenticité
- Activité de loisirs ou culturelles
- Cadre, atmosphère, belle villégiature
- Accessibilité en général
- Hébergements et restauration
- Qualité des infrastructures
- Sécurité
- Calme et tranquillité
- Proximité
- Rapport qualité prix
- Qualité des transports
- L'aspect sanitaire
- Troubles sociaux

L'importance des activités varie selon le type de clientèle et selon la destination.

Les activités les plus pratiquées

- Repos, détente
- Plage, baignade, bains de soleil
- Visite de sites naturels, espaces protégés
- Récréation passive, activités sportives
- VTT, cyclotourisme
- Randonnée pédestre, promenades
- Activités de glisse
- Découverte de villes, city trips
- Découverte de villages, cités de caractère
- Visites de curiosités, routes touristiques
- Activités culturelles
- Visite d'un monument, d'un musée
- Gastronomie, découverte du terroir
- Découverte des vignobles et du vin
- Marchés, brocantes, visite d'artisans...
- Sortir, divertissements
- Visite de la famille et des amis
- Activités de bien-être
- Shopping

Le choix des hébergements

Facteurs de choix

- Charme de l'établissement, cadre
- Authenticité, atmosphère chaleureuse
- Qualité de l'accueil
- Situation et environnement
- Qualité des équipements et services
- Hygiène et propreté
- Rapport qualité-prix
- Accessibilité, stationnement et parkings
- Sécurité
- Qualité des prestations offertes

*Les structures d'hébergements sont choisies sur la base de différents critères tels que le **charme, l'insolite, l'accueil personnalisé** ou encore la **situation des lieux**.*

Les belges deviennent de plus en plus sensibles aux prix et sont à la recherche de la meilleure offre. Ils sont donc attentifs au rapport qualité/prix, à la qualité de l'accueil et des équipements.

➔ COMPORTEMENT DE LA CLIENTELE

Le choix des hébergements

Les belges privilégient **les hébergements de charme, l'hôtellerie** principalement **3 et 4 étoiles**.

Ils séjournent majoritairement:

- **Hôtels de charme, principalement 3 et 4***
- Locations saisonnières
- Les chambres d'hôtes, Bed&Breakfast
- Amis, famille
- Hôtellerie de plein air, camping, villages vacances
- Résidences secondaires

La réservation de locations ne cessent d'augmenter, ainsi que les réservations de 4 et 5 étoiles. Une valeur montant en Belgique est la **chambre d'hôte**. Les belges sont les touristes en Europe qui apprécient le plus les séjours de ce type, ce qui indique une volonté de faire du tourisme en étant proche des locaux. Ils apprécient plus particulièrement les petites structures d'hébergements.

CHARME ET AUTHENTICITE

*Le **charme** et l'**authenticité** restent les premiers critères de choix de l'établissement.*

La notion de **Charming** est primordiale:

Soit essentiellement des hébergements de caractère, de charme, un cadre authentique, une ambiance particulière et familiale, ainsi que des lieux pittoresques.

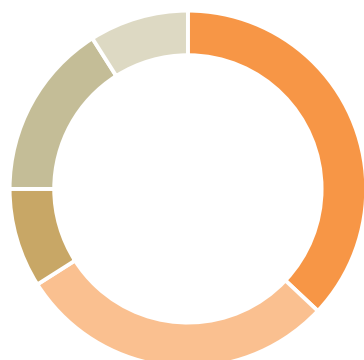
En effet les belges privilégieront les hébergements situés dans un environnement exceptionnel, privilégiant un bâti et une ambiance soignés et proposant des activités et des services adaptés:

- Une implantation privilégiée au cœur de la nature ou dans un lieu atypique,
- Des lieux tranquilles, calmes et propices au ressourcement
- Une approche écosensible
- Des offres de loisirs de plein air, activités de bien-être...

Répartition des dépenses à l'étranger

En 2014, le budget moyen est de **2577 euros par foyer**.

Le budget semble plus important pour les francophones.



- Hébergement
- Alimentation, restauration
- Shopping
- Loisirs, spectacles, musées
- Transports

Comment bien les accueillir?

Quelques mots

Bonjour : Goedendag (néerlandais)

Bienvenue : Welkom (néerlandais)

Merci : Dank U (néerlandais)

Au revoir : Dag (néerlandais)

Bon séjour : Prettig verblijf (néerlandais)

A bientôt : Tot ziens (néerlandais)

Langues officielles: néerlandais, français et allemand.

Politesse

- Les belges sont pragmatiques, gais et conviviaux : ils serrent facilement la main. Avoir le sens de l'hospitalisé et un accueil particulièrement chaleureux est très important en Belgique.
- Ils apprécient la convivialité et le contact humain mais la trop grande sophistication surtout quand elle paraît artificielle ainsi que les grands discours ne les satisfont pas. Ils seront plus sensibles à la simplicité et à la franchise: accueil naturel, sincère, simple et chaleureux.
- En règle général, ils sont plutôt sensibles aux formules de politesse.

Hébergements

*Sensibles à la convivialité et au contact humain, la clientèle belge a un haut niveau d'exigence en termes d'**accueil**. Ils seront attentifs à la **qualité de services** et des **prestations offertes**.*

Afin d'accueillir la clientèle belge:

- L'accueil doit-être soigné: un accueil **chaleureux et personnalisé**.
- S'assurer de la langue parlée par les visiteurs belges : les wallons parlent français mais il est très important de pouvoir accueillir les flamands en anglais, voire en néerlandais.*
- L'accent doit être mis sur le cadre: des **ambiances authentiques et pittoresques**, au calme, de beaux espaces, une décoration soignée, un environnement exceptionnel.
- Ils attendent des équipements de qualité et en bon état.
- **La propreté, l'hygiène, la sécurité** sont indispensables.
- Prestations à forte valeur ajoutée: activités de bien-être et de loisirs ainsi que restauration sur place.

Clientèle hyper connectée, les belges souhaitent le **Wifi gratuit**.

Ils sont en attente d'informations sur l'offre touristique, de suggestions et de bons plans.

*La situation géographique et l'**accessibilité** de l'hébergement doivent également être optimisées.*

Comment bien les accueillir?

Alimentation et restauration

HABITUDES ALIMENTAIRES

Petit-déjeuner : 6h à 8h, copieux soit sucrée (confiture, pâte à tartiner), soit salé (fromage, charcuterie), œufs, céréales, fruits frais et grande variété de pains.

Au petit-déjeuner, ils boivent du thé, café au lait, du jus de fruits ou du lait pour les enfants.

Déjeuner (appelé « diner ») : 12h à 12h30, entrée ou potage, plat chaud et dessert ou froid avec un sandwich, des tartines, une salade du pain avec de la charcuterie, du fromage...

Dîner (appelé « souper ») : 18h30 à 19h, un repas chaud s'il n'a pas été pris le midi ou plus léger (salades) accompagné de pain, charcuteries ou fromages.

Boissons pendant les repas: bière, eau minérale et vin.

Peu d'interdits ou de réticences alimentaires existent en général chez les Belges. Ce sont de fins gourmets.

Grands amateurs de vins, ils sont connaisseurs et apprécient être bien informés sur le sujet.

COMPORTEMENTS EN VOYAGE

Les belges, notamment les wallons, aiment découvrir la cuisine étrangère: chinoise, italienne, mexicaine, thaï, japonaise ou indienne.

En France, ils apprécient les spécialités régionales, la variété des fromages et le vin.

Ils souhaitent avoir des portions correctes avec suffisamment de légumes et de féculents en accompagnement des plats principaux.

Biens qu' étant gourmets et souhaitant des repas savoureux, ils sont de plus en plus en attente d'une alimentation saine et équilibrée qui leur procure un certain bien-être. Ils apprécient la cuisine élaborée, concoctée avec une touche personnelle.

SERVICES

⇒ Sur la table: du pain en accompagnement du repas.

La **cuisine du terroir** mais aussi la **cuisine raffinée** doivent être mis en avant.

Pour faciliter l'accueil des belges néerlandophones et germanophones, il faut proposer des **cartes et des menus traduits en anglais**.

➔ RECOMMANDATIONS POUR LA DESTINATION

*En vacances, les belges aspirent à se détendre, flâner, prendre du bon temps mais aussi être actif et partir à l'aventure. En quête d'espace et de nature, de rupture avec le quotidien et de dépaysement, ils sont à la recherche de **nouvelles expériences** et accordent une importance primordiale à l'**authenticité** : un patrimoine naturel exceptionnel, des interactions sociales, un art de vivre, une richesse culturelle, des produits de terroir typiques, des spécialités régionales....*

*La découverte d'une culture étrangère, de la gastronomie et la rencontre avec d'autres gens sont des aspects importants. Ils attendent avant tout de la **convivialité**, un **accueil chaleureux** et simple, des rencontres amicales...*

Ils sont particulièrement attirés par la mer, les plages et le soleil, mais apprécient également les vacances à la montagne et à la campagne, et pratiquent volontiers des activités de pleine nature telle que la randonnée pédestre et le vélo.

*A la recherche de diversité dans leurs séjours, il s'agit de proposer à la clientèle belge des produits alliant un savant mélange de découverte culturelle, de moments de détente et de farniente associés à des activités de loisirs et de plein air. Les produits porteurs pour la destination Réunion sont les séjours alliant **authenticité, charme et gastronomie**, les séjours combinant **culture et art de vivre**, les séjours en **milieu naturel avec des activités douces** et les séjours **détente, balnéaire et activités de bien-être**.*

*Les attentes sont fortes en matières de vacances **confort** dans la **sécurité** et le **calme** et ils apprécient être autonome durant leur séjour.*

Points d'attention et d'amélioration :

❑ Charming

Offres authentiques et atypiques, offres de loisirs et services à forte valeur ajoutée, originalité des séjours et produits, qualité des prestations, approche écosensible...

❑ Qualité de services et d'accueil personnalisé

Saisir les spécificités tant culturelles que linguistiques de la clientèle et y apporter une réponse individualisée. Flexibilité et réactivité des professionnels, accès aux informations.

❑ Sécurité

Sécurité et tranquillité.

❑ Cadre et état des équipements

Qualité des équipements, cadre et environnement soignés, propreté et entretien des sites. Confort, propreté et hygiène irréprochables.

❑ Notoriété et image de la destination

Renforcer la visibilité de la destination: déficit d'image par rapport à la concurrence sur le balnéaire et peu de visibilité du produit.

❑ Langue

La langue reste une barrière pour les flamands néerlandophones et les germanophones : maîtrise de l'anglais attendue.

❑ Situation et accessibilité

Accessibilité des prestations, accès aux transports et signalétique optimisée

❑ Bon rapport qualité-prix

Prix en accord avec le niveau de qualité proposé.

Type de circuits et activités

Charme, authenticité

Gastronomie

- Découverte de **villages créoles authentiques**, lieux pittoresques : circuit des cases créoles, découverte de l'architecture typique...
- Rencontres et échanges avec les habitants, repas chez l'habitant, pique-niques...
- **Artisanat**, production locale, marchés traditionnels
- **Cuisine créole et produits du terroir**, visite de producteurs, fermes et coopératives agricoles, dégustation
- Restauration raffinée, **gastronomie**, découverte culinaire originale
- Huiles essentielles et plantes aromatiques, visites de jardins...
- *Hébergements de charme, insolites, chambres d'hôtes, bonnes tables...*

Nature

Activités douces

- **Montagne**, cirques, volcan: Parc National, espaces remarquables
- Routes panoramiques, **beauté et diversité des paysages**
- **Activités douces**: randonnée pédestre, vélo, rafting... sites de baignade, plongée, canoé...
- **Observation de la faune et de la flore**, sentiers botaniques, réserves naturelles
- *Hébergements Nature, chambres d'hôtes, gîtes...*

Balnéaire, détente

Bien-être

- **Farniente, repos, bains de soleil, baignade**
- **Plages**, paysages du littoral, bord de mer
- Romantisme, couchers de soleil, promenade sur le littoral
- **Balade en bateau, nautisme**, paddle, kayak, snorkeling...
- Balade en montagne: Cilaos et le thermalisme, sources chaudes et baignade: bassins, rivières, cascades...
- **Offres de bien-être**: SPA, massages, soins détente, relaxation
- **Remise en forme** et alimentation bio, découverte d'essences naturelles, tisanes, plantes médicinales...
- *Hôtellerie 3 à 5 étoiles: SPA, centre de remise en forme, piscine...*

Culture

Art de vivre

- Visites des **sites culturels et historiques**, balades
- Découverte des **traditions locales**, folklore: danses et musiques (Sega, Maloya...), cours et démonstrations, repas chez l'habitant, pique-niques...
- Découverte de la culture et du **métissage culturel**, lieux de cultes et édifices religieux, activités culturelles
- **Villes d'art et d'histoire**, circuits historiques, musées et galeries
- Villages créoles et cuisine typique, cours de cuisine créole
- **Animations**, manifestations locales, spectacles...
- **Vue nocturne**: restauration, bars, animations, divertissements...
- *Hôtellerie de charme, chambres d'hôtes, bonnes tables...*