



Le Marché Belge

La Belgique, de par sa proximité, ses liens historiques avec la France et la Côte d'Azur et son profil touristique, constitue en quelque sorte un second marché "domestique", partiellement francophone. Malgré son potentiel démographique réduit, il s'agit d'un marché socle important, particulièrement pour le moyen et haut pays qui attire de manière particulière les habitants du "plat pays".

La France a accueilli 11,6 millions de Belges-Lux. en 2018 (+2,5%), sa 3^{ème} clientèle étrangère, qui séjournent un peu plus de 6,2 nuits.

Ce marché inclut des Français expatriés à fort pouvoir d'achat, ainsi que de nombreux fonctionnaires des services de l'Europe. La Belgique comme le Luxembourg sont considérés comme des paradis fiscaux. Parmi les 20 régions de l'UE au plus fort PIB par habitant, le Lux. figure au 2^{ème} rang et Bruxelles au 3^{ème}.

La Côte d'Azur

Le marché belge figure au 10^{ème} rang (7^{ème} en 2009). La demande est relativement stable, les flux bien établis avec une clientèle de connaisseurs. Sa contribution à la fréquentation étrangère est proche de 4%. La Côte d'Azur accueille seulement un peu plus de 3% des nuitées hôtels en France. **La part de marché est faible et en baisse.**

Principales régions d'origine : 52% des séjours avion proviennent de Bruxelles, 21% de Flandre (Vlaams Gewest), 14% de Wallonie et 13% de Luxembourg. En incluant la route-train, la part de la Flandre est plus élevée.

Chiffres clés

- 220 000 séjours de 7 nuits en moyenne, dont :
- 85 000 séjours en hôtels et résidences
- 95 000 séjours avion via Nice Côte d'Azur
- environ 2500 résidences secondaires (chute jusqu'en 2006 puis rebond de 10%)

Dépense : 82€/jour, 644€/séjour

Saisonnalité séjours : juin à septembre = 49%, juillet-août = 28%, hiver = 27%. Pointe en juillet (16%)

Visiteurs avion : 68% repartent sur un vol vers Bruxelles, 11% vers Luxembourg, 8% vers Lille, 2% vers Charleroi, 2% vers Paris, 1,5% vers Eindhoven, 1% vers Francfort.

Ce marché inclut la Belgique et le Grand Duché de Luxembourg, soit une population de 12 millions d'habitants (âge moyen : 41 ans).

PIB

Tendance annuelle moyenne 2010-2019 : +1,4%/an

Dépenses à l'étranger

16,7 milliards € (hors Luxembourg), au 19^{ème} rang mondial en 2019 (vers le 15^{ème} rang en incluant Luxembourg) - Tendance annuelle moy. 2005-2019 : +2,4%

Nombre de jours de congés payés

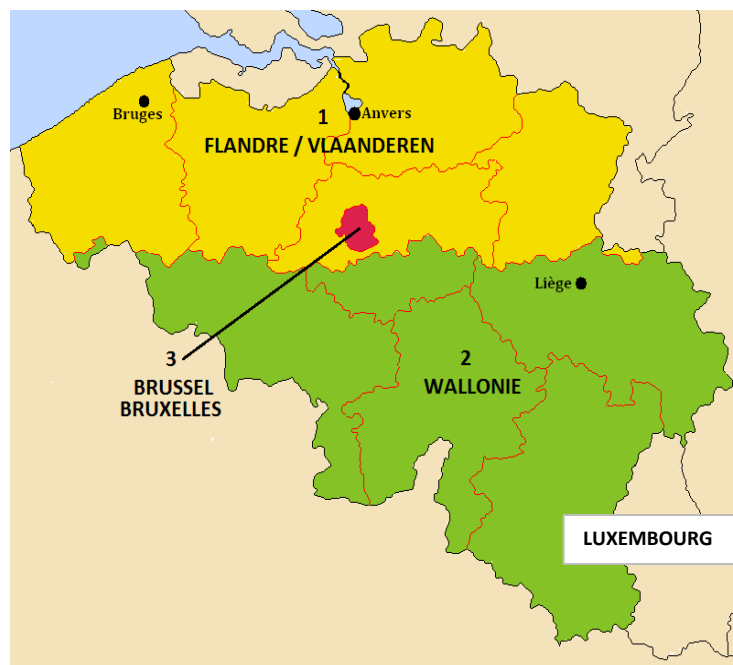
20 + 10 jours fériés = 30 (Luxembourg : 35)

Visa nécessaire pour la France : **NON** (espace Schengen)

Particularités du calendrier : 2 jours fériés en juillet (Belgique flamande), 2 en septembre (communauté française Wallonie), 23 juin fête nationale au Luxembourg.

C'est un marché...

- de proximité, bien desservi par les low cost
- de visiteurs fidélisés (8 sur 10, plus fort taux parmi les marchés étrangers)
- majoritairement de loisirs
- de longs séjours en été et de courts séjours en hiver
- de séjours en résidences secondaires (2^{ème} rang des marchés pour le taux de séjours avion en RS)
- pour l'hôtellerie de plein air (4^{ème} clientèle étrangère)
- pour le moyen et haut pays



😊 Points forts

- proximité historique et linguistique
- potentiel élevé de séjours en France (3^{ème} clientèle)
- plus d'un séjour sur 4 réalisé en hiver avec forte croissance des séjours marchands en Mars, Novembre et Décembre et part relativement élevée des séjours de Février
- excellente dispersion spatiale de la fréquentation (2^{ème} plus faible taux de séjours avion à Nice, au 1^{er} rang pour Mandelieu et Grasse, 2^{ème} pour Villeneuve, 3^{ème} pour Menton et la Montagne), clientèle présente partout
- 3^{ème} nationalité étrangère parmi les propriétaires de résidences secondaires

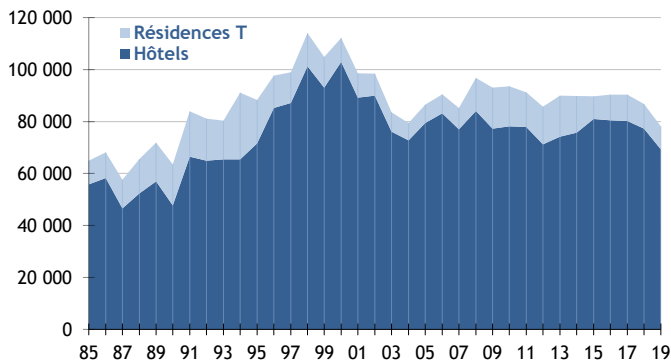
😞 Points faibles

- une demande Côte d'Azur ancienne qui a du mal à se renouveler (20% de primo-visiteurs seulement, à l'avant dernier rang après la France)
- faiblesse du segment Jeunes et âge moyen élevé (45 ans, le plus élevé parmi les marchés)
- poids du non Marchand
- faible taux d'excursions durant le séjour, y compris vers Monaco
- L'insatisfaction concerne un visiteur en Loisirs Marchand sur dix

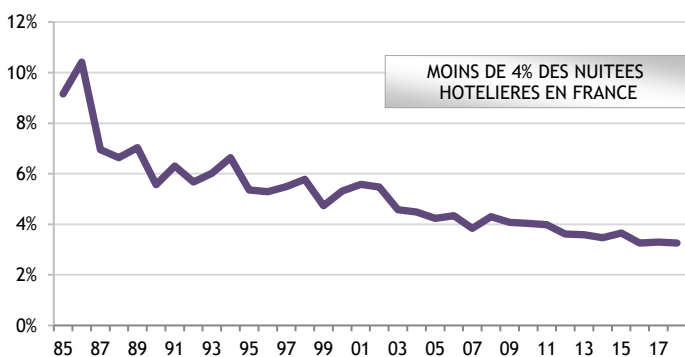
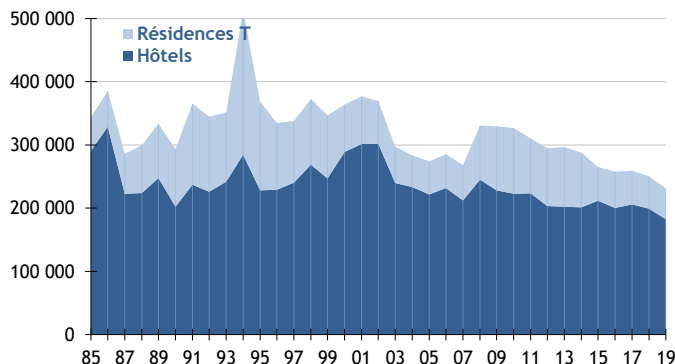
OBSERVATOIRE DU TOURISME DE LA CÔTE D'AZUR

Les séjours belges en hôtels et résidences ont fortement progressé entre 87 et 98, puis connu un fort reflux jusqu'en 2004. La demande s'est ensuite maintenue jusqu'en 2018 grâce à l'offre en résidences de tourisme notamment. La tendance globale de long terme montre une légère croissance en séjours mais une érosion régulière des nuitées. La part des résidences sur le cumul des deux hébergements marchands s'élève à 11% des séjours et 21% des nuitées, une part encore élevée mais en nette rechute.

SEJOURS



NUITEES



PART DE MARCHÉ COTE D'AZUR

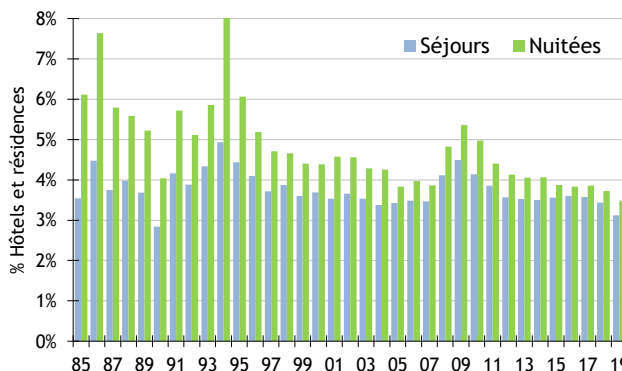
Sur le total des nuitées hôtelières passées en France, les Belges-Luxembourgeois en réalisent 3,5% sur la Côte d'Azur. Il en réalisaient plus de 10% en 1986, la part de marché a donc fortement régressé.

Cette part, déjà faible, subit une nouvelle érosion d'année en année. Il s'agit donc d'un marché à reconquérir.

La part des Belges dans la fréquentation étrangère des hôtels et résidences est actuellement d'environ 3,5%. Elle pesait bien davantage dans les années 80, jusqu'à 8% des nuitées. La contribution a fortement chuté entre 86 et 90. Un rebond ponctuel s'est produit en 2008-10, mais sur les deux dernières années la contribution des Belges subit une nouvelle érosion.

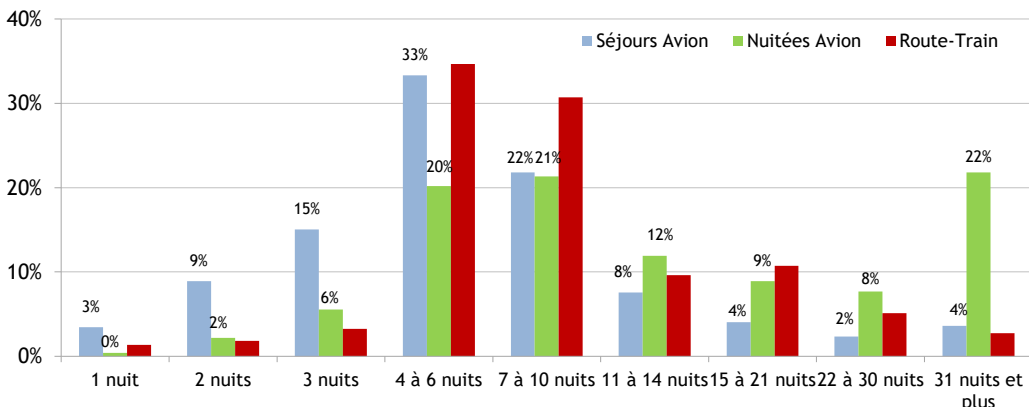
La part des nuitées est nettement plus élevée que celle des séjours, en raison d'une durée de séjour plus élevée que la moyenne.

CONTRIBUTION DES BELGES A LA FREQUENTATION ETRANGERE

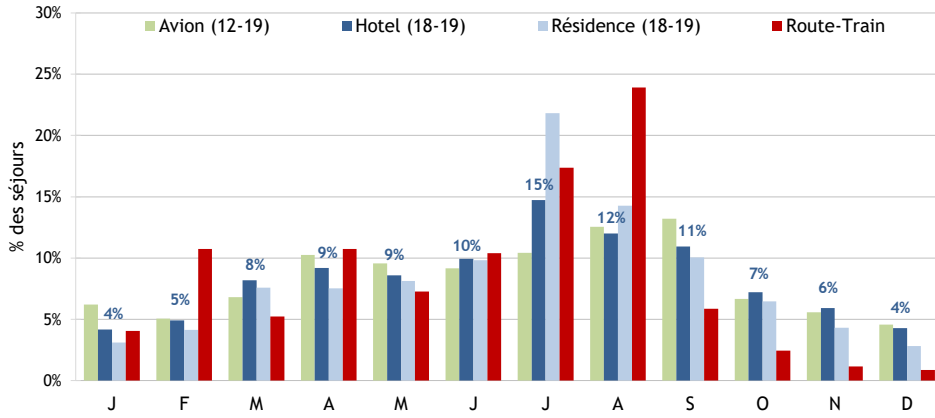


DUREES DE SEJOUR

La durée des séjours des Belges était historiquement élevée sur la Côte d'Azur, mais s'est rapprochée de la moyenne. Les séjours par avion durent 8,1 nuits en moyenne (8,9 pour le Loisirs et 4,7 pour l'Affaires). Les séjours Loisirs non Marchand durent plus longtemps soit 10,7 nuits. Les courts séjours (1 à 3 nuits) groupent près de 3 séjours avion sur 10. Dans l'hôtellerie, les séjours durent 2,7 nuits, pour 6,2 nuits dans les résidences. Pour les séjours avion, le principal segment est de loin le 4-6 nuits, soit un tiers des séjours. Les séjours de plus de 3 semaines sont rares mais pèsent pour 30% des nuitées. Pour les séjours route-train, le principal segment est aussi le 4-6 nuits et la durée moyenne atteint les 10 nuits.



	Durée	Nuits
Avion - 12-19	Hôtels	2,7
	Résidences	6,2
	Hôtels+Rés.	3,3
	Moyenne	8,1
	Loisirs	8,9
	Dont Héb marchand	6,1
	Dont Héb non-march	10,7
	Affaires	4,7
	Dont MICE	4,1
	Dont Autres affaires	5,1
Route - Train		10,1



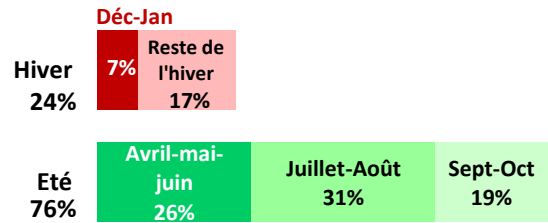
Hotels + Résidences		
18-19	SEJOURS	NUITEES
J	4,0%	3,3%
F	4,8%	4,5%
M	8,1%	7,1%
A	9,0%	8,5%
M	8,5%	8,1%
J	9,9%	9,7%
J	15,5%	17,6%
A	12,2%	13,6%
S	10,8%	12,0%
O	7,1%	7,0%
N	5,7%	4,9%
D	4,1%	3,8%

Les séjours belges sont assez concentrés sur l'été et la saisonnalité présente un profil pyramidal. La montée en puissance est très régulière entre le début de l'année et Juin, suivie d'une forte pointe en Juillet (15% des séjours hôtels et 22% des séjours résidences) ou en Août (segment route-train, près d'un quart ont lieu ce mois-là). Janvier enregistre la plus faible part des séjours avec 4%. Les Belges sont à l'avant-dernier rang des marchés pour le taux de séjours avion en Octobre.

Attention : les taux indiqués portent sur les séjours hôtels ; les séjours en hôtels-résidences sont affectés au mois d'arrivée, tandis que les séjours par avion sont affectés au mois de départ, l'enquête étant réalisée à l'embarquement.

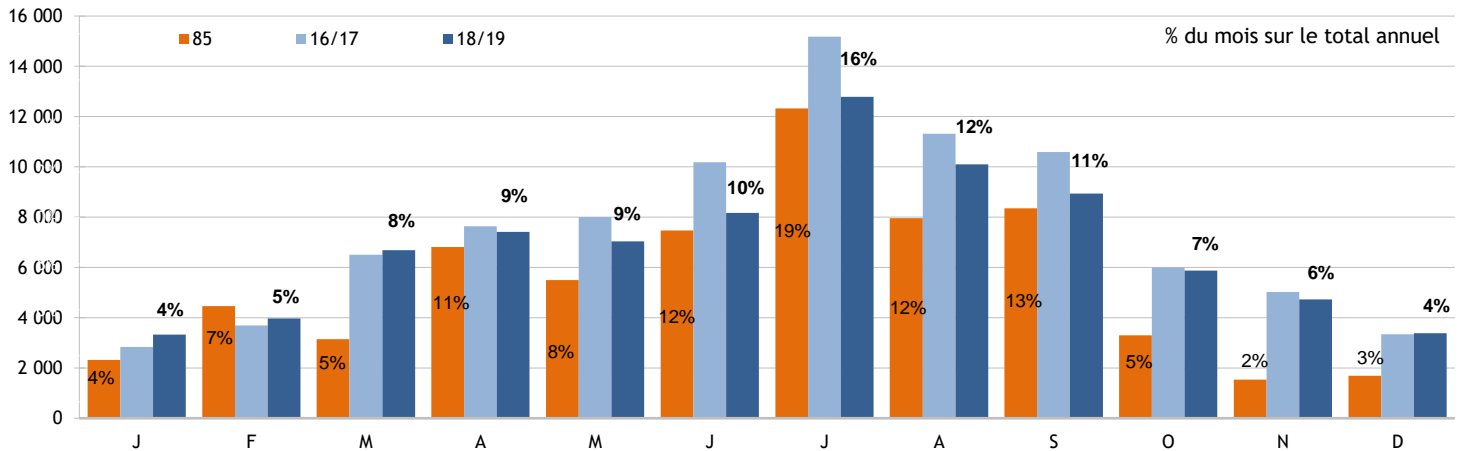
Les nuitées hébergements sont assez fortement concentrées sur Juillet-Août soit près d'un tiers des nuitées annuelles. La période d'Avril à Juin pèse pour plus d'un quart des nuitées. La période de Juin à Septembre représente 53% du total annuel.

NUITEES 2018/19 - HOTELS ET RESIDENCES



L'évolution des séjours hébergements depuis 1985 (en volume) montre une progression tous les mois sauf en Février. La demande a surtout augmenté en Novembre (+206%), Mars (+113%) et Décembre (+99%), des mois où la fréquentation étrangère reste faible.

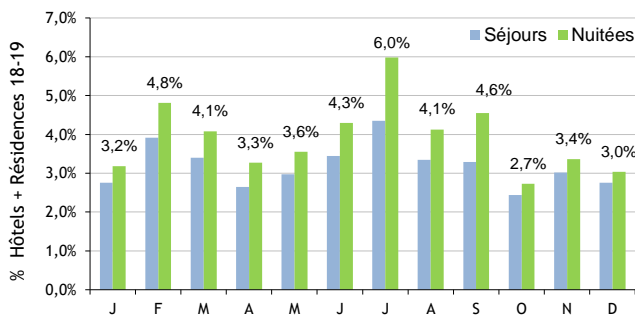
EVOLUTION DES SEJOURS EN HOTELS ET RESIDENCES PAR MOIS



POTENTIEL MENSUEL

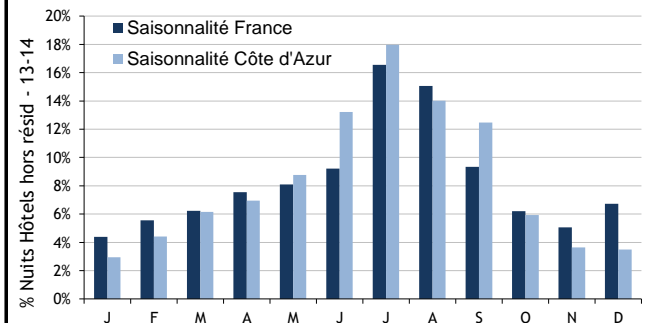
La part des Belges sur l'ensemble des nuitées étrangères en hébergements Côte d'Azur (contribution) varie de 2,7% en Octobre à 6% en Juillet. Le marché belge représente une cible intéressante tous les mois de l'année, et en particulier pour les mois de Novembre à Mars. En Octobre sa contribution est moindre. La part de marché Côte d'Azur/France est faible en hiver (moins de 2% en Décembre), mais atteint un maximum en Juin à 5,1%. Si on compare la distribution mensuelle des nuitées entre la France et la Côte d'Azur, on constate un potentiel élevé entre Novembre et Février, avec une présence importante en France mais moindre sur la Côte d'Azur.

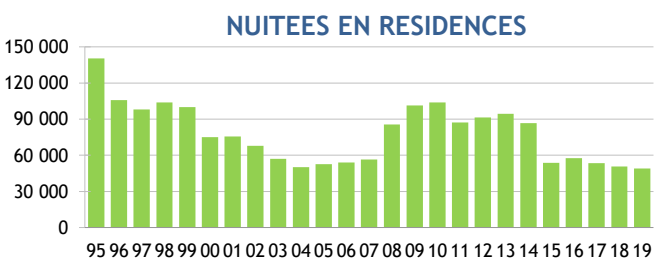
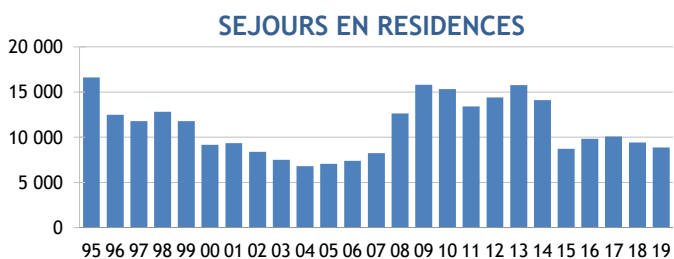
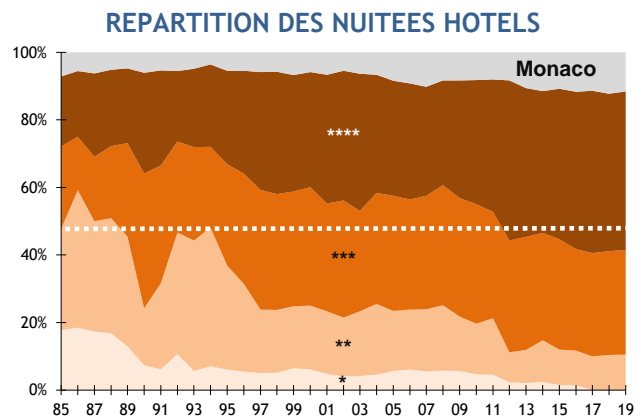
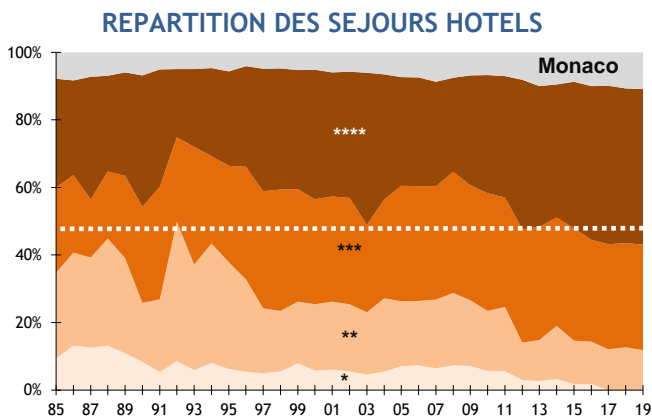
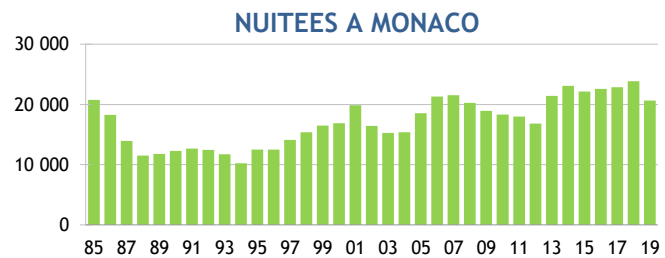
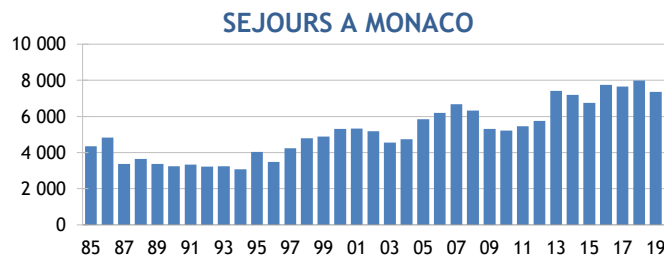
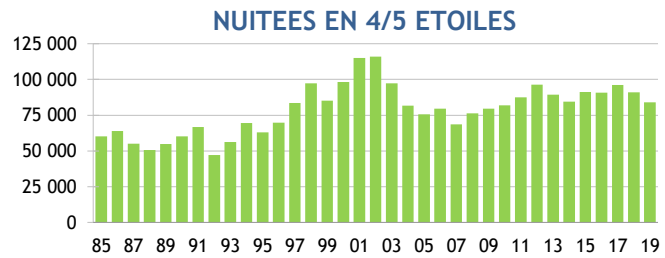
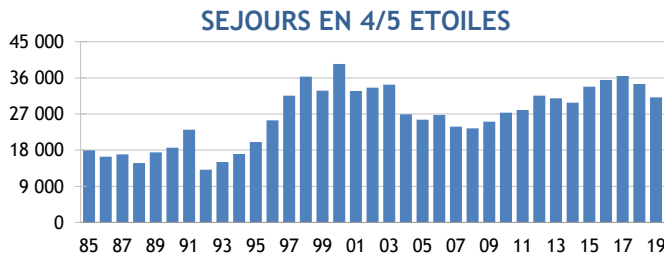
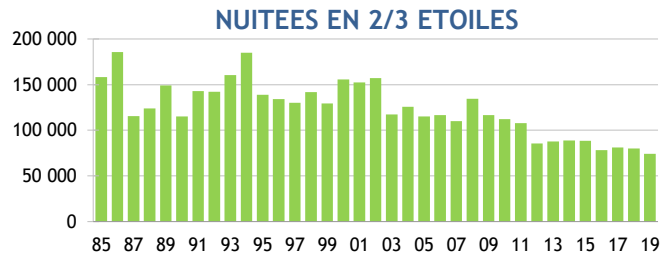
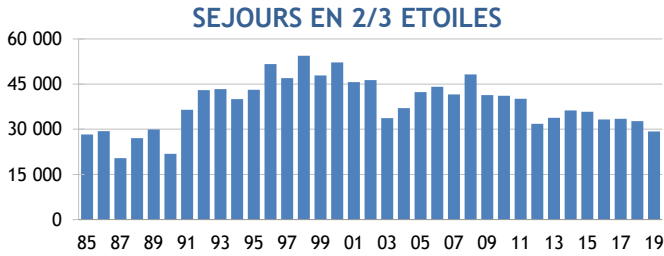
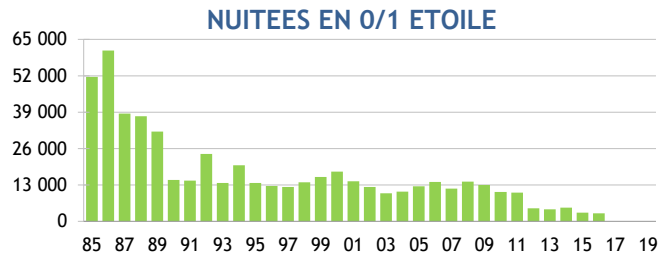
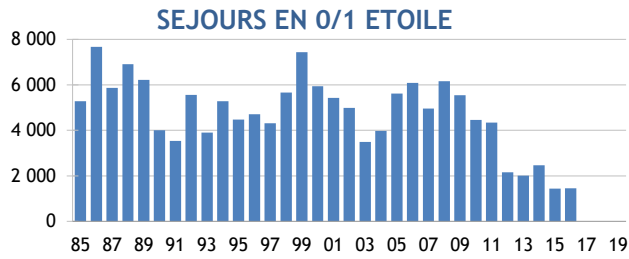
CONTRIBUTION



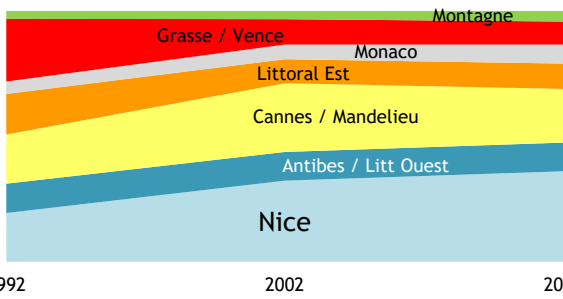
PDM 06/F	
J	2,4%
F	2,8%
M	3,5%
A	3,2%
M	3,8%
J	5,1%
J	3,8%
A	3,3%
S	4,7%
O	3,4%
N	2,5%
D	1,8%

POTENTIEL SUR LA FRANCE





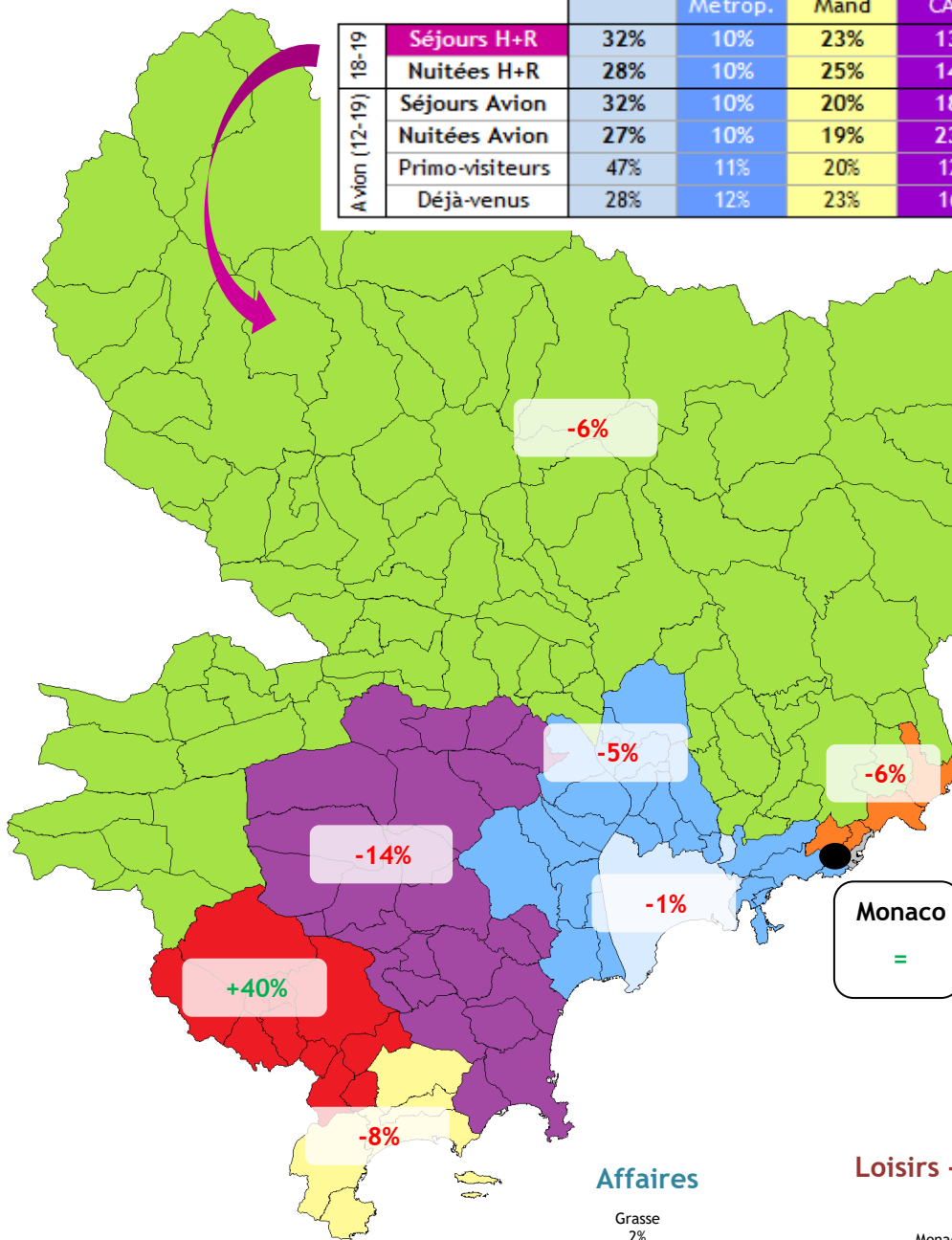
TENDANCES HOTELS 92-2012 - ANCIEN ZONAGE



Historiquement, les séjours des Belges dans l'hôtellerie étaient très bien répartis sur toutes les zones de la Côte d'Azur, avec une part importante sur le Moyen Pays et relativement réduite à Nice (moins de 20%). La part de Nice a toutefois fortement progressé, passant de 19% à 36%, au détriment du Moyen Pays, dont la part a fondu de 25% à 9%.

La part de Monaco a progressé jusqu'à 8% en 2012. Celle de Cannes avait augmenté de 7 points puis rechuté. Malgré tout, la distribution spatiale des séjours hôtelier restait bien équilibrée en 2012.

	Nice	Litt Métrop.	Cannes / Mand	Antibes CASA	Menton	Monaco	Grasse	Montagne
18-19								
Séjours H+R	32%	10%	23%	13%	7%	9%	2%	4%
Nuitées H+R	28%	10%	25%	14%	8%	9%	2%	3%
A avion (12-19)								
Séjours Avion	32%	10%	20%	18%	6%	8%	4%	1%
Nuitées Avion	27%	10%	19%	23%	9%	5%	5%	2%
Primo-visiteurs	47%	11%	20%	12%	6%	2%	1%	1%
Déjà-venus	28%	12%	23%	16%	7%	6%	6%	1%

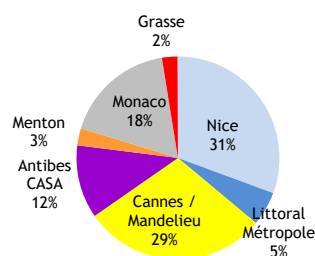


Selon le nouveau zonage, les principales zones de séjour en 2018-19 sont : Nice (32% des séjours hébergements comme des séjours avion, second plus faible taux pour Nice parmi les marchés), suivie par Cannes-Mandelieu (23% et 20%) et par Antibes (13% et 18%), qui se place aussi au 2ème rang pour les nuitées avion (23%). Le Littoral Métropole réalise un séjour sur 10 et Monaco 8%. La part des séjours hébergements en Montagne est de 4%. Les Belges sont au 1er rang des marchés pour le taux de séjours avion à Grasse et Mandelieu, au second pour Villeneuve-Valbonne, au 3ème pour Menton et la Montagne.

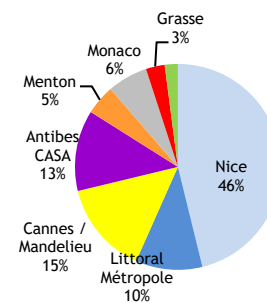
Le rôle moteur de Nice apparaît par le fait que 47% des primo-visiteurs choisissent cette zone (et 20% Cannes). 46% des séjours Loisirs Marchand y sont hébergés. La part de Nice sur le segment Loisirs non Marchand se limite à 24%, juste devant Antibes 23% et Cannes 21%. Pour le segment Affaires, Nice en accueille 31% et Cannes 29%.

En 2018-19 (voir carte), on note une baisse des séjours hébergements sur toutes les zones, sauf à Nice et Monaco (stabilité) et à Grasse (hausse de 40%)

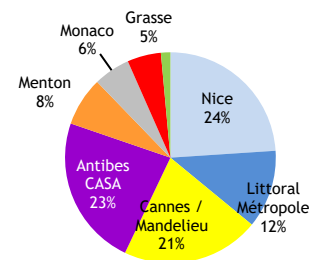
Affaires

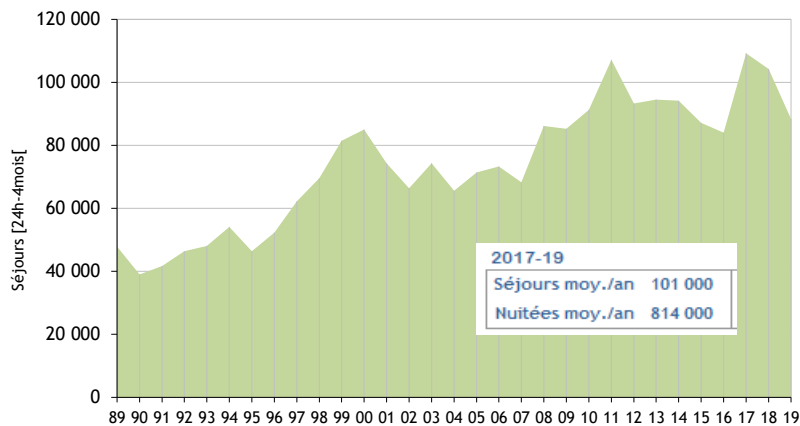


Loisirs - Marchand



Loisirs - Non Marchand





la part de l'avion au départ de ce marché approche les 50%. Ce segment aérien a fortement progressé entre 95 et 2011, car l'offre low cost a dopé la demande. Depuis la pointe de 2011, qui dépassait pour la première fois le seuil des 100 000 séjours avion, la demande a reflué puis repris sa progression jusqu'à un nouveau maximum de près de 120 000 séjours avion en 2017.

Les séjours par avion durent en moyenne 8,1 nuits, et pour les 2 cibles Loisirs le principal segment est le séjour de 4 à 6 nuits, soit plus de 4 séjours Loisirs Marchand sur 10. Pour les séjours Loisirs non Marchand, la durée moyenne est bien plus élevée, soit 11 nuits, avec plus d'un tiers de séjours durant entre une et deux semaines.

Le taux de satisfaction est très bon avec 83% de "très satisfaits", mais aussi 6% d'insatisfaits (voire un sur dix en Loisirs Marchand). Le taux de primo-visiteurs est très faible à seulement 20%, témoignant d'une bonne fidélisation mais surtout d'une difficulté à attirer de nouvelles clientèles.

La dépense moyenne s'établit à 82€ par jour/pers. et 644€ par séjour. Le segment "basse contribution" concerne 25% des séjours, une part élevée, tandis que le segment "haute contribution" en regroupe seulement 12%.

La clientèle est âgée de 45 ans en moyenne, donc plutôt âgée. Le principal segment âge en Loisirs est le 60 ans et + (un tiers des séjours Loisirs).

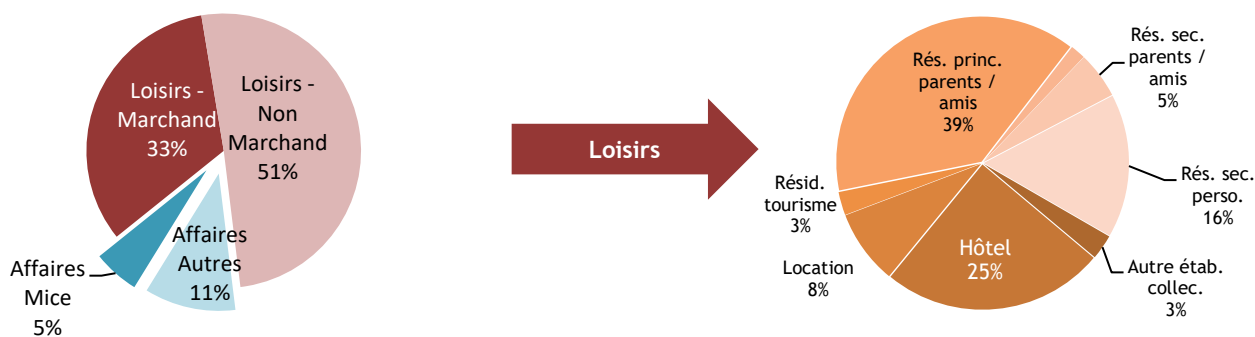
2012-19	GLOBAL	Loisirs Marchand	Loisirs Non-March.	Affaires
Durée de séjour	8,1	6,1	10,7	4,7
Age moyen	45	43	46	42
Nb Personnes	1,6	2,0	1,5	1,2
Taux 1 ^{ère} visite	20%	37%	11%	10%
Dépense/séjour	644 €	797 €	544 €	593 €
Dépense/jour	82 €	124 €	55 €	149 €
> 200€ / jour	12%	15%	5%	27%
De 30 à 200€ /jour	64%	77%	57%	50%
<30€ / jour	25%	7%	38%	23%
Satisfaction				
Très satisfaits	83,0%	81,3%	84,6%	80,9%
Satisfaits	11,0%	9,0%	11,2%	14,8%
Non entier. satisfaits	6,0%	9,7%	4,2%	4,2%

SEGMENTATION CIBLES

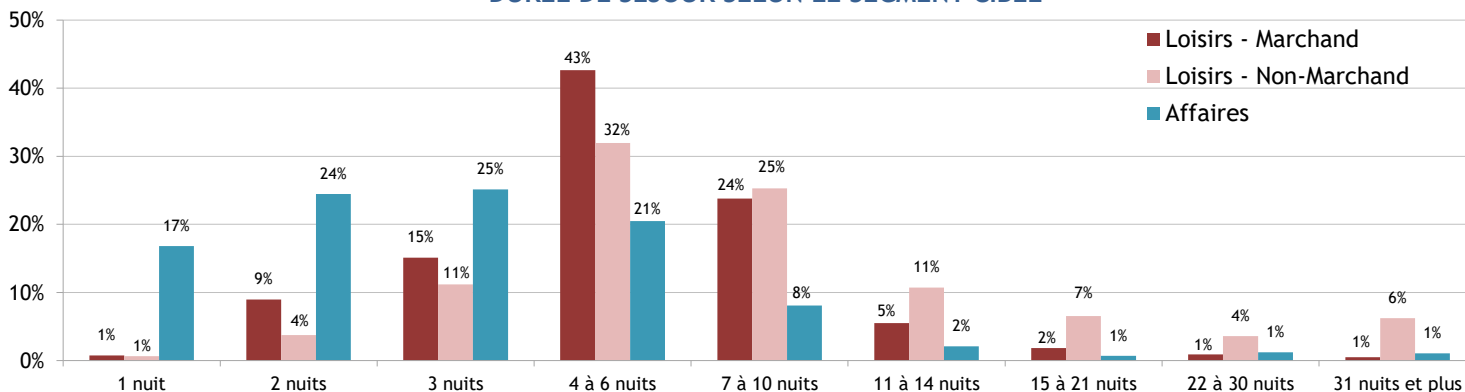
Le segment Loisirs Marchand ne regroupe que 33% des séjours avion contre 51% en Loisirs non Marchand, le segment majoritaire. Le segment Affaires se limite à 16% dont seulement 5% en MICE.

Parmi les séjours Loisirs, le mode d'hébergement le plus fréquent est la résidence de parents et amis, soit 39% des séjours Loisirs. L'hôtel en regroupe 25%, les résidences secondaires 21% et la location 11%.

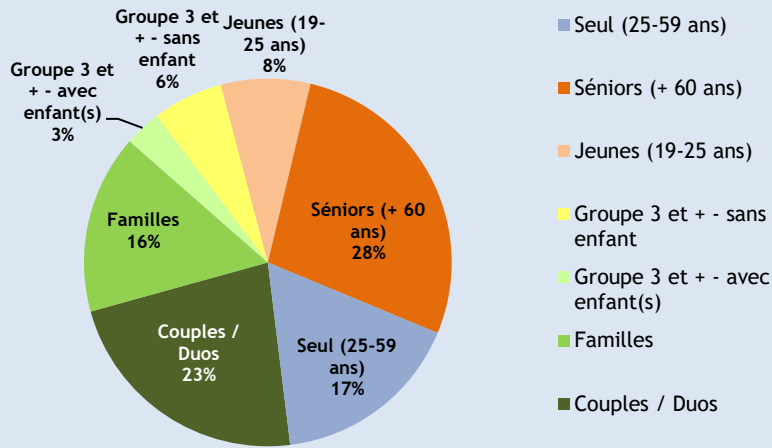
SEJOURS LOISIRS PAR HEBERGEMENT



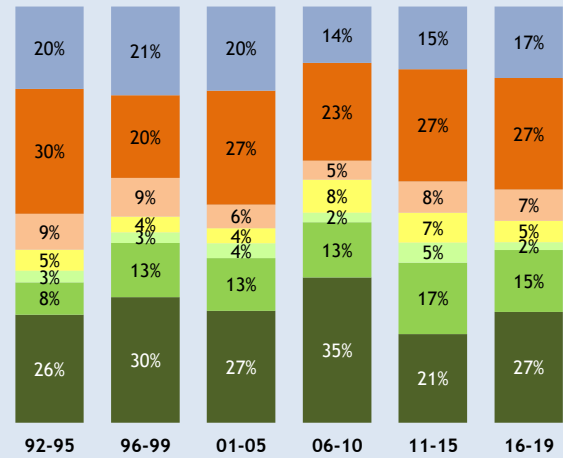
DUREE DE SEJOUR SELON LE SEGMENT CIBLE



TYPLOGIE LOISIRS AVION



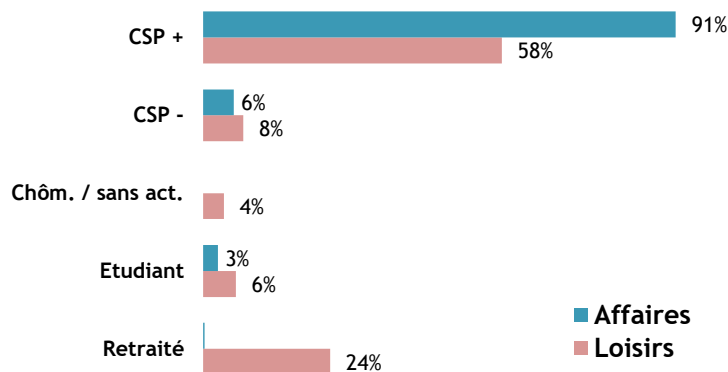
Moyenne 2012-19



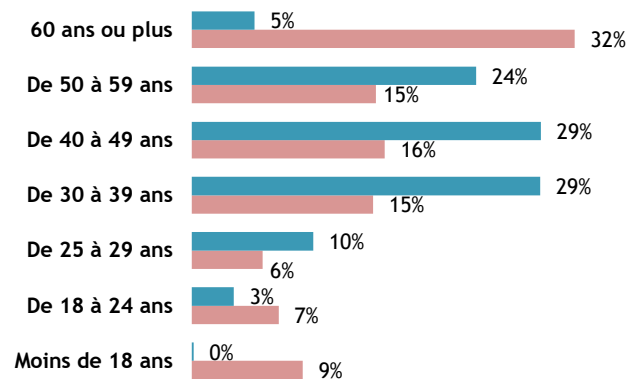
Les Belges à motif Loisirs sont le plus souvent des Seniors, soit 28% du total, ou bien voyagent souvent à deux adultes, dans 23% des cas. Les Familles constituent le 3^{ème} segment avec 19% (incluant 1,6 enfant en moyenne). 17% sont des adultes voyageant seuls (mais ils peuvent rejoindre des visiteurs déjà sur place). 6% sont des groupes de 3 adultes ou plus, sans enfant (hors groupes constitués, non dénombrés). Le segment Jeunes se limite à 8%.

Sur près de trois décennies, l'évolution est favorable au segment Familles, dont la part a quasiment doublé. La part des voyageurs Seuls tend à baisser, celle des Couples-Duos avait fortement progressé en 2006-10. La part des Seniors a baissé puis rebondi.

CATEGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE (répondant, hors accompagnants)



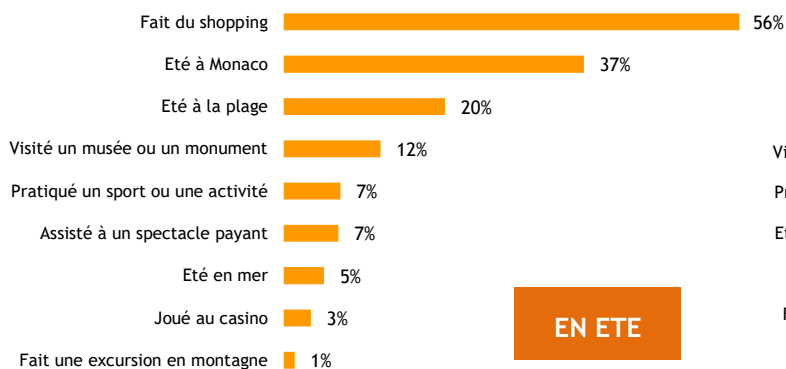
SEJOURS PAR CLASSES D'AGE (hors moins de 15 ans voyageant seul)



SEGMENT LOISIRS

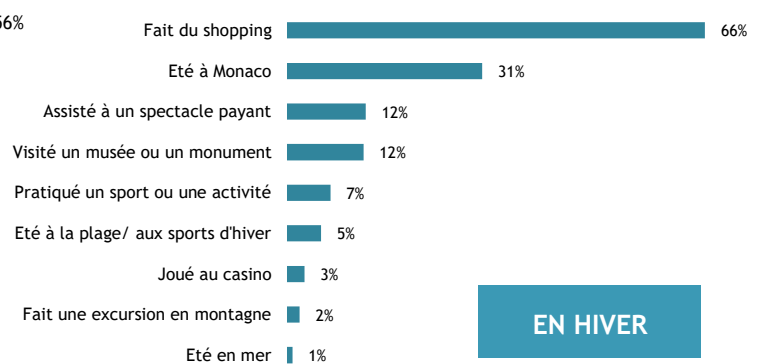
En été, les activités pratiquées par les visiteurs à motif Loisirs sont surtout le shopping (56%), la visite de Monaco (37%) et la plage (20%), un faible taux, comme pour les visites de musées (12%). En hiver, c'est aussi le shopping qui vient en tête avec un fort taux de 66%, devant la visite de Monaco (31%) et les spectacles payants (12%), un taux relativement élevé. Sur l'année entière, on note un très faible taux de pratique pour les excursions en mer ou en montagne et le jeu dans les casinos, et 7% indiquent avoir pratiqué un sport ou une activité.

ACTIVITES DECLAREES



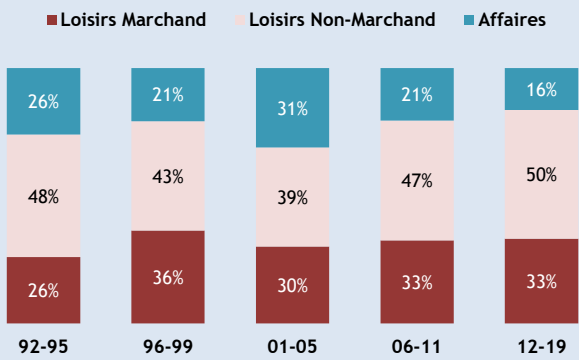
EN ETE

ACTIVITES DECLAREES

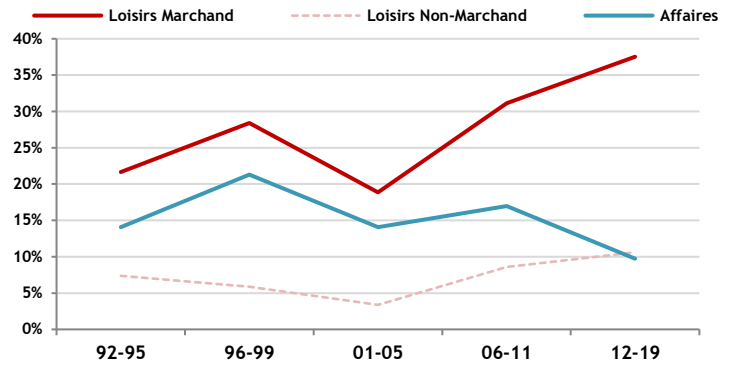


EN HIVER

SEGMENTATION CIBLES



TAUX DE PRIMO-VISITEURS



Tendances Visiteurs avion Loisirs

SEGMENTATION CIBLES

Progression de la part du Loisirs Marchand et non Marchand, au détriment de la part de l'Affaires, en chute marquée depuis 2001

TAUX DE PRIMO VISITEURS

Chute puis fort rebond du Loisirs. Taux de primo plutôt en baisse pour l'Affaires

DUREE DE SEJOUR DU SEGMENT LOISIRS MARCHAND

La part des courts séjours a augmenté jusqu'en 2004 et se réduit ensuite, au profit de celle des 4-6N qui ont fortement progressé. Les segments de durées plus longues reculent

ZONES DE SEJOUR

Nice a accru sa part, celles de Cannes et Antibes sont assez stable, Menton a rebondi sensiblement tandis que le Littoral Métropole a chuté

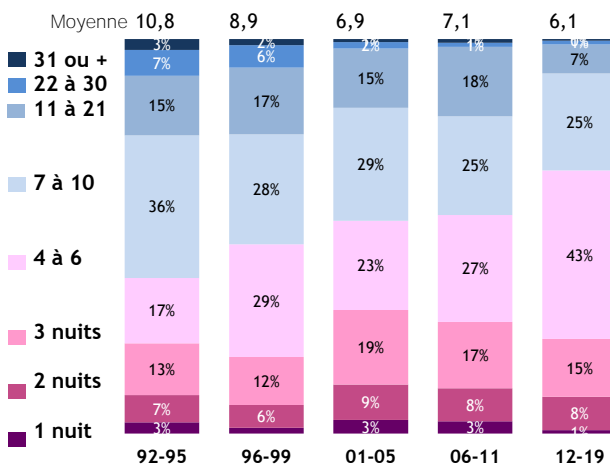
MODES D'HEBERGEMENTS

La part de l'hôtel est en chute. La rés. sec. baisse aussi La part des parents/amis rebondit fortement, se plaçant largement en tête. Progression de la location

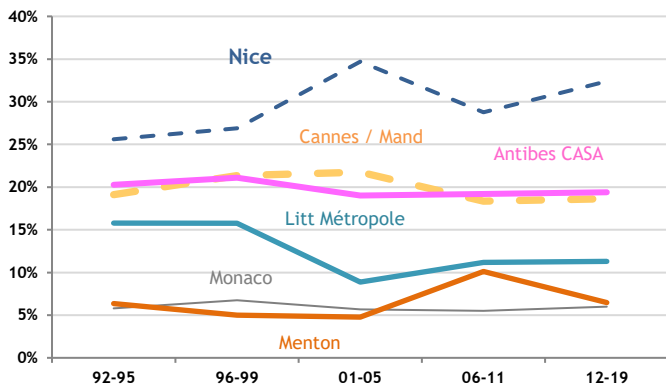
AGE/CSP

Age moyen en recul. Stabilité des -30 ans, baisse des 50-59 ans au profit des 30-39 ans. Chute puis rebond des CSP+, baisse des retraités

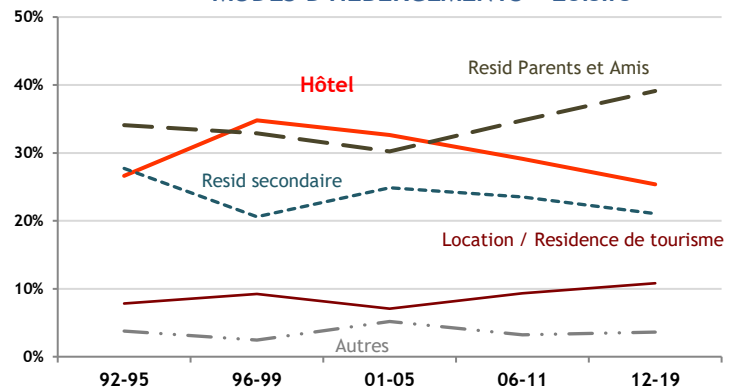
DUREE DE SEJOUR - Loisirs Marchand



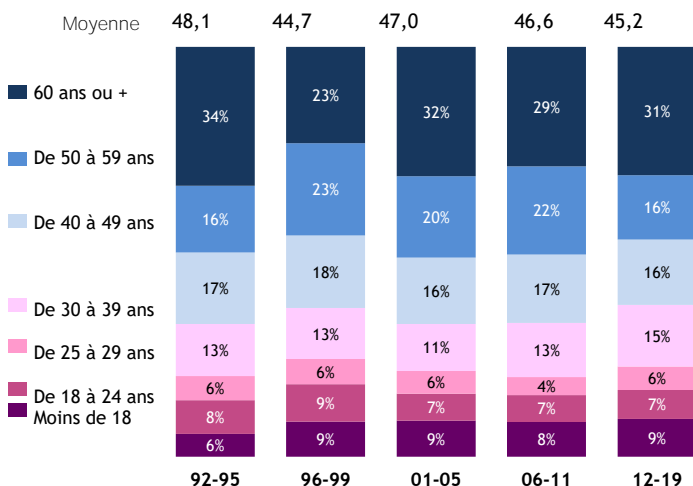
ZONES DE SEJOUR - Loisirs



MODES D'HEBERGEMENTS - Loisirs



ÂGE DES VISITEURS LOISIRS



CSP DES VISITEURS LOISIRS (répondant)

