



OBSERVATOIRE DU TOURISME A BRUXELLES

RAPPORT ANNUEL

2000

20000



BRUXELLES INTERNATIONAL -
TOURISME & CONGRES - BITC



TOERISME
VLAANDEREN

OBSERVATOIRE
DU TOURISME A BRUXELLES

20000

RAPPORT ANNUEL

INTRODUCTION	6	1.1.2/ Mouvements de vols sur l'aéroport de Bruxelles National en 1999 et 2000	21
Les objectifs de la 3ème édition du rapport annuel de l'Observatoire du Tourisme à Bruxelles.	7	1.1.3/ Nombre de passagers	22
HERBERGEMENT	8	1.1.4/ Nombre de vols : top des 20 destinations	22
1/ L'OFFRE EN HÉBERGEMENT	8	1.1.5/ Nombre de passagers : top des 20 destinations	23
1.1/ L'offre hôtelière	8	1.1.6/ Hôtellerie à l'aéroport	23
1.2/ L'offre en hébergements pour jeunes	8	1.2/ Nombre de passagers voyageant par types de billets émis via la compagnie Sabena	24
1.3/ L'offre en chambres d'hôtes	8	2/ TRANSPORT FERROVIAIRE	24
1.4/ L'offre en appart'hôtels	8	2.1/ Trafic international	24
2/ LA FRÉQUENTATION	9	2.1.1/ Nombre de voyageurs auprès de Thalys à partir de et vers la destination Bruxelles de 1998 à 2000	24
2.1/ Total général des nuitées	9	2.1.2/ Pourcentage des billets affaires / loisirs vendus sur Thalys de 1998 à 2000	25
2.1.1/ Total des nuitées de 1991 à 2000	9	2.1.3/ Nombre de voyageurs sur Eurostar à partir de et vers Bruxelles de 1998 à 2000	25
2.1.2/ Total des nuitées de 1995 à 2000	9	2.1.4/ Pourcentage des billets affaires / loisirs sur Eurostar	26
2.1.3/ Total des nuitées des principales villes belges (comparaison de 1995 et 2000)	10	2.2/ Trafic intérieur	26
2.1.4/ Total des nuitées pour quelques villes européennes (comparaison entre 1995 et 2000)	10	2.2.1/ Nombre de billets vendus à destination de Bruxelles à partir de toutes gares belges	26
2.1.5/ Pourcentage des touristes nationaux et internationaux	11	3/ AUTOCARISTES	26
2.1.6/ Les trois principaux marchés étrangers pour quelques villes européennes	11	■ Observations	26
2.2/ Fréquentation des hôtels	12	SERVICES CULTURELS TOURISTIQUES	27
2.2.1/ Nombre de nuitées hôtelières par pays d'origine	12	1/ L'OFFRE	27
2.2.2/ Les trois principaux marchés étrangers pour les principales villes belges	13	1.1/ Les musées et les attractions touristiques	27
2.2.3/ Evolution du taux moyen annuel d'occupation par chambre	13	1.2/ Les visites guidées culturelles	27
2.2.4/ Taux moyen annuel d'occupation pour quelques villes européennes	13	2/ LA FRÉQUENTATION	28
2.2.5/ Saisonnalité des nuitées hôtelières	14	2.1/ Musées et attractions touristiques	28
2.2.6/ Nuitées hôtelières par mois et par marché	14	2.1.1/ La fréquentation cumulée du nombre de visiteurs	28
2.2.7/ Nombre de nuitées hôtelières en tourisme de loisirs (TL) et en tourisme d'affaires (TA) par pays d'origine (%)	15	2.1.2/ La répartition en fonction du nombre de visiteurs	28
2.3/ Fréquentation des hébergements pour jeunes	15	2.2/ Les visites guidées culturelles	29
2.3.1/ Nuitées des hébergements pour jeunes par pays d'origine	16	2.2.1/ Nombre de visites et nombre de visiteurs	29
2.3.2/ Saisonnalité des nuitées en hébergement pour jeunes	16	2.2.2/ Part des langues utilisées lors des visites guidées	29
2.3.3/ Part des catégories groupes et individuels dans les centres d'hébergement pour jeunes	17	2.2.3/ Part des individuels et des groupes dans les visites guidées	29
2.4/ Fréquentation des chambres d'hôtes	17	3/ LES ÉVÉNEMENTS PONCTUELS ET LES ÉVÉNEMENTS RÉCURRENTS À BRUXELLES	30
2.4.1/ Nombre de nuitées par pays d'origine	18	3.1/ Bruxelles 2000	30
2.4.2/ Saisonnalité des nuitées en chambres d'hôtes	18	3.2/ Événements ponctuels	30
2.4.3/ But du séjour de la clientèle	19	3.3/ Événements récurrents	30
■ Observations	19	4/ LE PROFIL DES VISITEURS	31
TRANSPORT	21	4.1/ Caractéristiques du visiteur	31
1/ TRANSPORT AÉRIEN	21	4.2/ Caractéristiques de la visite	32
1.1/ Aéroport de Bruxelles National	21	4.3/ Activités lors de la visite	32
1.1.1/ Nombre de passagers et de passagers en transit sur l'aéroport de Bruxelles National de 1995 à 2000	21	4.4/ Image de Bruxelles	33
		■ Observations	33

L'Observatoire du Tourisme à Bruxelles, concrétisation de partenariats entre les acteurs touristiques.

PARTENARIATS INSTITUTIONNELS :

- . Office de Promotion du Tourisme Wallonie – Bruxelles (OPT)
- . Bruxelles International – Tourisme & Congrès (BITC)
- . Toerisme Vlaanderen (TVI)

Une structure fonctionnelle associe le "City marketing" du BITC et les départements "Recherche et Marketing" de l'OPT et "Etudes" de TVI.

Ainsi est créée la souplesse nécessaire pour répondre aux attentes du secteur touristique bruxellois.

Fruit d'un travail de méthodologie et d'analyse mené conjointement par le BITC, l'OPT et TVI, l'Observatoire du tourisme est devenu la référence en terme de données statistiques et de leur analyse pour les différents secteurs touristiques bruxellois.

Basé sur un partenariat fort, l'Observatoire devient un véritable outil de gestion pour les directions d'entreprises tant publiques que privées ainsi que pour les décideurs politiques.

Ses analyses sont élaborées sur base de statistiques et d'enquêtes fiables réalisées grâce à des partenariats avec les différents secteurs de l'activité touristique, par exemple : Fédération Ho.Re.Ca Bruxelles, Loger jeunes, Bed & Brussels, Taxi Stop, le Conseil bruxellois des Musées, Voir et Dire Bruxelles, les Guides Bruxelles Belgique, Sabena, BIAC, SNCB, BAPCO, Bruxelles Congrès, les TO Incomings, ...

Depuis 1999, l'Observatoire réalise des "Lettres de l'Observatoire" ainsi qu'un rapport annuel sur la situation du tourisme à Bruxelles.

Il peut également répondre à des demandes spécifiques de partenaires extérieurs moyennant une participation financière de ceux-ci.

L'OBSERVATOIRE DU TOURISME À BRUXELLES : MÉTHODOLOGIE ET INSTRUMENTS DE TRAVAIL.

■ MÉTHODOLOGIE

Les facteurs de réussite en matière de mise en œuvre d'un tel observatoire sont:

- . la volonté des acteurs du tourisme de coopérer en vue d'optimiser les bénéfices collectifs et individuels ;
- . le caractère évolutif du processus à mettre en œuvre en fonction des enseignements du terrain ;

- . la qualité des données, la continuité dans le processus et le calendrier de sa mise en œuvre ;
- . l'organisation souple de la communication des résultats des recherches et des recommandations.

Cette méthodologie a été pensée tant pour permettre de répondre à des attentes d'analyses comparées entre Bruxelles et d'autres villes que pour l'analyse de l'offre et de la demande dans les différents secteurs touristiques (hébergements, musées et attractions touristiques, moyens de transports...).

■ LE RAPPORT ANNUEL

Outil structurel d'aide à la prise de décision stratégique, le rapport annuel de l'ensemble de l'activité touristique en Région bruxelloise permet de rassembler les données compilées tout au long de l'année et d'analyser les tendances.

L'offre bruxelloise, les profils des touristes, la fréquentation affaires/loisirs, l'évolution des marchés prioritaires, autant d'informations essentielles qui sont traitées annuellement dans ce cadre.

Les délais de mise à disposition des données ne nous permettent pas à l'heure actuelle de publier le rapport annuel avant le mois de décembre. Il faut, en effet, compter dix mois pour obtenir des chiffres fiables. Nous travaillons à réduire ces délais.

■ LES LETTRES DE L'OBSERVATOIRE

La Lettre de l'Observatoire permet de diffuser auprès des partenaires touristiques les résultats à court terme

Lettre de l'Observatoire n°1 - juillet 2000

Analyse des données conjoncturelles sur les tendances de juin et la première quinzaine de juillet 2000

Lettre de l'Observatoire n°2 - août 2000

Analyse des données conjoncturelles sur les tendances de juillet 2000

Lettre de l'Observatoire n°3 - septembre 2000

Suite aux enquêtes réalisées à la Grand Place et dans les Offices de tourisme en juin et juillet 2000, synthèse sur les profils des visiteurs à Bruxelles et des personnes venues pour l'Eurofoot.

Lettre de l'Observatoire n°4 - novembre 2000

Synthèse des enquêtes réalisées sur les profils des visiteurs aux grandes expositions sur les peintres Magritte en 1998 et Ensor en 1999

Lettre de l'Observatoire n°5 - juillet 2001

Analyse comparée des profils des visiteurs de passage ou en séjour à Bruxelles à la Grand Place et dans les Offices du tourisme au cours de la première quinzaine de juillet 2001.

Lettre de l'Observatoire n°6 - septembre 2001

Analyse des données conjoncturelles sur les tendances de l'été 2001

■ ETUDES

> Trois études ont été élaborées

1- Profil des visiteurs à la Grand Place de Bruxelles :
Enquêtes réalisées par le GT4.

2 - Profil des visiteurs de la Maison du tourisme et du Bureau d'information touristique de la Grand Place de Bruxelles :
Enquêtes réalisées par le GT4.

3 - Synthèse de l'étude des pratiques culturelles, de loisirs et touristiques des résidents étrangers à Bruxelles:
Etude réalisée par OGM en 2000.

Dans le cadre des collaborations entre différents secteurs, l'Observatoire participe à l'élaboration d'études telles que l' "Etude concernant les transports et les parkings des autocars et des autobus à Bruxelles", étude commandée par le Ministère de la région de Bruxelles - Capitale, Direction de la Politique des Déplacements et sur l' "Etude sur les publics des musées de Bruxelles : individuel et groupe" élaborée par le Conseil bruxellois des Musées.

■ SITE INTERNET DE L'OBSERVATOIRE

Les publications et communiqués de presse réalisés par l'Observatoire du Tourisme à Bruxelles sont disponibles depuis novembre 2001 sur Internet

<http://www.observatoire-bruxelles.be>

ou <http://www.observatorium-brussel.be>.

> *Viviane Jacobs*, Directeur général

Office de Promotion du Tourisme Wallonie - Bruxelles

> *André Vrydagh*, City Marketing de Bruxelles

> *Urbain Claeys*, Administrateur général

Toerisme Vlaanderen

LES OBJECTIFS DE LA 3ÈME ÉDITION DU RAPPORT ANNUEL DE L'OBSERVATOIRE DU TOURISME À BRUXELLES.

L'observation permanente des flux touristiques est un élément clé pour mesurer la valeur économique du tourisme et pour accompagner la stratégie de City Marketing.

■ CE TROISIÈME RAPPORT ANNUEL

A POUR OBJECTIFS :

- . de comparer les données à court terme (2000/1999) et à moyen terme (2000/1995);
- . de dépasser le niveau d'une simple juxtaposition de statistiques ;
- . de présenter les informations pour susciter l'action.

■ CONCRÈTEMENT, VOUS TROUVEREZ L'ANALYSE MÉTHODOLOGIQUE ET LA SYNTHÈSE DES INFORMATIONS SUR 3 TYPES DE SERVICES TOURISTIQUES :

- . l'offre et la fréquentation des hébergements: hôtels, hébergements pour jeunes et chambres d'hôtes ;
 - . les services de transport aériens, ferroviaires et par autocar ;
 - . les services culturels touristiques : musées et attractions touristiques, visites guidées culturelles, événements ponctuels et manifestations récurrentes à Bruxelles.
- Chaque chapitre est ponctué par un ensemble de premières observations.

1 / L'OFFRE EN HÉBERGEMENT

Modes d'hébergement	Les acteurs	Les sources
■ Hôtels	Fédération Horeca Bruxelles ¹ Commission communautaire française Toerisme Vlaanderen	Institut National de Statistiques (INS) Catalogue Hôtels Fédération Horeca
■ Centres d'hébergements pour jeunes	Loger Jeunes ²	INS Loger Jeunes
■ Chambres d'hôtes	Bed & Brussels Taxi Stop Commission communautaire française	Bed & Brussels Taxi Stop Catalogue Belsud

1.1/ L'offre hôtelière

Nombre d'étoiles	Nombre d'établissements reconnus	Nombre de chambres	Nombre d'établissements d'après l'INS	Capacité max. d'accueil en nombre de places-lits situés à Bruxelles	Nombre d'établissements membres d'Horeca
*****	16	4.239	14	7.638	14
****	36	4.215	39	8.585	33
***	40	3.457	48	8.100	25
**	23	512	26	2.422	8
*	8	142	14	737	1
Total hôtels reconnus	123	12.565	141	27.482	81
Autres ³	1	5	27	1.283	-
Total général	124	12.570	168	28.765	81
Source : -----	Catalogue Hôtels Bruxelles – Tourisme 2001 (reconnaissance 2000)	INS 2000			Fed. Ho.Re.Ca Bruxelles 2000

¹ En 2000, la Fédération Ho.Re.Ca. comprend 91 membres dont 81 hôtels situés à Bruxelles.

² Loger Jeunes est une association qui reprend les 5 centres d'hébergement pour jeunes de la Communauté française et de la Communauté flamande.

³ La rubrique "Autres" comprend les appart'hôtels et les hôtels en cours de reconnaissance.

■ COMMENTAIRES :

- . En 2000, 123 établissements ont été reconnus par la Commission communautaire française et par Toerisme Vlaanderen.
- . L'Institut National de Statistiques construit sa banque de données sur base des relevés des communes.
- . En 2001, l'INS organise une réforme des statistiques et un point clef pour 2001 est d'adapter leur base de données sur base de la liste des hôtels reconnus via les instances publiques.
- . La Fédération Ho.Re.Ca. comprend 66% des hôtels reconnus de Bruxelles. La majorité de ses membres fait partie des catégories 3, 4 et 5 étoiles.

1.2/ L'offre en hébergements pour jeunes

Nombre d'établissements	Capacité maximale d'accueil en nombre de places-lits
5	854

Source : Loger jeunes 2000

1.3/ L'offre en chambres d'hôtes

	Nombre de familles	Nombre de chambres	Capacité max. d'accueil en nombre de places-lits
Chambres d'hôtes avec le label de reconnaissance (1)	23	35	65
Chambres d'hôtes inscrites dans les associations (2)	177	301	553

Source : (1) Commission communautaire française et Catalogue Belsud 2001 (reconnaissance 2000) - (2) Bed & Brussels et Taxi Stop 2000

1.4/ L'offre en appart'hôtels

- Les appart'hôtels peuvent prendre différentes formes :
- . Certains hôtels possèdent également un service appart'hôtel.
 - . Une part des appart'hôtels est reconnue par les instances publiques en tant qu'hôtels.

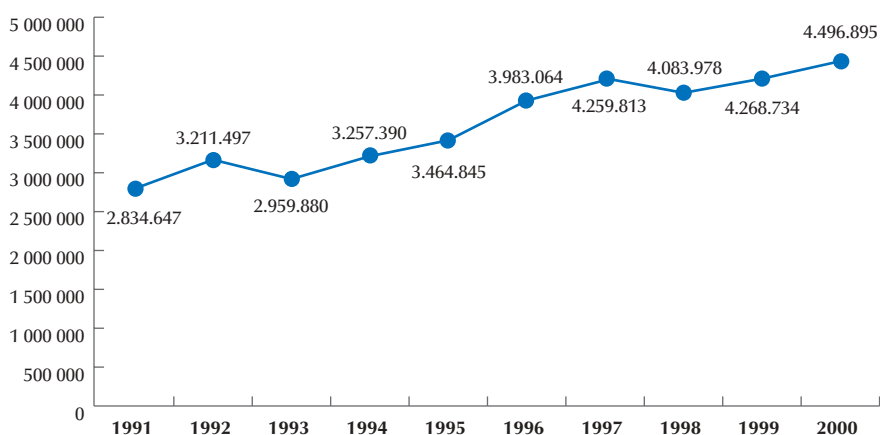
- Ces deux premières parties sont reprises dans la catégorie "hôtels" pour le catalogue hôtels et l'INS.
- . Une autre part des appart'hôtels est répertoriée comme "appart'hôtels" par l'INS et est identifiée dans la catégorie "autres". Ces appart'hôtels sont au nombre de 20.

2/ LA FRÉQUENTATION

Modes d'hébergement	Les acteurs	Les sources
■ Hôtels	Fédération Horeca Bruxelles	Institut National de Statistiques (INS) ⁴ Fédération Horeca
■ Centres d'hébergements pour jeunes	Loger Jeunes	INS Loger Jeunes
■ Chambres d'hôtes	Bed & Brussels Taxi Stop	Bed & Brussels Taxi Stop

⁴ En 2000, la base de données de l'INS reprend tous les hébergements (hôtels, appart'hôtels et hébergements pour jeunes)

2.1/ Total général des nuitées



Source : INS

2.1.1/ Total des nuitées de 1991 à 2000

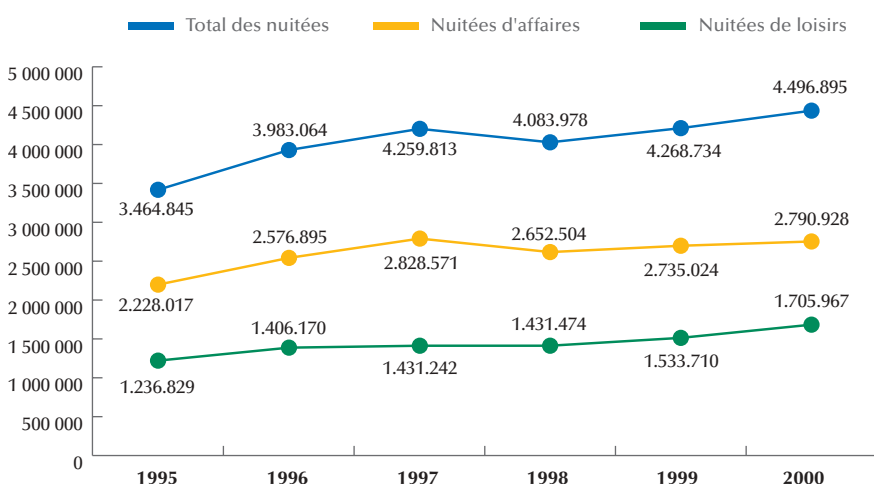
Une nuitée désigne une nuit passée dans un hébergement par un visiteur.

Une nuitée d'agrément comprend les motifs de visite pour vacances et loisirs.

Une nuitée d'affaire comprend les motifs de visite pour une conférence, un congrès, un séminaire ou une autre raison professionnelle.

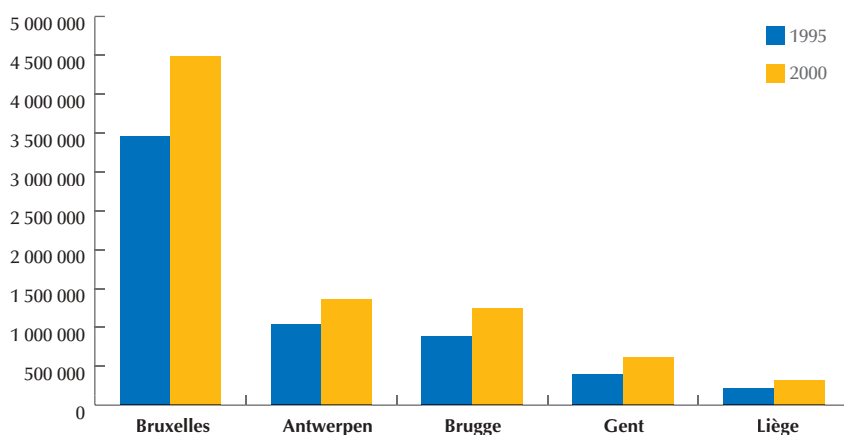
2.1.2/ Total des nuitées de 1995 à 2000 :

Comparaison des courbes : nuitées totales, nuitées liées aux séjours d'affaires et nuitées liées aux séjours de loisirs



Source : INS

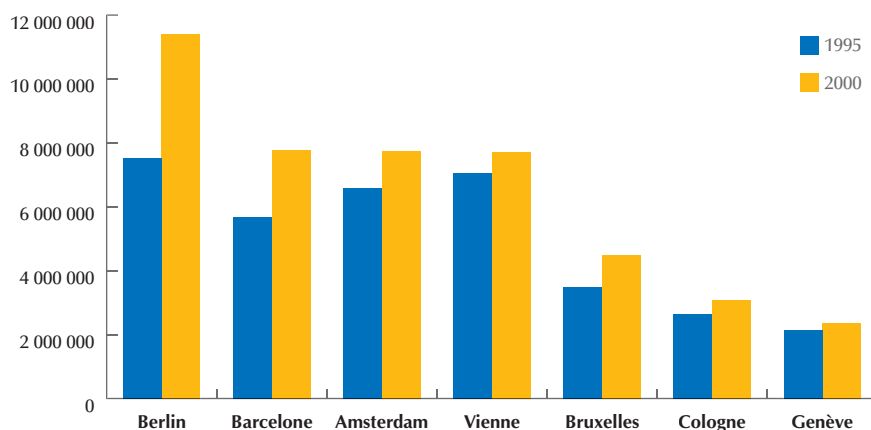
2.1.3/ Total des nuitées des principales villes belges (comparaison de 1995 et 2000)



Année	Bruxelles	Antwerpen	Brugge	Gent	Liège
1995	3.464.845	1.053.385	903.940	403.554	226.885
1996	3.983.064	1.122.466	1.004.237	473.310	239.896
1997	4.259.813	1.178.939	1.117.604	475.480	261.259
1998	4.083.978	1.344.211	1.186.638	529.714	236.190
1999	4.268.734	1.325.127	1.246.612	573.298	237.247
2000	4.496.895	1.387.617	1.268.695	622.112	325.364

Source : INS

2.1.4/ Total des nuitées pour quelques villes européennes (comparaison entre 1995 et 2000)

Source : European Cities
Tourism in TourMis

■ COMMENTAIRES :

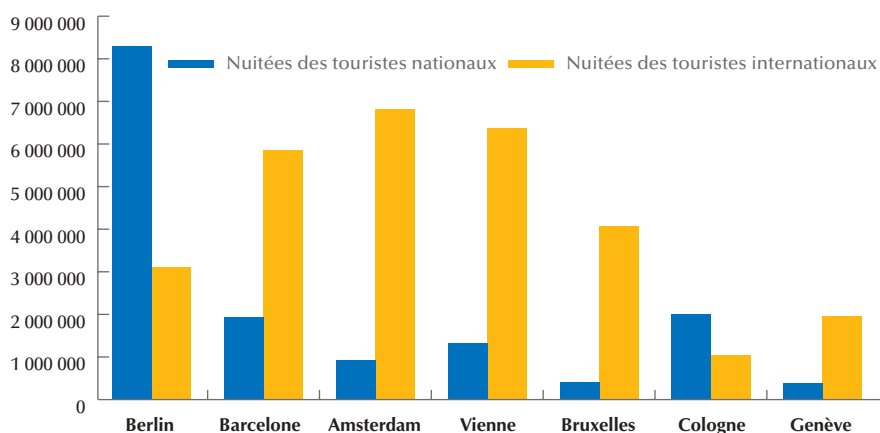
. *TourMis est un système d'information marketing. Il est associé à 110 destinations européennes. L'objectif est de fournir des statistiques du tourisme fiables sur 10 ans.*

. *Le nombre d'arrivées à Londres est de 28.300.000 arrivées.*

. *Le nombre de nuitées à Paris est de 31.633.273 nuitées.*

. *En 2000, Hanovre a mis sur pied l'exposition universelle. Le nombre de nuitées a progressé de 80% par rapport à 1999. En effet, les nuitées sont passées de 1.129.683 en 1999 à 2.030.944 en 2000.*

2.1.5/ Pourcentage des touristes nationaux et internationaux



	Nuitées des touristes nationaux	Part des nuitées des touristes nationaux	Nuitées des touristes internationaux	Part des nuitées des internationaux	Nuitées totales
Berlin	8.292.587	73%	3.120.338	27%	11.413.000
Barcelone	1.927.040	25%	5.850.540	75%	7.777.580
Amsterdam	924.000	12%	6.810.000	88%	7.734.000
Vienne	1.324.224	17%	6.376.857	83%	7.701.081
Bruxelles	412.967	9%	4.083.928	91%	4.496.895
Cologne	2.014.276	66%	1.052.124	34%	3.066.400
Genève	387.913	17%	1.957.663	83%	2.345.578

Source : European Cities Tourism in TourMis

2.1.6/ Les trois principaux marchés étrangers pour quelques villes européennes

Villes	Marché	Nuitées
Berlin	Etats-Unis	417.452
	Royaume-Uni	306.941
	Italie	261.014
Barcelone	Etats-Unis	1.093.124
	Royaume-Uni	1.056.687
	Allemagne	504.910
Vienne	Allemagne	1.661.917
	Royaume-Uni	719.533
	Italie	603.241
Bruxelles	Royaume-Uni	765.733
	France	480.896
	Etats-Unis	369.544
Cologne	Royaume-Uni	181.145
	Etats-Unis	128.495
	Italie	81.306
Genève	Etats-Unis	245.921
	Royaume-Uni	230.370
	France	178.805

Source : European Cities Tourism in TourMis

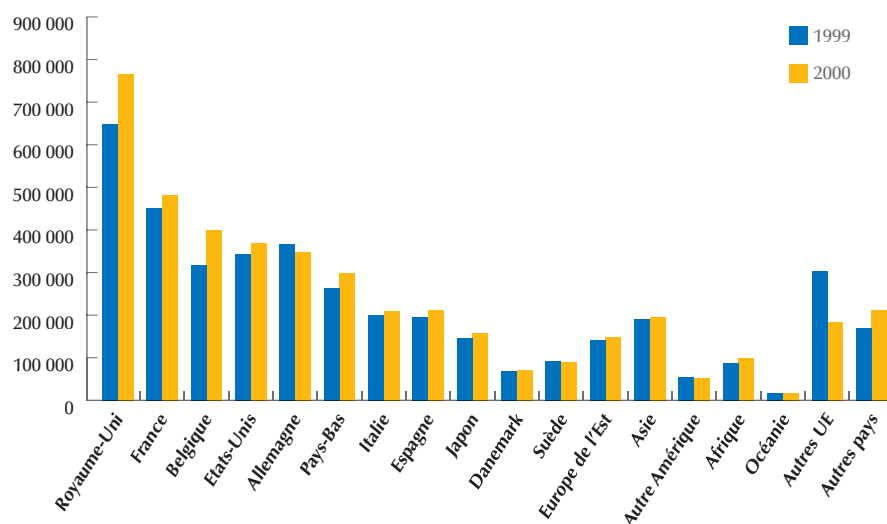
Les chiffres pour Amsterdam ne sont pas disponibles.

2.2/ Fréquentation des hôtels

	1999	2000
Nombre de nuitées pour la catégorie "hôtels" (1)	4.073.147	4.320.628
Taux d'occupation (2)	68%	70%
Prix moyen brut ⁵ par chambre d'hôtel (2)	4.389 F 108,80 EUR	4.820 F 119,487 EUR
Nombre d'arrivées pour la catégorie "hôtels" (1)	2.123.437	2.253.846
Durée moyenne du séjour en nombre de nuits pour la catégorie "hôtels" (1)	1,9	1,9

Source :
(1) INS
(2) Fed. Horeca Bruxelles

2.2.1/ Nombre de nuitées hôtelières par pays d'origine



⁵ Base calculée sur les réponses de 65 hôtels.

	1999	2000		Variation 2000/99
Royaume-Uni	647.956	765.733	18%	+18%
France	451.497	480.896	11%	+7%
Belgique	316.470	398.369	9%	+26%
Etats-Unis	343.379	369.544	9%	+8%
Allemagne	366.400	347.992	8%	-5%
Pays-Bas	264.368	299.640	7%	+13%
Italie	200.046	209.437	5%	+5%
Espagne	195.889	211.541	5%	+8%
Japon	146.877	158.033	4%	+8%
Danemark	69.239	70.324	2%	+2%
Suède	92.329	90.250	2%	-2%
Europe de l'Est	154.539	160.327	4%	+4%
Asie	191.748	195.709	5%	+2%
Autre Amérique	55.318	51.663	1%	-7%
Afrique	87.946	98.229	2%	+12%
Océanie	16.351	16.822	0%	+3%
Autres UE	303.015	184.633	4%	-39%
Autres pays	169.780	211.486	5%	+25%
Total	4.073.147	4.320.628	100%	+6%

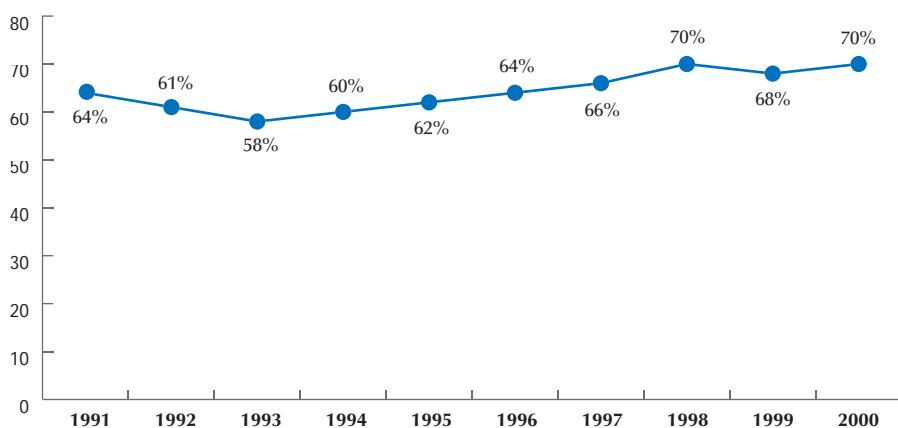
Source : INS

2.2.2/ Les trois principaux marchés étrangers pour les principales villes belges

Villes	Marché	Nuitées	%
Bruxelles	Royaume-Uni	765.733	17%
	France	480.896	11%
	Allemagne	347.992	8%
Brugge	Royaume-Uni	447.479	35%
	Pays-Bas	129.333	10%
	France	121.059	9%
Liège	France	71.084	22%
	Royaume-Uni	46.474	14%
	Allemagne	18.084	5%
Anvers	Pays-Bas	335.171	24%
	Royaume-Uni	182.911	13%
	Allemagne	132.562	10%
Gand	Royaume-Uni	128.891	21%
	Pays-Bas	127.642	21%
	Allemagne	71.295	11%

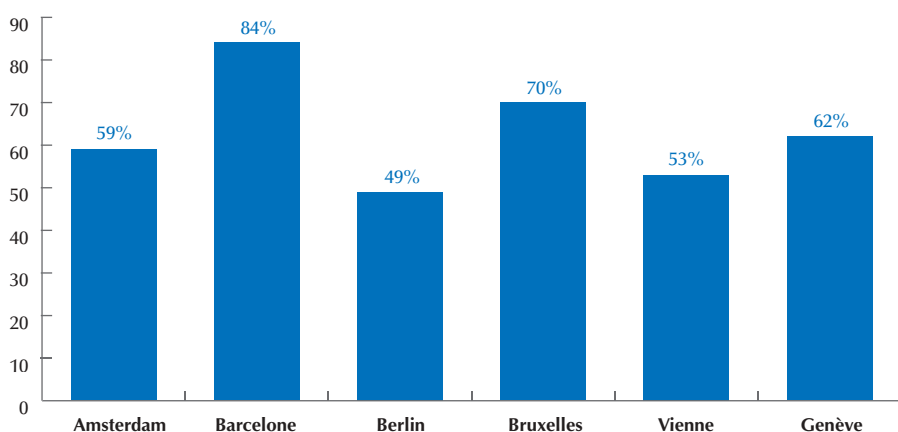
Source : INS

2.2.3/ Evolution du taux moyen annuel d'occupation par chambre



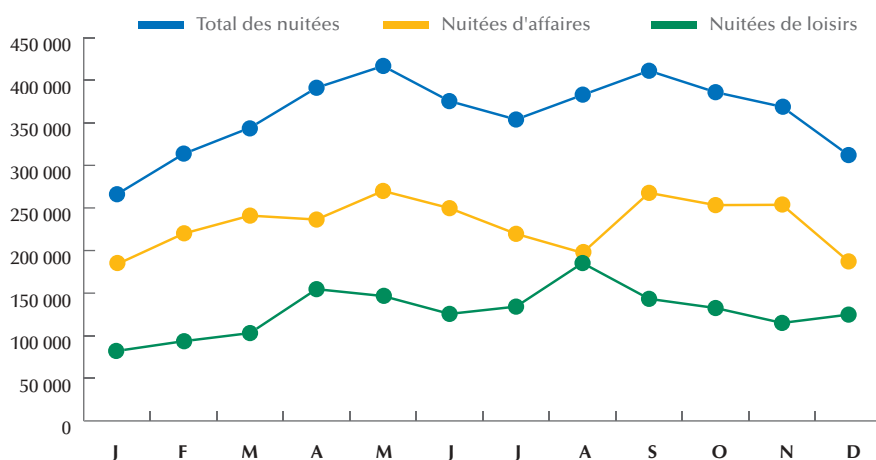
Source : Fédération Ho.Re.Ca. Bruxelles

2.2.4/ Taux moyen annuel d'occupation pour quelques villes européennes



Source : European Cities Tourism in TourMIS

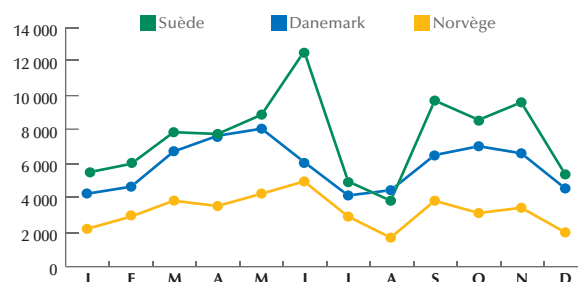
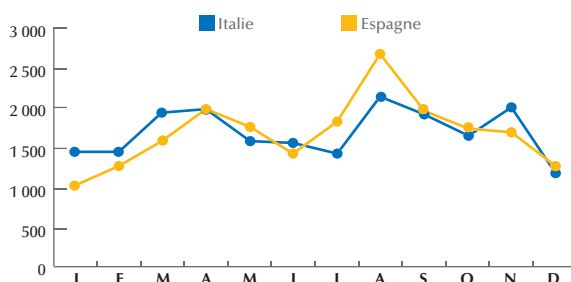
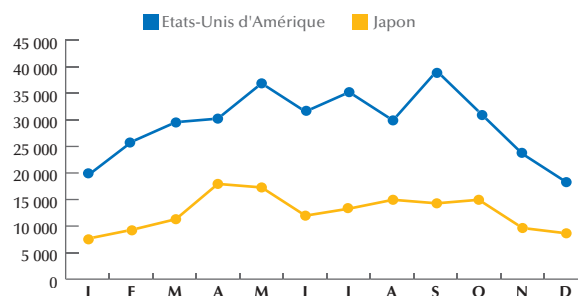
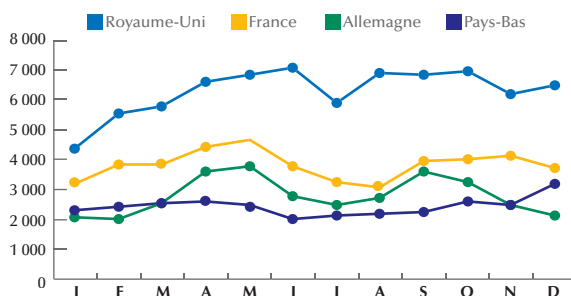
2.2.5/ Saisonnalité des nuitées hôtelières



Mois	Total des nuitées	Nuitées d'affaires		Nuitées de loisirs	
Janvier	266.091	183.928	7%	82.163	5%
Février	313.410	219.848	8%	93.562	6%
Mars	344.097	240.989	9%	103.108	7%
Avril	391.042	236.375	9%	154.667	10%
Mai	416.583	269.969	10%	146.614	10%
Juin	375.385	249.740	9%	125.645	8%
Juillet	353.789	219.614	8%	134.175	9%
Août	382.585	197.268	7%	185.317	12%
Septembre	411.018	267.708	10%	143.310	9%
Octobre	385.854	253.317	9%	132.537	9%
Novembre	368.726	253.694	9%	115.032	7%
Décembre	312.048	187.255	7%	124.793	8%
Moyenne	360.052	231.646	8%	128.410	8%
Total	4.320.628	2.779.701	100%	1.540.927	100%

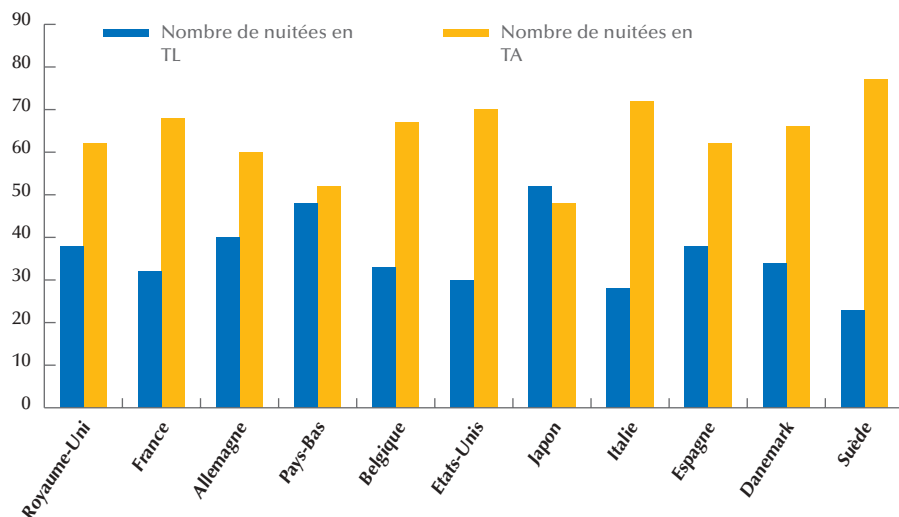
Source : INS

2.2.6/ Nuitées hôtelières par mois et par marché



Source : INS

2.2.7/ Nombre de nuitées hôtelières en tourisme de loisirs (TL) et en tourisme d'affaires (TA) par pays d'origine (%)



Pays d'origine	Nombre de nuitées en hôtel en tourisme de loisirs		Nombre de nuitées en hôtel en tourisme d'affaires	
	Nombre	%	Nombre	%
Royaume-Uni	287.765	38%	465.213	62%
France	146.142	32%	311.476	68%
Allemagne	132.384	40%	300.639	60%
Pays-Bas	139.185	48%	152.622	52%
Belgique	138.333	33%	274.632	67%
États-Unis	106.029	30%	244.382	70%
Japon	77.708	52%	72.934	48%
Italie	56.056	28%	147.388	72%
Espagne	77.570	38%	124.866	62%
Danemark	24.066	34%	46.258	66%
Suède	20.381	23%	69.869	77%

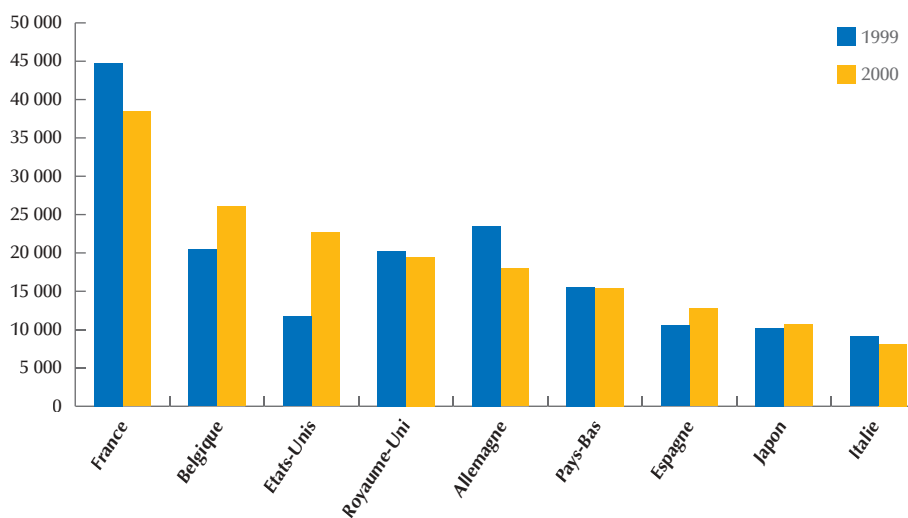
Source : INS

2.3/ Fréquentation des hébergements pour jeunes

	1999	2000
Nombre de nuitées (1)	235.909	238.495
Taux d'occupation (1)	76%	77%
Nombre d'arrivées (2)	137.940	127.969
Durée moyenne du séjour en nombre de nuits (1)	1,7	1,9

Source :
(1) Loger Jeunes
(2) INS

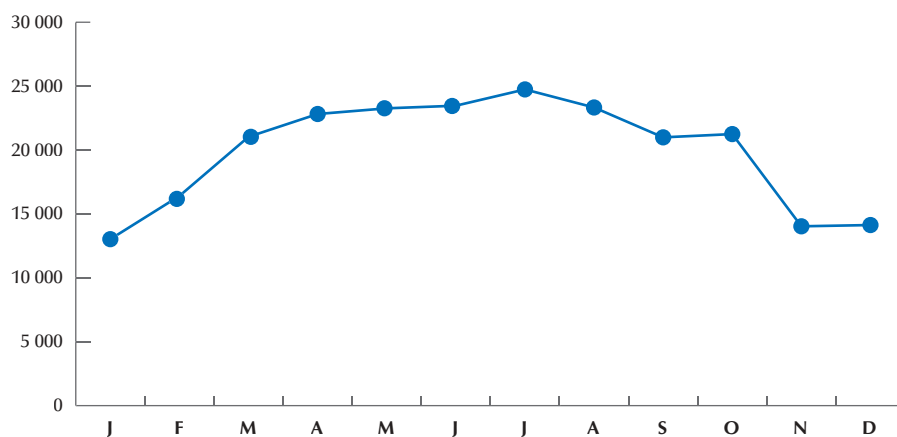
2.3.1/ Nuitées des hébergements pour jeunes par pays d'origine



Pays d'origine	1999	2000		Variation 2000/1999
Royaume-Uni	20.261	19.488	8%	-4%
France	44.739	38.450	16%	-14%
Allemagne	23.519	17.982	8%	-24%
Pays-Bas	15.538	15.440	6%	-1%
Etats-Unis	11.723	22.646	9%	+93%
Japon	10.233	10.643	4%	+4%
Espagne	10.526	12.731	5%	+21%
Italie	9.081	8.142	3%	-10%
Belgique	20.415	26.023	11%	+27%
Autres pays	69.874	66.950	28%	-4%
Total	235.909	238.495	100%	+1%

Source : Loger Jeunes

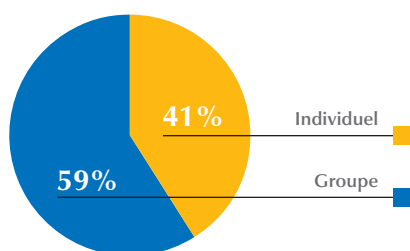
2.3.2/ Saisonnalité des nuitées en hébergement pour jeunes



Mois	1999	2000		Variation 2000/1999
Janvier	13.583	13.024	5%	-4%
Février	17.017	16.408	7%	-4%
Mars	21.123	21.033	9%	-0%
Avril	20.673	22.820	10%	+10%
Mai	21.985	23.264	10%	+6%
Juin	20.620	23.469	10%	+14%
Juillet	25.743	24.743	10%	-4%
Août	23.388	23.330	10%	-0%
Septembre	20.502	20.993	9%	+2%
Octobre	20.335	21.248	9%	+4%
Novembre	17.325	14.032	6%	-19%
Décembre	13.615	14.131	6%	-15%
Moyenne	19.659	19.875	8%	+0%
Total	235.909	238.495	100%	-1%

Source : Loger Jeunes

2.3.3/ Part des catégories groupes et individuels dans les centres d'hébergement pour jeunes



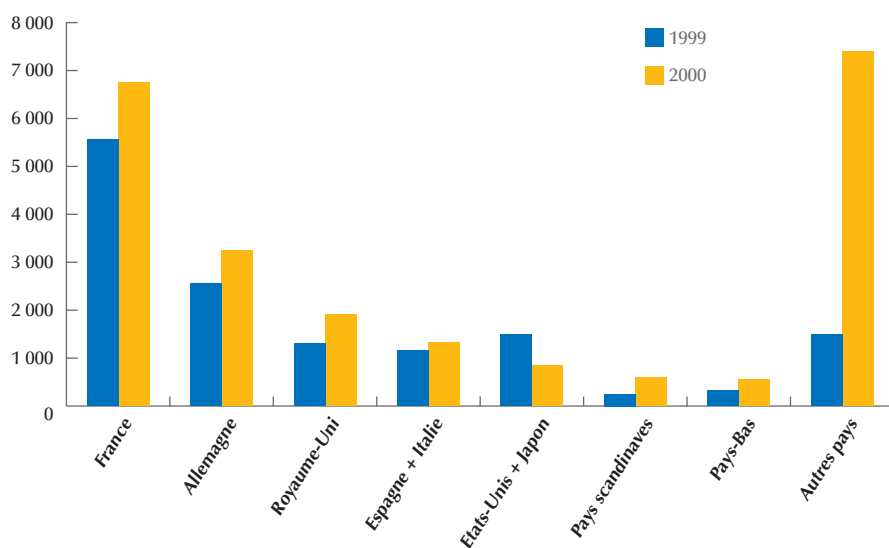
Source : Loger Jeunes (4 établissements ont répondu)

2.4/ Fréquentation des chambres d'hôtes

	1999	2000
Nombre de nuitées	19.333	22.626
Nombre d'arrivées	3.514	4.146
Durée moyenne du séjour en nombre de nuits	6,3	5,5

Source : Bed & Brussels et Taxi Stop

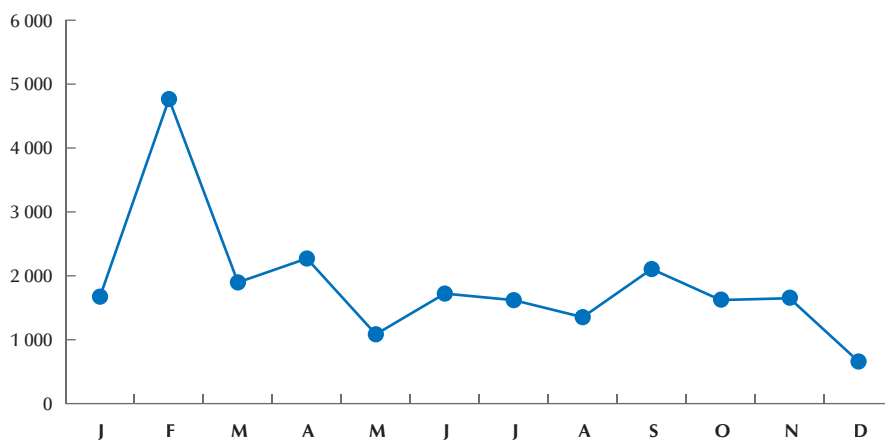
2.4.1/ Nombre de nuitées par pays d'origine



	1999	2000	
France	5.566	6.755	30%
Allemagne	2.566	3.251	14%
Royaume-Uni	1.312	1.907	8%
Espagne + Italie	1.165	1.331	6%
Etats-Unis + Japon	1.484	841	4%
Pays scandinaves	251	591	3%
Pays-Bas	320	558	2%
Autres pays	6.669	7.392	33%
Total	19.333	22.626	100%

Source : Bed & Brussels
et Taxi Stop

2.4.2/ Saisonnalité des nuitées en chambres d'hôtes



Mois	1999	2000	
Janvier	1.670	1.674	7%
Février	1.513	4.766	21%
Mars	1.760	1.897	8%
Avril	1.501	2.271	10%
Mai	1.500	1.085	5%
Juin	1.271	1.722	8%
Juillet	1.489	1.619	7%
Août	1.822	1.353	6%
Septembre	2.152	2.106	9%
Octobre	1.950	1.621	7%
Novembre	1.864	1.853	8%
Décembre	841	659	3%
Moyenne	1.611	1.869	8%
Total	19.333	22.626	100%

Source : Bed & Brussels
et Taxi Stop

2.4.3/ But du séjour de la clientèle

But du séjour	1999	2000
Tourisme	27%	47%
Affaire	21%	44%
Stage	31%	9%
Non précisé	21%	-

Source : Bed & Brussels
et Taxi Stop

OBSERVATIONS

La capacité totale d'accueil en nombre de personnes à Bruxelles est de : _____ 29.684
 Capacité d'accueil en nombre de personnes des **hôtels** : _____ 28.765
 Capacité d'accueil en nombre de personnes des **hébergements pour jeunes** : _____ 854
 Capacité d'accueil en nombre de personnes des **chambres d'hôtes** : _____ 65

Au niveau de l'offre hôtelière, le nombre d'établissements reste stable. Par contre, 157 chambres supplémentaires se sont rajoutées, principalement dans les hôtels de catégorie 2 et 3 étoiles.

De façon générale, les hôtels haut de gamme sont des hôtels de grande capacité.

■ Bruxelles comme destination touristique

Pour l'ensemble des nuitées, Bruxelles a progressé de 59% de 1991 à 2000 et de 30% de 1995 à 2000. En 2000, les nuitées à Bruxelles ont augmenté de 5% par rapport à 1999.

La demande provient prioritairement des marchés suivants :

Le Royaume-Uni _____ (+18% par rapport à 1999)
 La France _____ (+7% par rapport à 1999)
 La Belgique _____ (+26% par rapport à 1999)
 Les Etats-Unis _____ (+8% par rapport à 1999)
 Les Pays-Bas _____ (+13% par rapport à 1999)

Les marchés limitrophes (Royaume-Uni, France, Allemagne et Pays-Bas) représentent 44% du total des nuitées hôtelières, 38% du total des nuitées en hébergements pour jeunes et 54% du total des nuitées en chambres d'hôtes.

Les marchés où l'Office de Promotion du Tourisme Wallonie-Bruxelles et / ou Toerisme Vlaanderen disposent d'un office de tourisme représentent 71% du total des nuitées hôtelières, 72 % du total des nuitées en hébergements pour jeunes et 67% du total des nuitées en chambres d'hôtes.

L'origine des autres clients est très diversifiée.

Pour le secteur hôtelier, la saison haute se situe d'avril à juin et d'août à novembre. Pour les hébergements pour jeunes, la saison s'étire du mois de mars au mois d'octobre. Pour les chambres d'hôtes, les mois les plus fréquentés sont les mois de janvier, avril et septembre. Cette période se caractérise par le début des stages à la Commission européenne.

Le taux d'occupation est au même niveau qu'en 1998 avec 70% des chambres d'hôtels occupées, soit le plus élevé de la décennie alors que l'offre a considérablement augmenté.

La durée de séjour dans les secteurs hôtelier et des hébergements pour jeunes est de 1,9 nuit. Dans les chambres d'hôtes, elle est de 5,5 nuits.

■ Bruxelles comme destination des séjours d'affaires

Pour l'ensemble des nuitées, Bruxelles a progressé de 25% de 1995 à 2000.

En 2000, les séjours d'affaires ont augmenté de 2% par rapport à 1999.

Les pays dont la part des séjours d'affaires est la plus importante sont : la Suède, l'Italie, les Etats-Unis et la France.

La saison haute pour les séjours d'affaires s'étale du mois de mars au mois de juin et du mois de septembre au mois de novembre.

Selon l'UIA, Bruxelles confirme sa deuxième position, après Paris, pour les congrès des associations internationales.

■ Bruxelles comme destination des séjours de loisirs

Pour l'ensemble des nuitées, Bruxelles a progressé de 38% de 1995 à 2000.

En 2000, les séjours de loisirs ont augmenté de 11% par rapport à 1999.

Les pays dont la part des séjours de loisirs est la plus importante sont le Japon et les Pays-Bas.

La saison haute pour les séjours de loisirs se définit en deux parties : les mois d'avril et mai et du mois de juillet au mois d'octobre.

La distinction séjours d'affaires et de loisirs se base sur les fiches remplies par les hôteliers, transmises à l'INS. En 2001, l'Observatoire a réalisé une étude sur les motivations des clients des hôtels à Bruxelles. Les résultats seront publiés début de l'année 2002.

■ Les nuitées des Belges à Bruxelles

Pour l'ensemble des nuitées, la part des Belges est de 9% des nuitées.

En 2000, les nuitées belges ont progressé de 26% par rapport à 1999.

Les données statistiques et les enquêtes de profils des touristes à Bruxelles montrent également la diversité des comportements touristiques par marché, comme par exemple la saisonnalité.

■ Le positionnement de la destination Bruxelles par rapport à d'autres villes européennes

Pour l'ensemble des nuitées, Bruxelles vient en 5^{ème} position après Berlin, Barcelone, Amsterdam et Vienne.

A Berlin, les principaux touristes sont des nationaux (73%).

Par rapport au taux d'occupation moyen annuel, Bruxelles se positionne en deuxième place après Amsterdam.

Sur le plan du tourisme de loisirs, le positionnement international de Bruxelles dans le City Marketing est principalement culturel et haut de gamme. Celui-ci peut se comparer à Amsterdam, Barcelone et Vienne.

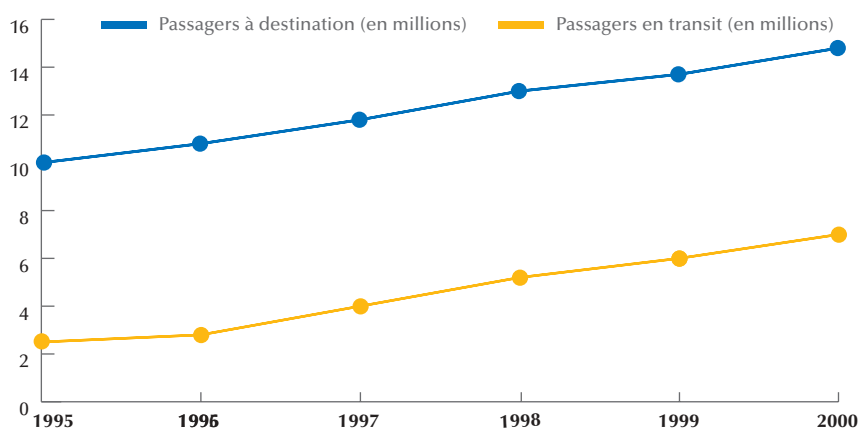
L'image et la compétitivité de Bruxelles doivent se renforcer grâce à une offre événementielle plus attractive. En effet, sur base des enquêtes de profil, l'atout d'un événement à caractère international est indiscutable pour l'image de Bruxelles. Même l'Eurofoot a confirmé cette tendance.

Modes de transport	Les acteurs	Les sources
■ Transport aérien	BIAC ¹ Sabena	BIAC Sabena
■ Autocariste	F.B.A.A. ²	F.B.A.A.
■ Transport ferroviaire	S.N.C.B. ³ Thalys International Eurostar	S.N.C.B. – Voyageurs nationaux S.N.C.B. – Voyageurs internationaux

1/ TRANSPORT AÉRIEN

1.1/ Aéroport de Bruxelles National

1.1.1/ Nombre de passagers et de passagers en transit sur l'aéroport de Bruxelles National de 1995 à 2000



¹Brussels International Airport Company
²Fédération Belge des Autocars et des Autocaristes
³Société Nationale des Chemins de fer Belges

Année	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Variation 2000/1999
Passagers à destination (en millions)	10,06	10,91	11,95	13,08	13,79	14,82	+7%
Passagers en transit (en millions)	2,54	2,61	3,99	5,4	6,22	6,78	+9%
Passagers total (en millions)	12,6	13,52	15,94	18,48	20,01	21,6	+8%

Source : Brutrends 2000 - BIAC

1.1.2/ Mouvements de vols sur l'aéroport de Bruxelles National en 1999 et 2000

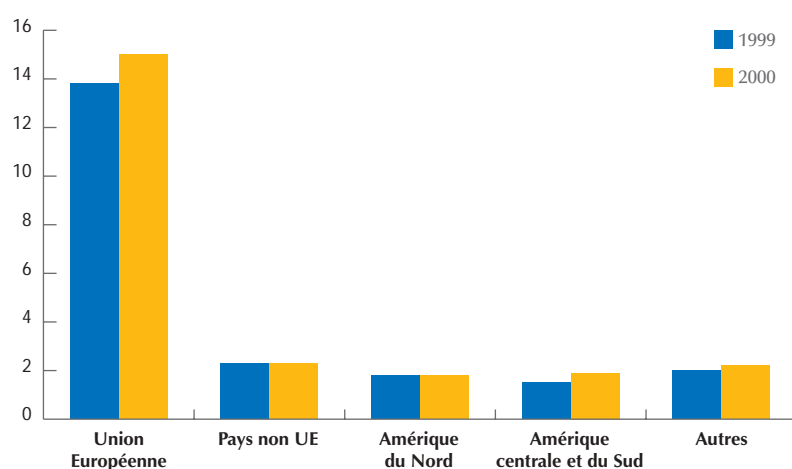
Types de vols	1999	2000	Part en %	Variation 2000/1999
Vols de passagers (régulier)	268.300	281.600	86%	+5%
Vols cargo	24.300	23.500	7%	-3%
Vols de l'aviation générale	14.000	15.400	5%	+10%
Vols militaires	7.200	5.700	2%	-21%
TOTAL	313.800	326.200	100%	+4%

Source : Brutrends 2000 - BIAC

1.1.3/ Nombre de passagers

Nombre de passagers (en millions)	1999	2000	Part en %	
Union Européenne	13,8	15,1	70%	+9%
Pays non EU	2,4	2,4	11%	-
Amérique du Nord	1,6	1,6	8%	-
Afrique	1,3	1,7	8%	+31%
Amérique centrale et du Sud	0,3	0,3	1%	-
Moyen Orient	0,4	0,3	1%	-25%
Asie	0,2	0,2	1%	-
TOTAL	20	21,6	100%	+8%

Source : Brutrends 2000 -
BIAC- transit inclus

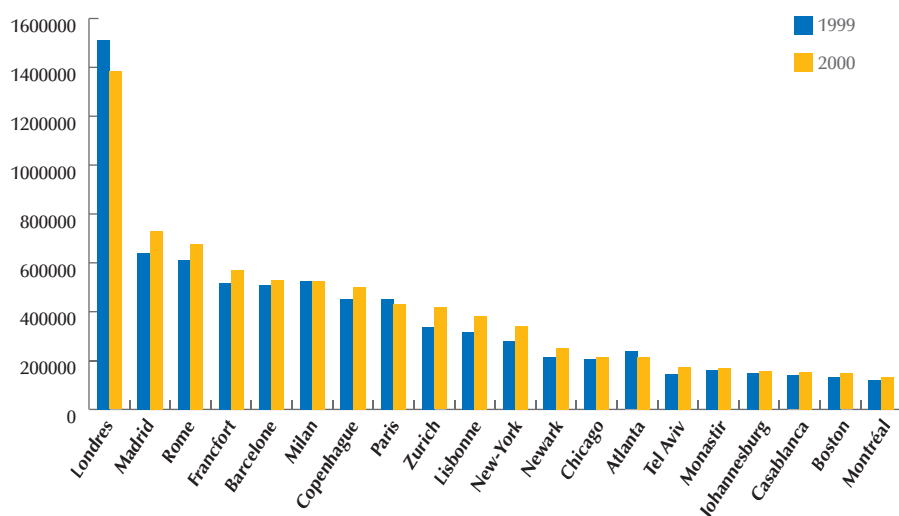


1.1.4/ Nombre de vols : top des 20 destinations

	1999	2000	Variation
Londres	25.466	21.677	-15%
Copenhague	8.617	9.582	+11%
Milan	7.790	8.693	+12%
Paris	9.266	8.587	-7%
Francfort	7.322	7.810	+7%
Madrid	6.938	7.576	+9%
Amsterdam	7.590	7.336	-3%
Rome	6.511	7.010	+8%
Barcelone	5.690	6.218	+9,3%
Munich	5.834	6.162	+5,6%
New-York	2.858	3.280	+14,8%
Casablanca	1.776	1.913	+7,7%
Tel Aviv	1.244	1.455	+17%
Newark	1.177	1.413	+20,1%
Monastir	1.175	1.272	+8,3%
Chicago	1.437	1.244	-13,4%
Atlanta	1.340	1.158	-13,6%
Los Angeles	728	881	+21%
Djerba	684	778	+13,7%
Hurghada	667	764	+14,5%

Source : Brutrends 2000 - BIAC

1.1.5/ Nombre de passagers : top des 20 destinations



	1999	2000	Variation
Londres	1.513.000	1.383.000	-8,6%
Madrid	641.000	731.000	+14,1%
Rome	612.000	678.000	+10,7%
Francfort	524.000	527.000	+1%
Barcelone	517.000	570.000	+10,2%
Milan	510.000	529.000	+3,6%
Copenhague	451.000	502.000	+11,3%
Paris	451.000	433.000	-4%
Zurich	336.000	417.000	+24,2%
Lisbonne	317.000	383.000	+21%
New-York	280.000	341.000	+21,9%
Newark	214.000	252.000	+17,9%
Chicago	208.000	216.000	+3,7%
Atlanta	237.000	213.000	-9,9%
Tel Aviv	144.000	174.000	+21,3%
Monastir	160.000	171.000	+7,1%
Johannesburg	149.000	157.000	+5,6%
Casablanca	139.000	153.000	+10,2%
Boston	134.000	147.000	+9,9%
Montréal	119.000	132.000	+11,3%

Source : Brutrends 2000 - BIAC

1.1.6/ Hôtellerie à l'aéroport

	1999	2000	Variation 2000/1999
Nombre d'hôtels	9	9	-
Nombre de nuitées	399.000	359.000	-10%

Source : Brutrends 2000 - BIAC

1.2/ Nombre de passagers voyageant par types de billets émis via la compagnie Sabena

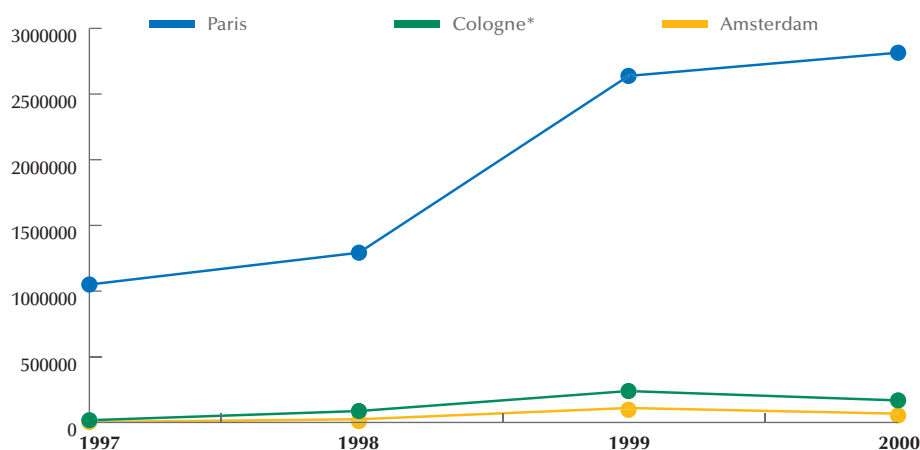
	1999		2000	
	Nombre	Pourcentage	Nombre	Pourcentage
Classe affaires	932.923	12%	1.171.228	14%
Classe économique	6.808.878	88%	7.325.033	86%
Total	7.741.801	100%	8.496.261	100%

Source : Sabena

2/ TRANSPORT FERROVIAIRE

2.1/ Trafic international

2.1.1/ Nombre de voyageurs auprès de Thalys à partir de et vers la destination Bruxelles de 1998 à 2000



Nombre de passagers	1997	1998	1999	2000
Paris	1.049.950	1.292.300	2.638.000	2.814.700
Cologne*	16.650	86.900	239.000	167.700
Amsterdam	3.250	24.100	110.000	66.800

Source :

SNCB - Thalys International

(*) à partir du 14/12/97

Autres provenances/destinations	2000
Marne la Vallée	154.662
Aéroport Charles de Gaulle	86.200
Aix-la-Chapelle	27.700
Genève	26.000
Rotterdam	13.700
La Haye	13.335
Schiphol	11.498
Düsseldorf**	7.900
Lyon	400
Autres	20.350

Source : SNCB

- (**) à partir de septembre 1998

■ COMMENTAIRES :

- . Les passagers de la rubrique "autres provenances/destinations" s'ajoutent à ceux du tableau précédent. Cela nous donne un total de 3.412.945.
- . Méthode de calcul du nombre de passagers : il s'agit du cumul des billets aller – retour. Le nombre de passagers vers Bruxelles est donc approximativement de 50%.

⁴Autres = tarifs groupes, tarifs Tour Opérateurs et les tarifs spéciaux (chiens, handicapés + accompagnateurs, VIP,...).

2.1.2/ Pourcentage des billets affaires / loisirs vendus sur Thalys de 1998 à 2000

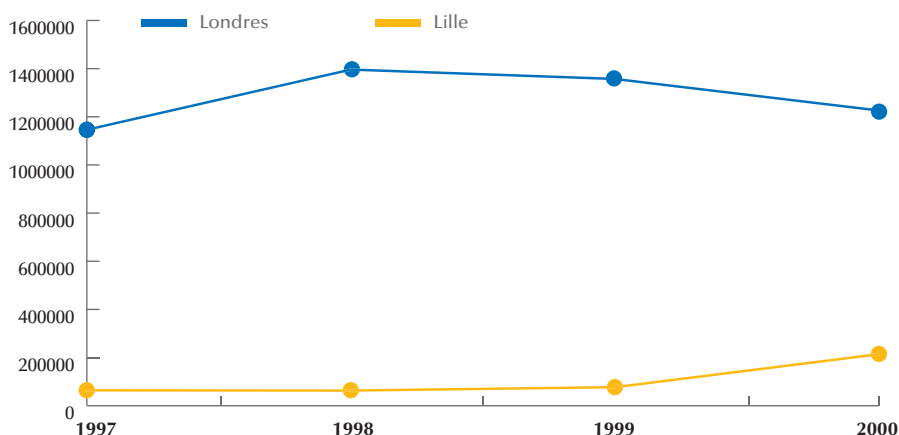
Types de billets	1998	2000
Affaires	31%	43%
Loisirs	54%	48%
Autres ⁴	15%	9%

Source : Thalys International

2.1.3/ Nombre de voyageurs sur Eurostar à partir de et vers Bruxelles de 1998 à 2000

Nombre de trajets	1997	1998	1999	2000
Bruxelles - Londres	1.146.000	1.396.000	1.357.000	1.226.000
Bruxelles - Lille	64.000	63.000	77.000	214.000
Total	1.210.000	1.459.000	1.434.000	1.440.000

Source : SNCB



2.1.4/ Pourcentage des billets affaires / loisirs sur Eurostar de 1998 à 2000

	1998	1999	2000
Affaires	17%	15%	20%
Loisirs	83%	85%	80%

Source : SNCB

2.2/ Trafic intérieur

2.2.1/ Nombre de billets vendus à destination de Bruxelles à partir de toutes gares belges

Nombre de billets* vendus	1999	2000
A destination de Bruxelles	4.367.110	4.765.237
A destination de Bruxelles-National	-	717.130

Source : SNCB

(*) Non compris les abonnements et les Pass.

3/ AUTOCARISTES

	1999	2000
Nombre de passagers	11.816.239	11.946.716
Nombre de kilomètres	132.735.038 dont 45% en Belgique	136.008.858 dont 44,7% en Belgique

Source : F.B.A.A.

OBSERVATIONS

Bruxelles est au centre d'un réseau de transport aérien et ferroviaire.

■ Au niveau aérien,

Le nombre de passagers à destination ou en provenance de Bruxelles a progressé de 71% de 1995 à 2000.

En 2000, le nombre de passagers a augmenté de 8% par rapport à 1999.

Les destinations les plus prisées sont les pays de l'Union Européenne avec 71%.

Les destinations les plus importantes en nombre de vols sont Londres, Copenhague, Milan, Paris et Francfort.

Les destinations les plus importantes en nombre de passagers sont Londres, Madrid, Rome, Francfort et Barcelone.

Les nuitées dans les hôtels de l'aéroport diminuent d'année en année.

■ Au niveau ferroviaire,

Paris a plus que doublé le nombre de passagers sur la ligne Thalys de 1995 à 2000.

En 2000, Paris a augmenté de 7% par rapport à 1999.

Certaines destinations ont un potentiel comme les destinations vers Euro Disney (Marne la Vallée) qui représentent 5% et vers les aéroports de Paris et d'Amsterdam qui représentent 3%.

Londres a augmenté de 7% les passagers sur la ligne Eurostar de 1995 à 2000.

En 2000, Londres a diminué de 10% par rapport à 1999.

1 / L'OFFRE

Les services culturels touristiques	Les acteurs	Les sources
■ Musées et attractions touristiques	Conseil Bruxellois des Musées ¹ Attractions et Tourisme ²	Conseil Bruxellois des Musées Attractions et Tourisme Observatoire du Tourisme à Bruxelles
■ Visites guidées culturelles	Guides Bruxelles Belgique ³ Voir et Dire Bruxelles ⁴ City Tours ⁵	BI-TC Voir et Dire Bruxelles
■ Événements ponctuels		Brochure Événement
■ Événements récurrents		Brochure Événement

1.1/ Les musées et les attractions touristiques

DÉFINITIONS

. *Un musée "est une institution permanente, sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public et qui fait des recherches concernant les témoins matériels de l'homme et de son environnement, acquiert ceux-là, les conserve, les communique et notamment les expose à des fins d'études, d'éducation et de délectation." ICOM*

. *Une attraction touristique "est un lieu de destination aménagé spécialement de façon permanente et exploité de façon régulière comme pôle d'intérêt naturel, culturel ou récréatif, dans le but d'accueillir professionnellement, sans réservation préalable, touristes, excursionnistes et visiteurs locaux. L'attraction touristique est constituée d'un ensemble d'activités et de services intégrés, clairement identifiables. Son accès est contrôlé. Les tarifs et les horaires sont publiés et respectés" - Définition et catégorisation des attractions touristiques – Convention Attractions & Tourisme – GT4 – 1998.*

A Bruxelles, on comptabilise 73 musées et 4 attractions.

1.2. Les visites guidées culturelles

Type d'associations	Nombre d'associations représentées	Nombre de circuits	Type de visites
Guides G.B.B.	1	20	Guides de tradition
Voir et Dire Bruxelles	6	172	Bruxelles autrement
City Tours	3	-	Tour de ville
Autres	9	-	De la visite classique à la visite pointue

Source : Dépliants des associations

¹ Le Conseil Bruxellois des Musées rassemble dans son association 75 musées et 2 partenaires – Mini-Europe et le musée de l'Ascenseur. 71 musées se situent en Région de Bruxelles-Capitale. Les 4 musées restants se trouvent dans le Brabant Wallon et le Brabant Flamand.

² L'a.s.b.l. Attractions et Tourisme comprend 15 membres bruxellois avec 4 attractions touristiques et 11 musées.

³ Les guides G.B.B. regroupent les guides diplômés officiels indépendants qui sont organisés administrativement par le BI-TC et créent des visites guidées pour groupes (prioritairement) et individuels.

⁴ L'association Voir et Dire Bruxelles regroupe les associations suivantes : l'ARAU, Arcadia, Bus Bavard, La Fonderie, Pro-Vélo et Itinéraires.

⁵ Sont compris dans les City Tours : Brussels City Tours, Calèches Moens et Helitour.

2. LA FRÉQUENTATION

2.1/ Musées et attractions touristiques

Depuis 1997, l'OPT et le GT4 ont initié la création d'une banque de données sur la fréquentation des attractions et des musées. En 1999, l'Observatoire du Tourisme à Bruxelles a repris la gestion de cette banque de données.

Pour respecter la confidentialité des données, nous présentons le secteur des attractions de deux façons :

> la fréquentation cumulée

> la répartition croissante en nombre de visiteurs

2.1.1/ La fréquentation cumulée du nombre de visiteurs

Elle permet de voir l'évolution sur deux années d'un même panel.

	1999	2000
Fréquentation d'un panel de 14 musées et attractions touristiques	1.909.746	1.698.997

Source :
Observatoire du Tourisme

2.1.2/ La répartition en fonction du nombre de visiteurs

1.001 et 10.000	10.001 et 100.000	> 100.001
2	7	8
<ul style="list-style-type: none"> . Musée Constantin Meunier . Musée Wiertz 	<ul style="list-style-type: none"> . Album . Maison d'Erasmus et le Béguinage . Musée de la Gueuze . Musée d'Ixelles . Musée Horta . Musée Postal . Scientastic Museum 	<ul style="list-style-type: none"> . Atomium . Autoworld . Centre Belge de la Bande Dessinée . Mini-Europe . Musée des Sciences Naturelles . Musée Royal de l'Armée et d'Histoire Militaire . Musées Royaux des Beaux-Arts . Océade

Source :
Observatoire du Tourisme

L'avantage de cette méthode est que chaque musée et attraction touristique peut se positionner par rapport à l'environnement touristique, tout en préservant la confidentialité de ses chiffres.

2.2/ Les visites guidées culturelles

2.2.1/ Nombre de visites et nombre de visiteurs

	1999	2000
Nombre total de visites guidées	7.055	7.288

Source : Guides G.B.B.
et Voir et Dire Bruxelles

2.2.2/ Part des langues utilisées lors des visites guidées

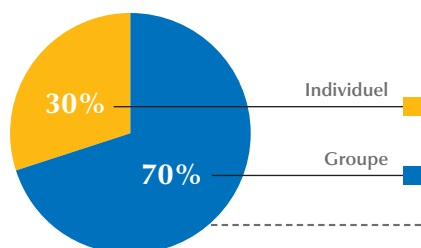
	Guides G.B.B.	Voir et Dire Bruxelles
Français	32%	60%
Néerlandais	23%	12%
Anglais	15%	20%
Allemand	25%	8%
Autres	5%	1%

Source : Guides G.B.B.
et Voir et Dire Bruxelles

■ COMMENTAIRES :

Pour les deux tableaux précédents, les chiffres des guides G.B.B et de l'association Voir et Dire Bruxelles ont été confondus pour préserver la confidentialité.

2.2.3/ Part des individuels et des groupes dans les visites guidées



Source : Voir et Dire Bruxelles

3/ LES ÉVÉNEMENTS PONCTUELS ET LES ÉVÉNEMENTS RÉCURRENTS À BRUXELLES

3.1/ Bruxelles 2000

	Lieu	Dates	Fréquentation 2000 - en nombre de visiteurs
Zinneke Parade	Bruxelles	Juin	+/- 300.000
Week-end d'ouverture	Bruxelles	Février	+/- 110.000
"Voici, 100 ans d'art contemporain"	Palais des Beaux-Arts	24/11 – 28/01	82.000
"L'Age d'or de Bruxelles. Les tapisseries de la Couronne d'Espagne"	Cathédrale des Saints Michel et Gudule	17/05 – 20/09	74.000
"Opéra, Un chant d'étoiles"	La Monnaie	Février à décembre	52.000
Le Grand Carrousel	Sablon	1-11 / 06	30.000

3.2/ Événements ponctuels

	Lieu	Dates	Fréquentation 2000 - en nombre de visiteurs
"Je n'aime pas la culture"	Parc des Expo. du Heysel	29/04 au 03/12	350.000
"Les Francs-Maçons dans la Cité"	Hôtel de Ville de Bruxelles	10/05 au 25/06	11.000
"Ferdinand Schirren : rétrospective d'un fauve"	Hôtel de Ville de Bruxelles	7/12/99 au 29/01/2000	10.000
"L'âge d'or du violon"	Hôtel de Ville de Bruxelles	1 au 3 mars	5.000

3.3/ Événements récurrents

	Lieu	Dates	Durée	Fréquentation 2000 - en nombre de visiteurs
Festival Jazz Marathon	Bruxelles			+/- 200.000
Marché de Noël	Grand-Place	Décembre	10 jours	+/- 100.000
Visite du Palais Royal	Palais Royal	Juillet – août	2 mois	164.000 ⁶
Les Serres Royales	Palais Royal de Laeken	Mai	12 jours	127.000
Festival du Film Fantastique	Auditorium Passage 44	Mars	16 jours	63.000
Festival Couleur café	Tour & Taxi	Juin	3 jours	50.000
Mémorial Ivo Van Damme	Stade Roi Baudouin au Heysel	Septembre	1 jour	46.000
Festival International du dessin animé et du film d'animation	Auditorium Passage 44	Février	12 jours	35.000
Eurantica	Parc des Expo. du Heysel	Mars	9 jours	30.000
KunstenfestivaldesArts		Mai	12 jours	27.628
Ars Musica	Bruxelles	Mars	15 jours	12.000
Drive-in Movies	Le Cinquantenaire	Juillet - août	Tous les W-E	16.500
Ommegang	Grand-Place			14.000 ⁷
Concours Reine Elisabeth	Palais des Beaux-Arts de Bruxelles	Mai		10.000
Festival d'Été				10.200
Printemps Baroque du Sablon	Sablon	Avril	1 semaine	
Festival des Brigittines	Chapelle des Brigittines	Août – sept.	2 semaines 1/2	2.600

Source : Observatoire du Tourisme

⁶ Erratum : en 1998, 269.000 visiteurs (Exposition Roi Baudouin) et en 1999, 136.000 visiteurs.

⁷ En 2000, diverses manifestations ont eu lieu cette année (visite du Roi d'Espagne, 24 mai, en juillet et 14 septembre)

4 / LE PROFIL DES VISITEURS

Sources :

Offices de tourisme : Enquêtes réalisées dans les offices du tourisme du 10 juin au 31 juillet 2000. 1.445 enquêtes ont été recueillies.

Enquêtes dirigées par le GT4.

Publics des musées : Enquêtes réalisées dans 6 musées à la fin des mois de juin et juillet 2000. 797 questionnaires ont été récoltés (enquête expérimentale). Enquêtes réalisées par le Conseil Bruxellois des Musées asbl avec le soutien de la Commission Communautaire Flamande.

Euro 2000 : Enquêtes réalisées auprès des spectateurs qui résident hors Belgique des matchs de football qui ont eu lieu à Bruxelles.

1.335 enquêtes ont été récoltées. Enquêtes gérées par ULB – GEPSS – IGEAT et HELDB – IAH pour le Minsitre Président de la Région Bruxelles-Capitale.

4.1/ Caractéristiques du visiteur

■ COMMENTAIRES

Toutes les informations recueillies lors de ces enquêtes ne sont pas utilisées, seuls quelques éléments importants du comportement touristique et du profil des personnes interrogées sont présentés. Les enquêtes de profil de visiteurs ont été réalisées à un moment pendant l'année bien précis -principalement pendant la période du mois de juin et juillet- et dans des lieux bien spécifiques. Le visiteur interrogé est, principalement, un visiteur individuel. Les visiteurs venant en groupes organisés et les groupes scolaires n'ont pas été questionnés de façon spécifique.

	Bureaux de tourisme		Publics des musées		Eurofoot 2000	
Pays de résidence des visiteurs interrogés	Belgique	28%	Belgique	45%	Hors Belgique uniq.	
	France	13%	Royaume-Uni	9%	France	23%
	Royaume-Uni	11%	Etats-Unis	9%	Pays-Bas	15%
	Etats-Unis	9%	France	8%	Allemagne	14%
	Pays-Bas	6%	Pays-Bas	5%	Suède	12%
	Autres	33%	Allemagne	4%	Italie	10%
			Autres	24%	Royaume-Uni	6%
Age moyen	37 ans		40 ans			
Taille du groupe du visiteur	Couple	29%	1 personne	28%	Amis	60%
	Seul	25%	2 personnes	40%	Famille	14%
	Amis	21%	(dont couple	28%)	Couple	12%
	2,5 membres dans le ménage en moy.		+ de 2 personnes	32%	Seul	10%
					Groupe	5%
Niveau d'études de la personne interrogée	Universitaire	55%	Universitaire	50%	Universitaire	34%
	Sup non univ	22%	Sup non univ	19%	Sup non univ	23%
	Second sup	17%	Second sup	12%	Second sup	31%
	Autre	6%	Autre	5%	Autre	12%
			Etudiant	14%		
Revenu mensuel moyen du ménage	99.050 BEF				81.200 BEF	
Dépense moyenne par personne et par jour	1.160 BEF - 28,75 EUR (hors transport et hors hébergement)				+/- 3.500 BEF - 86,76 EUR (hors transport)	

4.2/ Caractéristiques de la visite

	Bureaux de tourisme		Eurofoot 2000		
Séjour ou excursion pour les résidents hors Belgique	Excursion	12% (20% hors Belg.)	Excursion	60%	
	Séjour	88% (80% hors Belg.)	Séjour	40%	
Durée du séjour	5,1 nuitées		4,3 nuitées		
Transport pour atteindre Bruxelles	Résidents en Belgique		Résidents hors Belgique		
	Voiture	28%	Voiture	60%	
	Train	22%	Avion	20%	
	Autocar	1%	Train	12%	
	Résidents hors Belgique		Autocar		7%
	Train	37%			
	Avion	29%			
	Voiture	28%			
Hébergement	Hôtel dont	53%	Hôtel dont	60%	
	1 à 3 étoiles	38%	1 à 3 étoiles	46%	
	4 ou 5 étoiles	15%	4 ou 5 étoiles	14%	
	Amis, famille	18%	Amis et famille	18%	
	Auberge de jeunesse	14%	Auberge de jeunesse	10%	
	Camping	7%	Camping	8%	
	Chambre d'hôtes	3%	Chambre d'hôtes	2%	

Les sources d'information proviennent principalement de la famille et des amis (32%), ensuite des guides et livres (27%), des médias (15%), des annonces de presse (14%).

4.3/ Activités lors de la visite

	Bureaux de tourisme		Publics des musées		Eurofoot 2000	
Activités (3 ou 4 réponses possibles)	Visite ville	67%	Visite ville	36%	Visite ville	51%
	Shopping	29%	Aucune	28%	Aucune	44%
Choix multiples	Restaurant	21%	Restaurant	18%	Visite autre ville	15%
	Boire un verre	19%	Autre musée	16%	Musée	7%
	Musée	19%	Shopping	15%	Cinéma	2%
	Visite guidée de Bruxelles	10%	Attraction/ parc d'attractions	10%	Exposition	2%
					Spectacle	2%

4.4/ Image de Bruxelles

Le chapitre de l’image de Bruxelles a été uniquement traité lors de l’enquête dans les offices de tourisme.

Aspects positifs de Bruxelles	Architecture	34%
	Gentillesse	14%
	Ville culturelle	8%
	Ville cosmopolite	7%
	Ville agréable	6%
	Ville variée	5%
	Gastronomie	5%
Aspects négatifs de Bruxelles	Manque de propreté	17%
	Mauvaise signalisation	13%
	Climat déplorable	13%
	Trop de circulation	9%
Représentation de Bruxelles (3 réponses possibles)	Capitale Européenne	50%
	Ville culturelle	36%
	Ville d’art	35%
	Ville multiculturelle	30%
	Centre d’affaire	23%
	Ville de l’Art de vivre	13%

OBSERVATIONS

Bruxelles a une offre culturelle, architecturale et gastronomique importante et diversifiée. Les services culturels touristiques sont également éclectiques : 75 musées et 3 attractions touristiques récréatives, 19 associations offrent plus de 200 circuits touristiques pour groupes et individuels. Depuis 2000, sont organisés des parcours en bus “Hop On/Hop Off”. Une série d’évènements ponctuels ou récurrents se déroulent durant toute l’année. Deux événements majeurs sont venus ponctuer cette offre : “Bruxelles 2000, capitale culturelle de l’Europe” et “Eurofoot 2000”.

Depuis 1999, l’Observatoire réalise des enquêtes sur les profils des visiteurs dans des lieux touristiques : grandes expositions, grand place, offices du tourisme, attractions touristiquesEn 2000, ces enquêtes se sont concentrées pendant la période de l’été et ont pu être complétées par les initiatives de partenaires tel le Conseil Bruxellois des Musées. Ces enquêtes permettent de mieux cerner les profils spécifiques des visiteurs en un lieu ou pour une activité précise à un moment de l’année. C’est ainsi, par exemple, que l’on observe des variations significatives dans les durées de séjour par rapport à des moyennes statistiques annuelles. Ces enquêtes permettent également d’identifier des analogies entre les visiteurs, par exemple concernant leurs activités.

> *Enquête dans les bureaux de tourisme.*

Le tourisme est cosmopolite : les personnes qui se sont adressées aux bureaux de tourisme durant la période de l’enquête sont originaires de 70 pays différents. La majorité des touristes a un niveau d’études supérieures ou universitaires et des revenus plutôt élevés. Près de 90 % des touristes étrangers viennent en Belgique pour un séjour et, parmi eux, 88 % logent à Bruxelles, la plupart du temps dans un hôtel (+ de 50 %). Qu’ils soient étrangers ou résidents en Belgique, leurs activités à Bruxelles sont principalement : une visite libre de Bruxelles, aller au restaurant, faire du shopping et visiter un musée. Bruxelles est prioritairement perçue comme la capitale de l’Europe, cependant, plus de 30 % des personnes interrogées retiennent également sa vie culturelle, son patrimoine et sa dimension multiculturelle.

> *Enquête dans les musées bruxellois.*

Les visiteurs sont principalement des femmes actives ayant suivi un enseignement supérieur universitaire ou non. La décision de visiter un musée se prend le plus souvent peu de temps avant la visite. Si les motivations du déplacement dans un musée bruxellois sont

principalement liées à un déplacement de loisirs, il faut noter qu'1 personne sur 6 se rend dans les musées pour des raisons professionnelles ou lors de l'accueil de membres de la famille ou d'amis.

> *Enquête à l'occasion de l'Eurofoot 2000.*

Les spectateurs étaient majoritairement de jeunes adultes appartenant aux catégories socio-économiques moyennes et élevées. Ils venaient principalement des pays limitrophes, hormis des Pays-Bas, co-organisateurs de l'Eurofoot. Deux supporters sur 10 étaient à Bruxelles dans le cadre d'un séjour et logeaient principalement en hôtel.

■ L'image de Bruxelles

L'image d'une destination touristique est plus qu'une addition de points forts et de points faibles. Elle se construit de plusieurs manières dans la perception du touriste potentiel. Chez lui, dans son pays, il est exposé à la campagne publicitaire, l'article de presse, la promotion du voyageur et du transporteur. Chez nous, à Bruxelles, l'image se construit grâce à l'accueil du taxi, du magasin, du restaurant et de l'hôtelier, l'information du bureau de tourisme et sa documentation, la propreté, l'agrément des quartiers, la mobilité, l'accessibilité aux lieux patrimoniaux et l'animation événementielle. Pour qu'une image soit attractive, il faut qu'une destination entre dans le système de représentations de ses clients potentiels. Lorsque la destination y "trouve une place" les touristes retiendront les informations qui les conforteront dans leur perception et recommanderont cette destination autour d'eux.

Bruxelles est principalement perçue en tant que "la capitale de l'Europe", sa vie culturelle et son patrimoine, son caractère multiculturel où il fait bon vivre et la qualité de l'accueil de ses habitants. Pour communiquer à bon escient, il est nécessaire de tenir compte de ces éléments.

L'importance de l'organisation d'événements culturels de portée internationale. Le tissu des événements culturels exceptionnels ou récurrents ont un rôle majeur pour renouveler la communication et l'intérêt pour une destination. "Le tourisme événementiel fait partie des segments d'activité qui sont les plus porteurs"⁷, surtout un événement de portée internationale.

A ce propos, les enquêtes menées par l'Observatoire au cours des expositions Magritte et Ensor ont montré l'impact d'une promotion touristique internationale sur l'attractivité d'un grand événement culturel auprès de la cible prioritaire du City Marketing pour le tourisme de loisirs à Bruxelles : les couples de plus de 40 ans de la classe socio-économique A-B-C1.

L'événement culturel majeur exceptionnel peut susciter la décision de se rendre à Bruxelles pour un séjour d'agrément ou permettre la prolongation d'un séjour. Il peut également fidéliser un public. Ces événements ont un impact médiatique, ils stimulent également l'élaboration de forfaits des professionnels du voyage.

Cependant, leurs retombées se mesurent également à moyen et long terme au niveau de la notoriété de Bruxelles. Dans le foisonnement des offres culturelles, les grands événements doivent "faire la différence" c'est à dire accroître l'attractivité de Bruxelles, y générer des flux de courts séjours touristiques et, à terme, nourrir son image touristique et culturelle. Le dynamisme d'une telle politique peut dès lors apporter une plus-value dans le domaine de l'emploi.

En 2000, l'Observatoire du tourisme a mené une réflexion sur l'organisation d'événements culturels majeurs à Bruxelles en collaboration avec différents partenaires culturels, universitaires et politiques.

Les points essentiels pour que l'événementiel devienne un levier de développement touristique durable peuvent se résumer comme suit :

- définir un thème fort et enraciné dans la vie culturelle bruxelloise ;
- être programmé pour une durée de 6 mois ;
- diagnostiquer les conditions optimales de son organisation et de son insertion dans la vie culturelle locale, afin de susciter l'adhésion des habitants ;
- gérer par des professionnels la conception, la communication culturelle et touristique et la commercialisation auprès des résidents et sur les marchés internationaux ;
- faire l'objet d'un plan de gestion et d'un financement mixte (recettes propres, sponsoring privé et investissements publics) ;
- mesurer l'impact et la viabilité sur plusieurs années en s'adaptant à l'évolution des attentes des consommateurs.

Depuis 1996, les thèmes annuels de promotion touristique ont un rôle fort important: valoriser les "piliers" de l'offre touristique à Bruxelles.

En 2000, les parcs et jardins de Bruxelles.

Elaborés en étroite collaboration avec les administrations publiques, Attractions et Tourisme, des prestataires de services touristiques bruxellois, les bureaux de tourisme à l'étranger et leur maison mère à Bruxelles, ces thèmes annuels permettent de stimuler des initiatives de qualité de la part des prestataires concernés, de valoriser de manière prioritaire un des piliers patrimoniaux qui sont le fondement de l'image de "Bruxelles ma découverte", de générer une intense communication médiatique internationale et de développer la programmation des professionnels du voyage.

⁷ Francis Scherly, consultant en tourisme à Montreux et professeur associé à l'Université de Lausanne (HEC).

LES PARTENAIRES DE L'OBSERVATOIRE

Fédération Horeca Bruxelles

Loger Jeunes

Bed & Brussels

Taxi Stop

INS

Sabena

BIAC

FBAA

SNCB

Conseil Bruxellois des Musées

Attractions & Tourisme

Guides Bruxelles Belgique

Voir et Dire Bruxelles

City Tours

BAPCO

STIB

Fondation pour les Arts

TO Incoming

Bruxelles Congrès

AVEC LA COLLABORATION DU :

GT4

OGM

Concours Reine Elisabeth

Ommegang

Drive In

CONTACTS :

Béatrice Walgraeve

Rue Marché-aux -Herbes 61

1000 Bruxelles

T 02 504 02 36/ F 02 513 69 50

e-mail : beatrice.walgraeve@opt.be

