



# OBSERVATOIRE DU TOURISME A BRUXELLES

RAPPORT ANNUEL

2001

2001



BRUXELLES INTERNATIONAL -  
TOURISME & CONGRES - BITC



TOERISME  
VLAANDEREN



**OBSERVATOIRE**  
DU TOURISME A BRUXELLES

2001

RAPPORT ANNUEL



<b>INTRODUCTION</b>	<b>6</b>	1.1.2/ Mouvements de vols sur l'aéroport de Bruxelles National en 1999 et 2000	21
Les objectifs de la 4ème édition de l'Observatoire du tourisme à Bruxelles	7	1.1.3/ Nombre de passagers	22
<b>HEBERGEMENT</b>	<b>8</b>	1.1.4/ Nombre de vols : top des 20 destinations	22
<b>1/ L'OFFRE EN HÉBERGEMENT</b>	<b>8</b>	1.1.5/ Nombre de passagers : top des 20 destinations	23
<b>1.1/ L'offre hôtelière</b>	8	1.1.6/ Hôtellerie à l'aéroport	23
<b>1.2/ L'offre en hébergements pour jeunes</b>	8	<b>1.2/ Nombre de passagers et de mouvements de vols à Brussels South Charleroi Airport</b>	24
<b>1.3/ L'offre en chambres d'hôtes</b>	8	<b>2/ TRANSPORT FERROVIAIRE</b>	<b>24</b>
<b>1.4/ L'offre en appart'hôtels</b>	8	<b>2.1/ Trafic international</b>	24
<b>2/ LA FRÉQUENTATION</b>	<b>9</b>	2.1.1/ Nombre de voyageurs sur Thalys	24
<b>2.1/ Total général des nuitées</b>	9	2.1.2/ Pourcentage des billets affaires / loisirs vendus sur Thalys	25
2.1.1/ Total des nuitées de 1991 à 2001	9	2.1.3/ Nombre de voyageurs sur Eurostar à partir	25
2.1.2/ Total des nuitées de 1995 à 2001	9	2.1.4/ Pourcentage des billets affaires / loisirs sur Eurostar	26
2.1.3/ Total des nuitées des principales villes belges	10	<b>2.2/ Trafic intérieur</b>	26
2.1.4/ Total des nuitées pour quelques villes européennes	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	<b>3/ AUTOCARISTES</b>	<b>26</b>
2.1.6/ Les trois principaux marchés étrangers pour quelques villes européennes	11	■ <b>Observations</b>	<b>26</b>
<b>2.2/ Fréquentation des hôtels</b>	12	<b>SERVICES CULTURELS TOURISTIQUES 27</b>	
2.2.1/ Nombre de nuitées hôtelières par pays d'origine	12	<b>1/ L'OFFRE</b>	<b>27</b>
2.2.2/ Les trois principaux marchés étrangers pour les principales villes belges	13	<b>1.1/ Les musées et les attractions touristiques</b>	27
2.2.3/ Evolution du taux d'occupation moyen annuel par chambre	13	<b>1.2/ Les visites guidées culturelles</b>	27
2.2.4/ Taux moyen annuel d'occupation pour quelques villes européennes	13	<b>2/ LA FRÉQUENTATION</b>	<b>28</b>
2.2.5/ Saisonnalité des nuitées hôtelières	14	<b>2.1/ Les musées et attractions touristiques</b>	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 et en tourisme d'affaires en Région de Bruxelles-Capitale	15	2.1.2/ La répartition en fonction du nombre de visiteurs	28
<b>2.3/ Fréquentation des hébergements pour jeunes</b>	15	<b>2.2/ Les visites guidées culturelles</b>	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 hébergements 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 hébergements pour jeunes	17	2.2.3/ Part des individuels et des groupes dans les visites guidées	29
<b>2.4/ Fréquentation des chambres d'hôtes</b>	17	<b>3/ LES ÉVÉNEMENTS PONCTUELS ET LES MANIFESTATIONS PERMANENTES À BRUXELLES 30</b>	
2.4.1/ Nombre de nuitées par pays d'origine	18	<b>3.1/ Les événements ponctuels</b>	30
2.4.2/ Saisonnalité des nuitées en chambres d'hôtes	18	<b>3.3/ Les événements récurrents</b>	30
2.4.3/ But du séjour de la clientèle	19	<b>4/ LE PROFIL DES VISITEURS</b>	<b>31</b>
■ <b>Observations</b>	<b>19</b>	■ <b>Observations</b>	<b>33</b>
<b>TRANSPORT</b>	<b>21</b>		
<b>1/ TRANSPORT AÉRIEN</b>	<b>21</b>		
<b>1.1/ Aéroport de Bruxelles National</b>	21		
1.1.1/ Nombre de passagers et de passagers en transit sur l'aéroport de Bruxelles National	21		

## 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
- Toerisme Vlaanderen (TVI)

Une **structure fonctionnelle** associe le "City marketing" de Bruxelles International 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, 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, SN Brussels Airlines, BIAC, SNCB, BAPCO, 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'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.

Lors de la présentation du rapport annuel précédent, en décembre 2001, l'Observatoire du Tourisme avait annoncé qu'il se fixait comme objectif de réduire les délais pour l'obtention et la communication des données annuelles.

Bien qu'il faille un certain temps pour obtenir des données fiables, nous sommes parvenus à les récolter et à les communiquer pour la fin du mois de novembre.

### ■ 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°7*

Les chiffres clés du marché de l'emploi touristique.  
Période de référence 1992 – 1999.

*Lettre de l'Observatoire n°8*

Les chiffres clés du tourisme en 2001.

*Lettre de l'Observatoire n°9*

L'enquête sur les publics des musées.

*Lettre de l'Observatoire n°10*

L'enquête sur les profils des touristes en séjour loisir à Bruxelles.

## ■ ETUDES SPECIFIQUES

En 2001, une enquête de motivations dans les hôtels à Bruxelles a été menée par l'Observatoire du Tourisme, grâce au soutien de la Cocof et à la collaboration de la Fédération Ho.Re.Ca Bruxelles et une trentaine d'hôteliers.

Cette enquête s'est déroulée de juin à novembre 2001. Elle a pour objectif de répondre aux questions suivantes :

- Qui sont les clients des hôtels et d'où viennent-ils ?
- Quand les voyageurs se déplacent à Bruxelles, s'agit-il d'un déplacement exclusivement pour des raisons professionnelles, exclusivement pour de l'agrément ou une combinaison des deux ? Est-il possible de mesurer la part de chacune de ces motivations ?
- Pour les clients qui viennent à Bruxelles dans un but d'agrément ou pour affaires et logent dans un hôtel, quelles sont les principales activités ?

Un résumé de cette enquête est présenté dans ce rapport.

A la suite de cette enquête, il est prévu, avec les partenaires, d'élaborer des recommandations opérationnelles visant à définir de nouvelles pistes touristiques pour Bruxelles.

## ■ 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.observatoiretourisme.irisnet.be> ou

<http://www.observatoriumtoerisme.irisnet.be>.

> *Viviane JACOBS* Directeur général Office de Promotion du Tourisme Wallonie – Bruxelles

> *André VRYDAGH* Directeur City Marketing de Bruxelles

> *Urbain CLAEYS* Administrateur général Toerisme Vlaanderen

## LES OBJECTIFS DE LA 4ÈME 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 QUATRIÈME RAPPORT ANNUEL

A POUR OBJECTIFS :

- de comparer les données à court terme (2001 / 2000) et à moyen terme (2001 / 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.
  - Le profil des touristes 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 <sup>1</sup> Commission communautaire française Toerisme Vlaanderen	Institut National de Statistiques (INS) <sup>2</sup> Catalogue Hôtels Fédération Horeca
■ Centres d'hébergements pour jeunes	Loger Jeunes <sup>3</sup>	INS Loger Jeunes
■ Chambres d'hôtes	Bed & Brussels Taxi Stop Commission communautaire française	Bed & Brussels Taxi Stop

### 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	Nombre d'établissements membres d'Horeca situés à Bruxelles
*****	16	4.137	15	7.850	16
****	38	4.484	43	9.380	30
***	44	3.526	48	9.171	31
**	23	614	26	2.420	7
*	10	197	16	786	2
<b>Total hôtels reconnus</b>	<b>131</b>	<b>12.958</b>	<b>148</b>	<b>29.815</b>	<b>85</b>
Autres <sup>4</sup>	1	5	27	1.101	1
<b>Total général</b>	<b>132</b>	<b>12.963</b>	<b>175</b>	<b>30.916</b>	<b>86</b>
Source : -----	Catalogue Hôtels BITC 2002 (reconnaissance 2001)		INS 2001		Fed. Ho.Re.Ca Bruxelles 2001

#### ■ COMMENTAIRES :

. En 2001, 132 établissements ont été reconnus par la Commission communautaire française de la Région Bruxelles Capitale et par Toerisme Vlaanderen.

. L'Institut National de Statistiques construit sa banque de données sur base des relevés des communes.

. En 2001, l'INS a organisé une réforme des statistiques du tourisme. Pour 2002, un des changements essentiels est d'aligner leur base de données sur les administrations publiques pour les établissements reconnus.

. 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	691

Source : Loger jeunes 2001

#### ■ COMMENTAIRES :

. L'auberge de jeunesse Jacques Brel était en rénovation en 2001.

### 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 reconnues (1)	55	88	175
Chambres d'hôtes inscrites dans les associations (2)	157	255	456

Source : (1) Commission communautaire française de la Région Bruxelles Capitale (reconnaissance 2001)  
(2) Bed & Brussels et Taxi Stop 2001

### 1.4 / L'offre en appartôtels

Les appartôtels peuvent prendre différentes formes :

- . Certains hôtels possèdent un service appartôtel.
- . Une part des appartôtels est reconnue par les instances publiques en tant qu'hôtels.

Ces deux premières parties sont reprises dans la catégorie

"hôtels" dans le guide hôtels édité par le BI-TC et à l'INS.

- . Une autre part des appartôtels est répertoriée comme "appartôtels" par l'INS et est identifiée dans la catégorie "autres". Ces appartôtels sont au nombre de 20.

<sup>1</sup> En 2001, la Fédération Ho.Re.Ca. comprend 99 membres dont 86 hôtels situés à Bruxelles.

<sup>2</sup> En 2001, la base de données de l'INS reprend tous les hébergements (hôtels, appartôtels et hébergements pour jeunes) hormis les chambres d'hôtes.

<sup>3</sup> Loger Jeunes est une association qui reprend les 5 centres d'hébergement pour jeunes de la Communauté française et de la Communauté flamande.

<sup>4</sup> La rubrique "Autres" comprend les appartôtels et les hôtels en cours de reconnaissance.



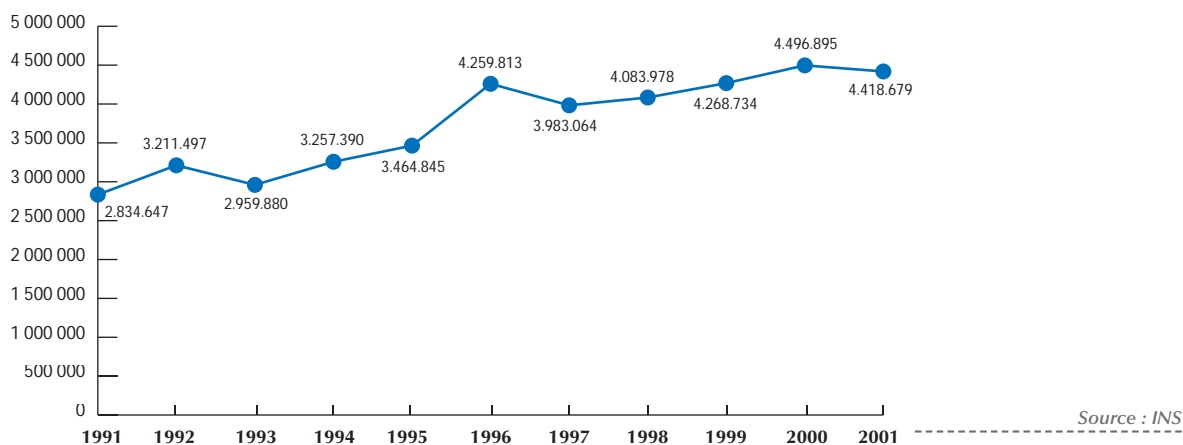
## 2/ LA FRÉQUENTATION

Modes d'hébergement	Les acteurs	Les sources
■ Hôtels	Fédération Horeca Bruxelles	Institut National de Statistiques (INS) <sup>5</sup> Fédération Horeca
■ Centres d'hébergements pour jeunes	Loger Jeunes	INS Loger Jeunes
■ Chambres d'hôtes	Bed & Brussels Taxi Stop	Bed & Brussels Taxi Stop

<sup>5</sup> Tous les types d'hébergements (hôtels, appart-hôtels, hébergements pour jeunes) hormis les chambres d'hôtes

### 2.1/ Total général des nuitées

#### 2.1.1/ Total des nuitées de 1991 à 2001



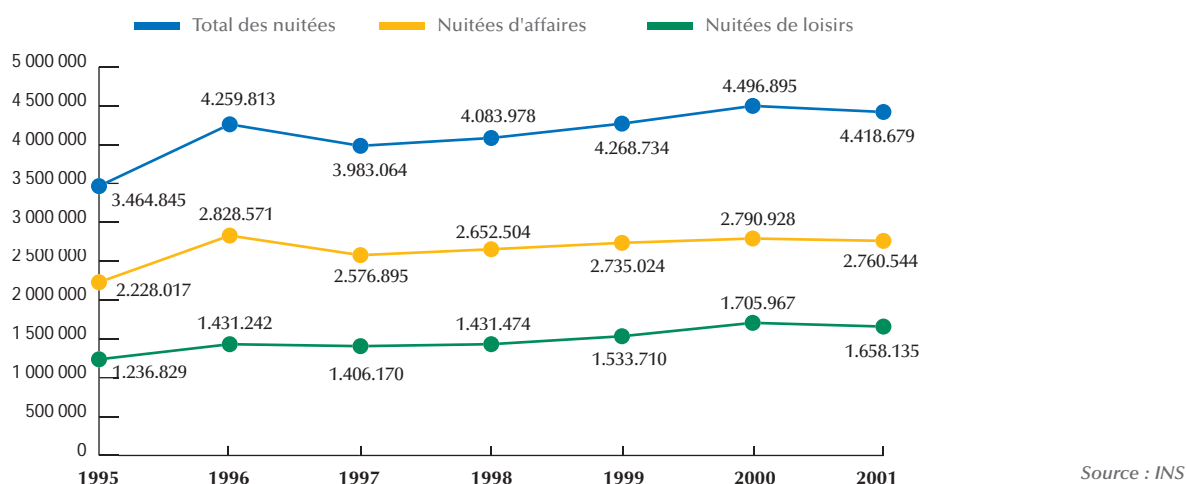
Une nuitée désigne une nuit passée dans un hébergement par un visiteur.

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

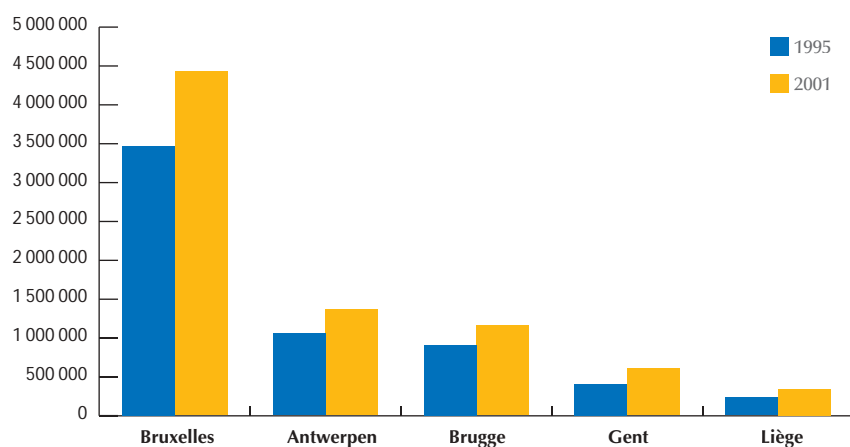
Une nuitée d'affaire comprend les motifs de visite pour une conférence, un congrès, un séminaire ou une autre raison professionnelle.

#### 2.1.2/ Total des nuitées de 1995 à 2001 :

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



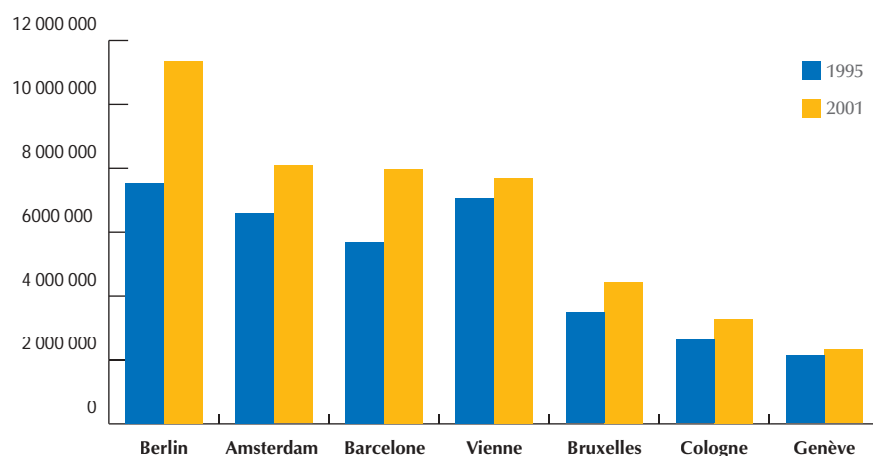
2.1.3/ Total des nuitées des principales villes belges (comparaison de 1995 et 2001)



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
2001	4.418.679	1.357.514	1.156.974	603.426	336.913

Source : INS

2.1.4/ Total des nuitées pour quelques villes européennes (comparaison entre 1995 et 2001)

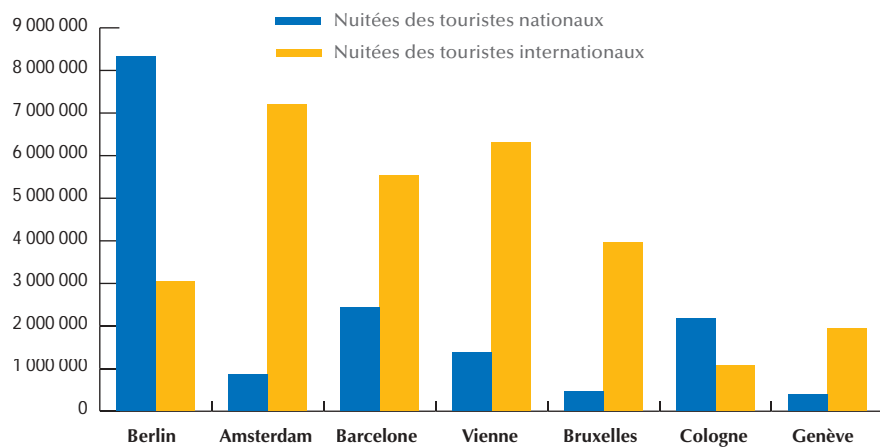


Source : European Cities  
Tourism in TourMis

■ 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 années.

## 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	Total des nuitées
Berlin	8.315.422	73%	3.029.873	27%	<b>11.345.295</b>
Amsterdam	868.000	11%	7.202.000	89%	<b>8.070.000</b>
Barcelone	2.432.617	31%	5.536.879	69%	<b>7.969.496</b>
Vienne	1.376.105	18%	6.311.441	82%	<b>7.687.546</b>
Bruxelles	412.967	9%	4.083.928	91%	<b>4.496.895</b>
Cologne	2.179.265	67%	1.078.653	33%	<b>3.257.918</b>
Genève	378.873	16%	1.933.805	84%	<b>2.312.678</b>

Source : European Cities Tourism in TourMis

## 2.1.6/ Les trois principaux marchés étrangers pour quelques villes européennes

Villes	Marché	Nuitées
Berlin	Etats-Unis	386.639
	Royaume-Uni	315.552
	Italie	240.421
Amsterdam	Royaume-Uni	2.109.000
	Etats-Unis	1.358.000
	Allemagne	488.000
Barcelone	Royaume-Uni	1.370.374
	Etats-Unis	870.202
	France	543.183
Vienne	Allemagne	1.666.924
	Etats-Unis	619.056
	Italie	639.288
Bruxelles	Royaume-Uni	817.290
	France	479.123
	Allemagne	340.786
Cologne	Royaume-Uni	195.845
	Etats-Unis	117.740
	Italie	99.023
Genève	Etats-Unis	229.482
	Royaume-Uni	221.877
	France	186.879

Source : European Cities Tourism in TourMis

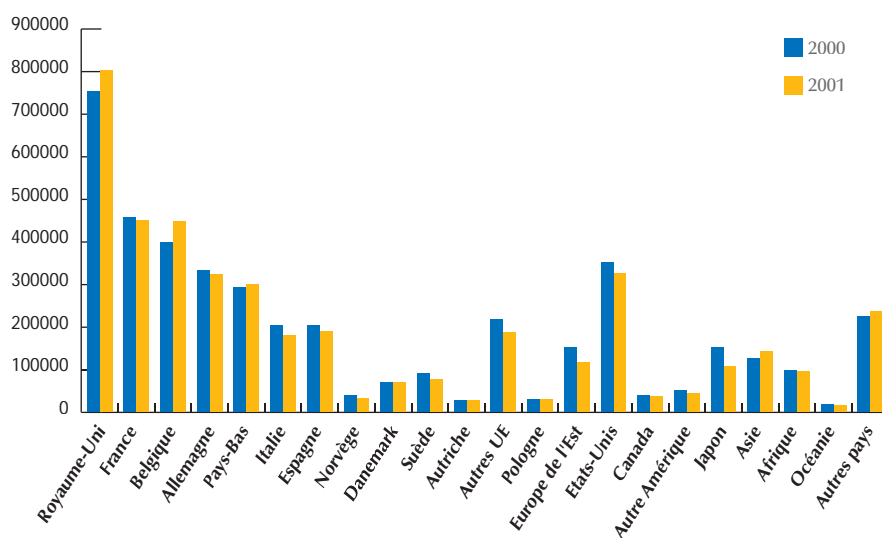
Suite à cette présentation de l'ensemble des nuitées, nous allons distinguer les résultats spécifiques pour les différents hébergements à Bruxelles : les hôtels, les hébergements pour jeunes et les chambres d'hôtes.

## 2.2/ Fréquentation des hôtels

	2000	2001
Nombre de nuitées pour la catégorie "hôtels" (1)	4.320.628	4.220.734
Taux d'occupation (2)	70%	68%
Prix moyen brut <sup>6</sup> par chambre d'hôtel (2)	119,487 euro	123,23 euros
Nombre d'arrivées pour la catégorie "hôtels" (1)	2.253.846	2.201.564
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



<sup>6</sup> Base calculée sur les réponses de 65 hôtels.

	2000	2001		Variation 2001/2000
Royaume-Uni	752.978	801.631	19%	+6%
France	457.618	450.044	11%	-2%
Belgique	398.369	446.203	11%	+12%
Allemagne	333.023	322.068	8%	-3%
Pays-Bas	291.807	298.930	7%	+2%
Italie	203.444	180.062	4%	-12%
Espagne	202.436	188.225	4%	-7%
Norvège	38.407	32.178	1%	-16%
Danemark	70.324	69.170	2%	-2%
Suède	90.250	76.479	2%	-15%
Autriche	27.695	26.575	1%	-4%
Autres UE	218.055	185.695	4%	-15%
Pologne	29.354	29.251	1%	-
Europe de l'Est	151.051	116.332	3%	-33%
Etats-Unis	350.411	324.830	8%	-7%
Canada	39.340	36.392	1%	-7%
Autre Amérique	51.576	44.167	1%	-14%
Japon	150.642	106.209	3%	-29%
Asie	125.294	141.480	3%	+13%
Afrique	98.229	95.180	2%	-3%
Océanie	16.822	14.494	0%	-14%
Autres pays	223.503	235.139	6%	+5%
<b>Total</b>	<b>4.320.628</b>	<b>4.220.734</b>	<b>100%</b>	<b>-2%</b>

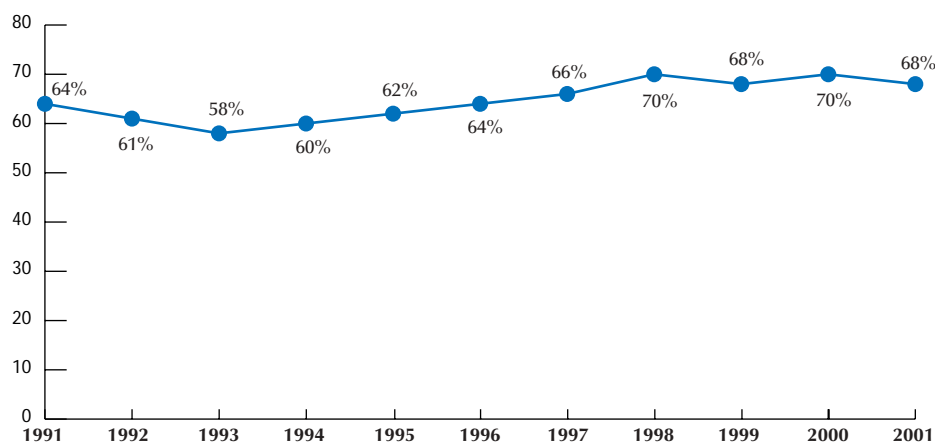
Source : INS

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

Villes	Marché	Nuitées	%
Bruxelles	Royaume-Uni	817.290	17%
	France	479.123	11%
	Allemagne	340.786	8%
Anvers	Pays-Bas	388.490	29%
	Royaume-Uni	180.149	13%
	Allemagne	123.671	9%
Brugge	Royaume-Uni	415.475	36%
	Pays-Bas	121.263	10%
	France	119.139	10%
Liège	France	74.318	22%
	Royaume-Uni	49.838	15%
	Allemagne	20.392	6%
Gand	Royaume-Uni	133.058	22%
	Pays-Bas	117.116	19%
	Allemagne	62.921	10%

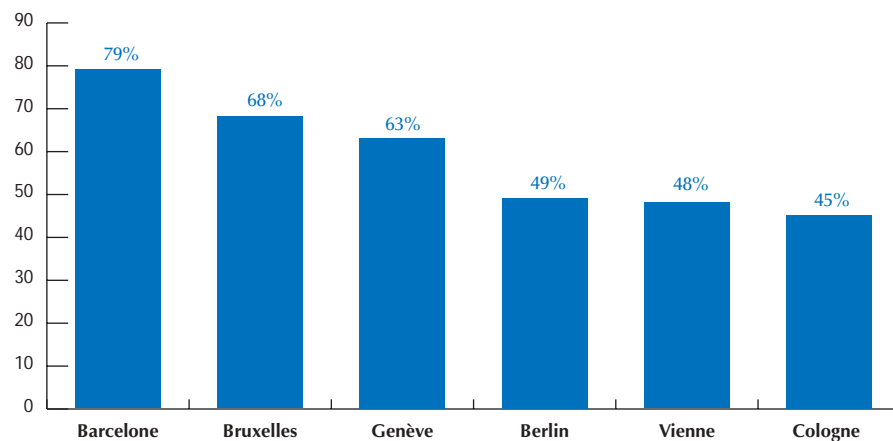
Source : INS

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



Source :  
Fédération Ho.Re.Ca.  
Bruxelles

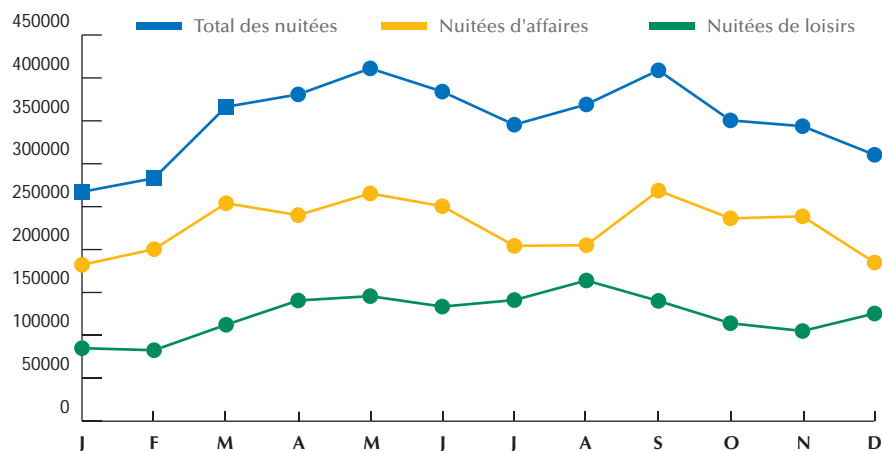
## 2.2.4/ Taux moyen annuel d'occupation pour quelques villes européennes



Source : European Cities  
Tourism in TourMis

Le taux d'occupation d'Amsterdam n'est pas disponible pour 2001.

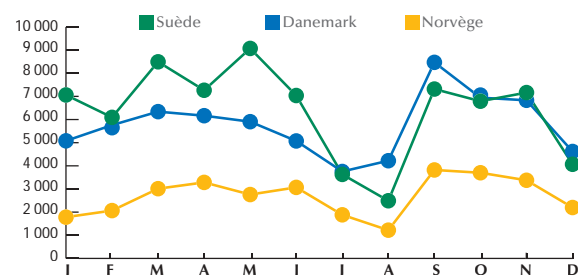
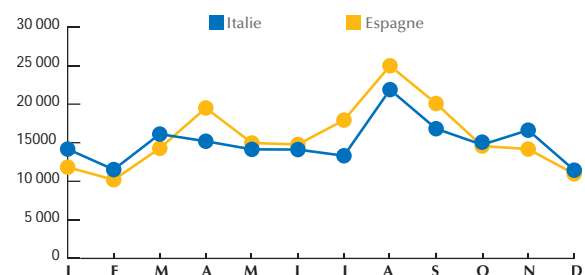
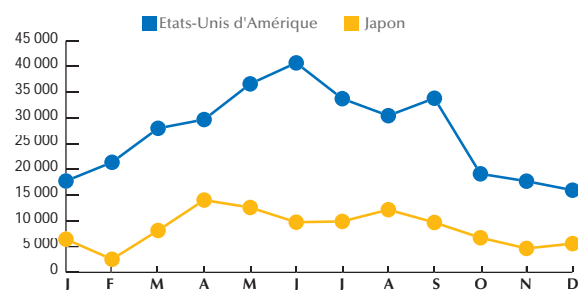
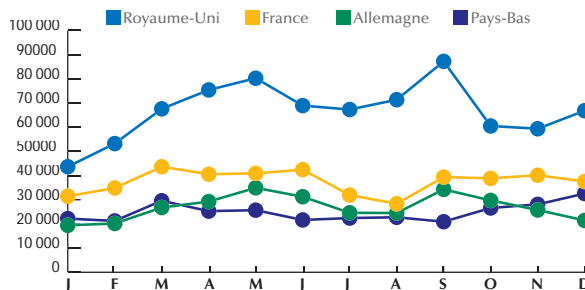
### 2.2.5/ Saisonnalité des nuitées hôtelières



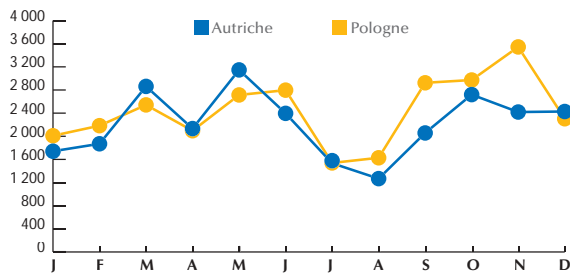
Mois	Total des nuitées	Nuitées d'affaires	Nuitées de loisirs
Janvier	267.292	182.225	85.067
Février	283.121	200.438	82.683
Mars	366.352	253.975	112.377
Avril	380.751	240.105	140.646
Mai	411.087	265.368	145.719
Juin	384.068	250.509	133.559
Juillet	345.480	204.341	141.139
Août	369.061	205.095	163.966
Septembre	408.872	268.701	140.171
Octobre	350.506	236.376	114.130
Novembre	343.742	238.652	105.090
Décembre	310.402	184.922	125.480
Moyenne	351.728	227.559	124.169
Total	4.220.734	2.730.707	1.490.027

Source : INS

### 2.2.6/ Nuitées hôtelières par mois et par marché

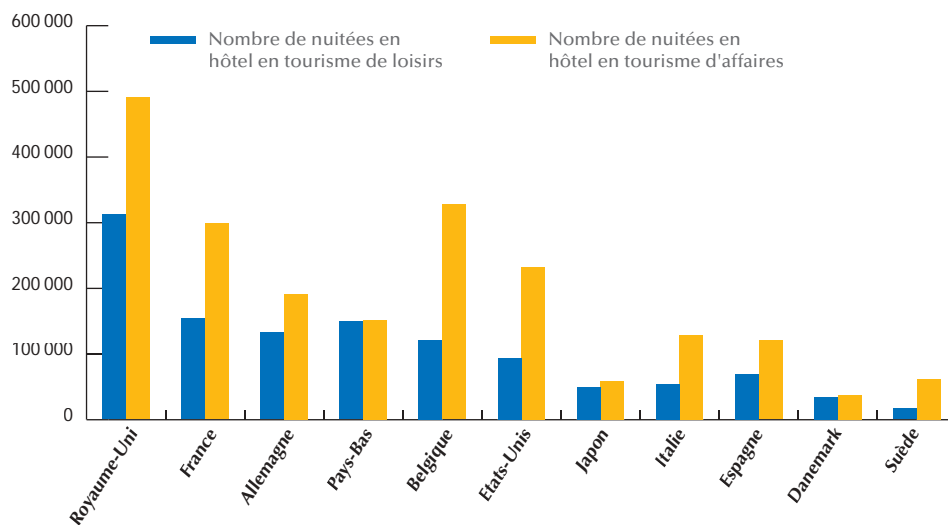


Source : INS



Source : INS

## 2.2.7/ Nombre de nuitées hôtelières en tourisme de loisirs (TL) et en tourisme d'affaires (TA)



Pays d'origine	Nombre de nuitées en hôtel en tourisme de loisirs		Nombre de nuitées en hôtel en tourisme d'affaires	
	Nombre	Pourcentage	Nombre	Pourcentage
Royaume-Uni	311.738	39%	489.893	61%
France	152.563	34%	297.481	66%
Allemagne	131.512	41%	190.556	59%
Pays-Bas	148.188	49%	150.742	51%
Belgique	119.646	27%	326.557	73%
États-Unis	93.365	29%	231.465	71%
Japon	49.081	46%	57.128	54%
Italie	52.738	29%	127.324	71%
Espagne	68.110	36%	120.115	64%
Danemark	32.741	47%	36.429	53%
Suède	15.547	20%	60.932	80%

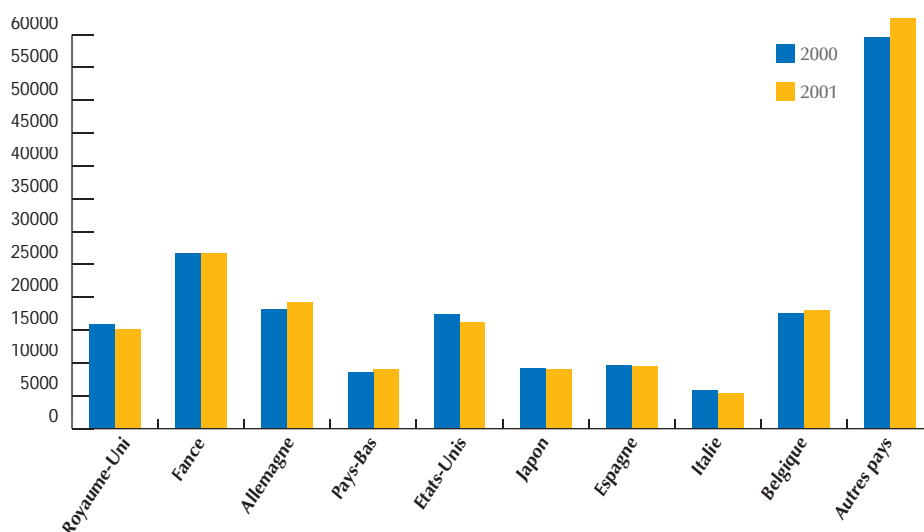
Source : INS

## 2.3/ Fréquentation des hébergements pour jeunes

	2000	2001
Nombre de nuitées (1)	238.495	228.257
Taux d'occupation (1)	76%	82%
Nombre d'arrivées (2)	137.940	138.750
Durée moyenne du séjour en nombre de nuits(1)	1,9	1,6

Source :  
(1) Loger Jeunes  
(2) INS

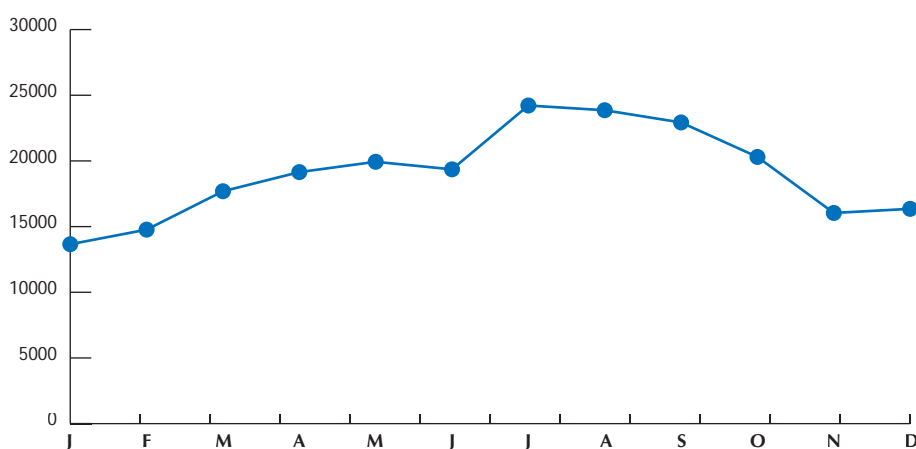
### 2.3.1/ Nuitées des hébergements pour jeunes par pays d'origine



Pays d'origine	2000	2001		Variation 2001/2000
Royaume-Uni	15.731	14.949	9%	-5%
France	26.639	26.588	15%	-
Allemagne	17.982	19.093	11%	+6%
Pays-Bas	8.462	8.895	5%	+5%
Etats-Unis	17.278	16.057	9%	-7%
Japon	9.033	8.841	5%	-2%
Espagne	9.510	9.302	5%	-2%
Italie	5.658	5.218	3%	-8%
Belgique	17.435	17.873	10%	+2%
Autres pays	59.498	62.301	36%	+5%
<b>TOTAL</b>	<b>171.496</b>	<b>174.168</b>	<b>100%</b>	<b>+2%</b>

Source : Loger Jeunes  
(4 établissements ont répondu)

### 2.3.2/ Saisonnalité des nuitées en hébergement pour jeunes

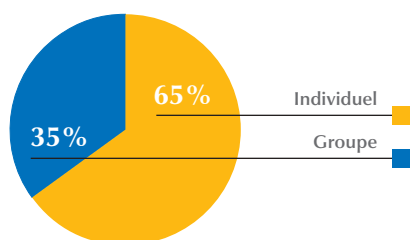




Mois	2000	2001		Variation 2001/2000
Janvier	13.024	13.657	6%	+5%
Février	16.408	14.770	6%	-10%
Mars	21.033	17.691	8%	-14%
Avril	22.820	19.148	8%	-16%
Mai	23.264	19.934	9%	-14%
Juin	23.469	19.358	8%	-18%
Juillet	24.743	24.219	11%	-2%
Août	23.330	23.858	10%	+2%
Septembre	20.993	22.928	10%	+9%
Octobre	21.248	20.303	9%	+5%
Novembre	14.032	16.039	7%	+14%
Décembre	14.131	16.352	7%	+16%
Moyenne	19.875	19.021	8%	-4%
<b>Total</b>	<b>238.495</b>	<b>228.257</b>	<b>100%</b>	<b>-4%</b>

Source : Loger Jeunes

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



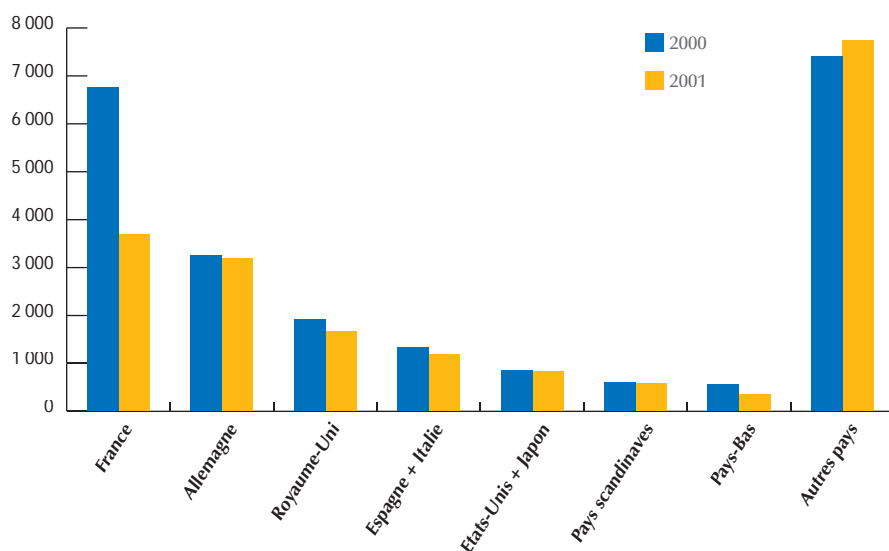
Source : Loger Jeunes

### 2.4/ Fréquentation des chambres d'hôtes

	2000	2001
Nombre de nuitées	22.626	19.161
Nombre d'arrivées	4.146	3.533
Durée moyenne du séjour en nombre de nuits	5,5	5,4

Source : Bed & Brussels et Taxi Stop

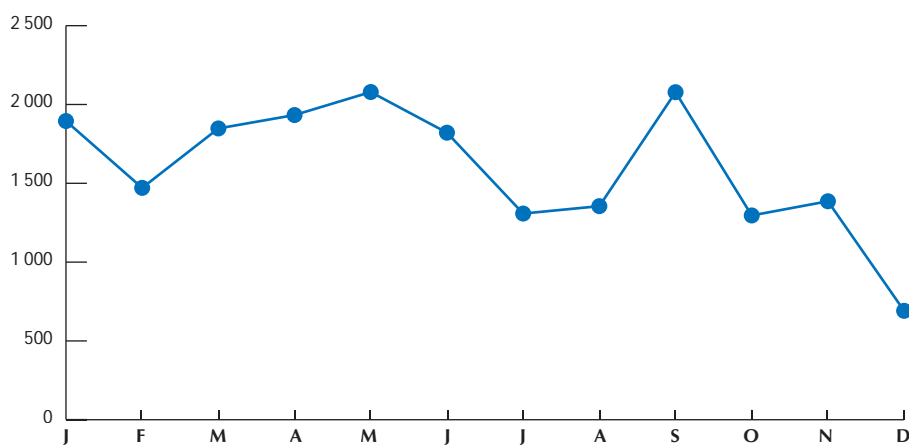
### 2.4.1/ Nombre de nuitées par pays d'origine



	2000	2001	
France	6.755	3.684	19%
Allemagne	3.251	3.172	17%
Royaume-Uni	1.907	1.659	9%
Espagne + Italie	1.331	1.178	6%
États-Unis + Japon	841	830	4%
Pays scandinaves	591	566	3%
Pays-Bas	558	349	2%
Autres pays	7.392	7.723	40%
<b>Total</b>	<b>22.626</b>	<b>19.161</b>	<b>100%</b>

Source : Bed & Brussels  
et Taxi Stop

### 2.4.2/ Saisonnalité des nuitées en chambres d'hôtes



Mois	2000	2001	
Janvier	1.674	1.895	10%
Février	4.766	1.471	8%
Mars	1.897	1.848	10%
Avril	2.271	1.933	10%
Mai	1.085	2.079	11%
Juin	1.722	1.821	10%
Juillet	1.619	1.308	7%
Août	1.353	1.355	7%
Septembre	2.106	2.078	11%
Octobre	1.621	1.296	7%
Novembre	1.853	1.386	7%
Décembre	659	691	4%
Moyenne	1.869	1.597	8%
<b>Total</b>	<b>22.626</b>	<b>19.161</b>	<b>100%</b>

Source : Bed & Brussels  
et Taxi Stop

## 2.4.3/ But du séjour de la clientèle

But du séjour	2000	2001
Tourisme	47%	42%
Affaire	44%	34%
Stage	9%	10%
Non précisé	-	14%

Source : Bed & Brussels  
et Taxi Stop

## OBSERVATIONS

La capacité totale d'accueil en nombre de personnes à Bruxelles est de : 31.782  
Capacité d'accueil en nombre de personnes des **hôtels** : 30.916  
Capacité d'accueil en nombre de personnes des **hébergements pour jeunes** : 691  
Capacité d'accueil en nombre de personnes des **chambres d'hôtes** : 175

Au niveau de l'offre hôtelière, le nombre d'établissements de catégorie 1, 3 et 4 étoiles a augmenté. De plus, 393 chambres supplémentaires se sont rajoutées, principalement dans les hôtels de catégorie 1, 2 et 4 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 56% de 1991 à 2001 et de 28% de 1995 à 2001. En 2001, les nuitées à Bruxelles ont diminué de -2% par rapport à 2000.

La demande provient prioritairement des marchés suivants :

Le Royaume-Uni (+6% par rapport à 2000)  
La France (-2% par rapport à 2000)  
La Belgique (+12% par rapport à 2000)  
Les Etats-Unis (-7 par rapport à 2000)  
Les Pays-Bas (+2% par rapport à 2000)  
L'Allemagne (-3% par rapport à 2000)

Les marchés limitrophes (Royaume-Uni, France, Allemagne et Pays-Bas) représentent 44% du total des nuitées hôtelières, 42% du total des nuitées en hébergements pour jeunes et 60% 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 70% 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.

Au niveau des pays lointains, il y a un net recul des nuitées japonaises (-29%) et de l'Europe de l'Est (-33%).

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. Ces périodes se caractérisent par le début des stages à la Commission européenne.

Le taux d'occupation est au même niveau qu'en 1999 avec 68% des chambres d'hôtels occupées.

La durée de séjour dans les secteurs hôtelier et des hébergements pour jeunes est de 1,9 nuits. Dans les chambres d'hôtes, elle est de 5,4 nuits.

#### ■ Bruxelles comme destination des séjours d'affaires

Pour l'ensemble des nuitées "affaires", Bruxelles a progressé de 24% de 1995 à 2001.

En 2001, les séjours d'affaires ont diminué de -1% par rapport à 2000.

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 descend en troisième position, après Paris et Londres, pour les congrès des associations internationales.

#### ■ Bruxelles comme destination des séjours de loisirs

Pour l'ensemble des nuitées "loisirs", Bruxelles a progressé de 34% de 1995 à 2001.

En 2001, les séjours de loisirs ont diminué de -3% par rapport à 2000.

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

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.

#### ■ Les nuitées des Belges à Bruxelles

Pour l'ensemble des nuitées, la part des Belges est de 11% des nuitées.

En 2001, les nuitées belges ont progressé de +12% par rapport à 2000. Cet accroissement est principalement dû au tourisme d'affaires (+19%).

Les données statistiques et les enquêtes de profil 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 après Amsterdam, Barcelone et Vienne.

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

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. Les événements sportifs comme l'Eurofoot confirment cette tendance.

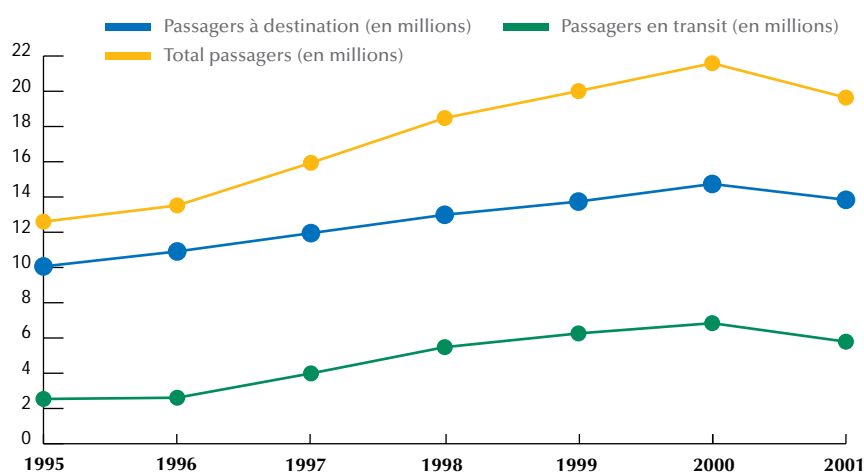
Les événements du 11 septembre ont affecté plus particulièrement certains secteurs, comme l'hôtellerie et certains marchés touristiques. Sans oublier que Bruxelles est doublement touché par les faillites de la Sabena et City Bird : par la diminution des liaisons directes et des passagers en transit passant une nuit à Bruxelles. En effet, l'hôtellerie bruxelloise a perdu 2% de son taux d'occupation. Les marchés les plus concernés sont le Japon avec une perte de -26% par rapport à 2000 mais aussi la Norvège (-16%), la Suède (-15%), l'Italie (-12%) et les Etats-Unis (-7%). Au niveau international, l'évolution du marché des Etats-Unis a d'importantes répercussions. En effet, ils représentent le plus important volume de dépenses touristiques (source : OMT).

Modes de transport	Les acteurs	Les sources
■ Transport aérien	BIAC <sup>1</sup> Brussels South Charleroi Airport	BIAC Brussels South Charleroi Airport
■ Autocariste	F.B.A.A. <sup>2</sup>	F.B.A.A.
■ Transport ferroviaire	S.N.C.B. <sup>3</sup> 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 2001



Année	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	Variation 2001/2000
Passagers à destination (en millions)	10,06	10,91	11,95	12,99	13,74	14,74	13,84	-6%
Passagers en transit (en millions)	2,54	2,61	3,99	5,48	6,26	6,84	5,79	-16%
Passagers total (en millions)	12,6	13,52	15,94	18,48	20,01	21,59	19,64	-10%

Source : Brutrends 2001 - BIAC

#### 1.1.2/ Mouvements de vols sur l'aéroport de Bruxelles National en 2000 et 2001

Types de vols	2000	2001	Part en %	Variation 2001/2000
Vols de passagers (régulier et charter)	281.600	264.800	87%	-6%
Vols cargo	23.500	22.000	7%	-7%
Vols de l'aviation générale	15.400	12.100	4%	-22%
Vols militaires	5.700	6.600	2%	+15%
<b>TOTAL</b>	<b>326.200</b>	<b>305.535</b>	<b>100%</b>	<b>-7%</b>

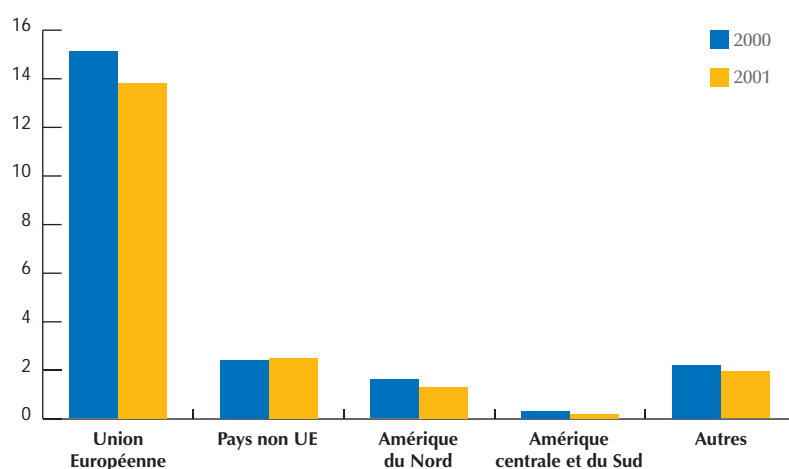
Source : Brutrends 2001 - BIAC

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

## 1.1.3/ Nombre de passagers

Nombre de passagers (en millions)	2000	2001	Part en %	Variation 2001/2000
Union Européenne	15,1	13,8	70%	-9%
Pays non UE	2,4	2,5	13%	+4%
Afrique	1,7	1,4	8%	-18%
Amérique du Nord	1,6	1,3	7%	-19%
Asie	0,2	0,23	1%	+15%
Amérique centrale et du Sud	0,3	0,15	1%	-50%
Moyen Orient	0,3	0,18	1%	-40%
<b>TOTAL</b>	<b>21,6</b>	<b>19,64</b>	<b>100%</b>	<b>-10%</b>

Source : Brutrends 2001 -  
BIAC- transit inclus

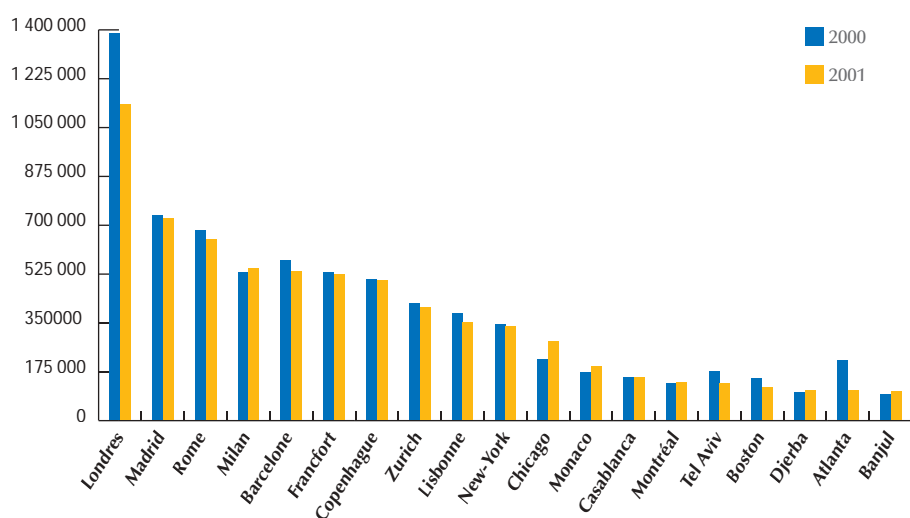


## 1.1.4/ Nombre de vols : top des 20 destinations

Europe	2000	2001	Variation 2001/2000
Londres	21.677	18.606	-14%
Copenhague	9.582	9.362	-2%
Milan	8.693	8.494	-2%
Madrid	7.576	8.398	+11%
Francfort	7.810	7.701	-1%
Amsterdam	7.336	7.296	-1%
Munich	6.162	6.266	+2%
Rome	7.010	6.104	-13%
Barcelone	6.218	6.041	-3%
Vienne	5.315	5.995	+13%
<b>Hors Europe</b>			
New-York	3.280	3.133	-5%
Chicago	1.244	1.880	+51%
Casablanca	1.913	1.823	-5%
Monastir	1.272	1.317	+4%
Tel Aviv	1.455	1.182	-19%
Djerba	778	797	+2%
Atlanta	1.158	722	-38%
Newark	1.413	718	-49%
Montreal	626	602	-4%
Boston	714	598	-16%

Source : Brutrends 2001 - BIAC

## 1.1.5/ Nombre de passagers : top des 20 destinations



Europe	2000	2001	Variation
Londres	1.383.000	1.130.337	-18%
Madrid	731.000	723.632	-1%
Rome	678.000	645.077	-5%
Milan	529.000	541.370	+2%
Barcelone	570.000	530.712	-7%
Francfort	527.000	520.359	-1%
Copenhague	502.000	498.797	-1%
Zurich	417.000	403.095	-3%
Lisbonne	383.000	350.118	-9%
<b>Hors Europe</b>			
New York	341.000	336.209	-1%
Chicago	216.000	279.873	+30%
Monastir	171.000	191.003	+12%
Casablanca	153.000	152.000	-1%
Montréal	132.000	132.978	+1%
Tel Aviv	174.000	132.407	-24%
Boston	147.000	117.466	-20%
Djerba	100.367	106.441	+6%
Atlanta	213.000	105.324	-51%
Banjul	92.897	102.390	+10%

Source : Brutrends 2001 - BIAC

## 1.1.6/ Hôtellerie à l'aéroport

	2000	2001	Variation 2001/2000
Nombre d'hôtels	11	11	-
Nombre de nuitées	418.986	400.304	-5%
Taux d'occupation	71,4%	67,7%	

Source : Brutrends 2001 - BIAC

## 1.2/ Nombre de passagers et de mouvements de vols à Brussels South Charleroi Airport de 1997 à 2001

Année	1997	1998	1999	2000	2001	Variation 2001/2000
Nombre de passagers	211.065	210.727	235.949	255.322	773.431	+300%
Nombre de mouvements <sup>4</sup>	74.433	62.539	60.305	57.055	57.216	-

Source :  
Brussels South Charleroi Airport

### ■ COMMENTAIRES :

- . 6 nouvelles liaisons de Ryanair ont été inaugurées en avril 2001 (Londres, Glasgow, Shannon, Pise, Venise et Carcassonne).
- . Les mouvements de l'aviation générale (petits avions bi-moteurs,...) ont été réduits.
- . Donc, avec très peu de mouvements de vols, Ryanair a triplé le nombre de passagers.

Etude réalisée en novembre et décembre 2001 par l'aéroport Brussels South Charleroi Airport (Nombre de répondants : 1.200 personnes)

Origine des passagers	
Belgique	33%
Bruxelles	34%
Wallonie	28%
Flandre	38%
Irlande	16,5%
Angleterre	15%
Pays-Bas	7,5%
Italie	9%
France	5%

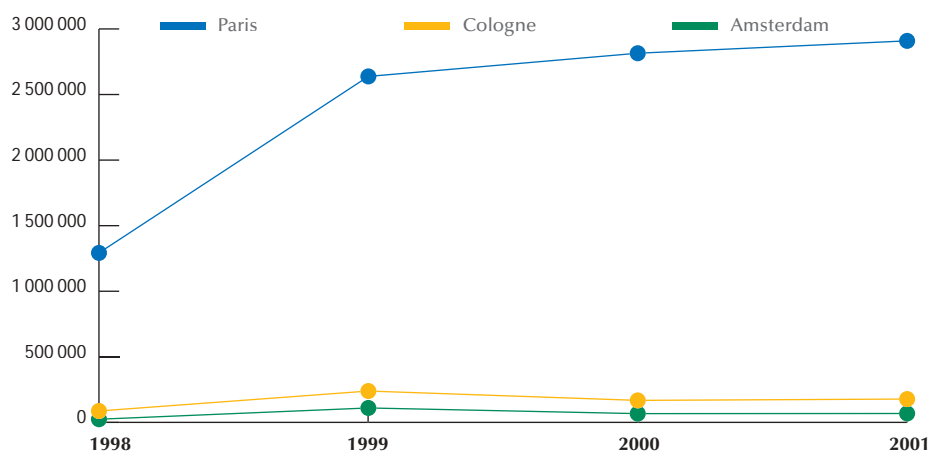
But du déplacement	
Affaires	30%
Loisirs	70%

<sup>4</sup> Nombre de mouvements de vols = vols de passagers commerciaux + vols de l'aviation générale

## 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 2001



Nombre de passagers	1998	1999	2000	2001	Variation 2001/2000
Paris	1.292.300	2.638.000	2.814.700	2.909.048	+3%
Cologne	86.900	239.000	167.700	177.886	+6%
Amsterdam	24.100	110.000	66.800	67.748	+1%

Source :  
SNCB - Thalys International



Autres provenances/destinations	2000	2001	Variation 2001/2000
Marne la Vallée	154.662	175.093	+13%
Aéroport Charles de Gaulle	86.200	118.556	+38%
Lyon	400	80.884	
Genève	26.000	39.217	+51%
Aix-la-Chapelle	27.700	27.869	+1%
Rotterdam	13.700	16.933	+24%
Schipol	11.498	14.266	+24%
La Haye	13.335	13.818	+4%
Düsseldorf	7.900	8.433	+7%
Autres	20.350	30.104	+48%

■ COMMENTAIRES :

- . Les passagers de la rubrique « autres provenances / destinations » s'ajoutent à ceux du tableau précédent. Cela nous donne un total de 3.598.971. La variation entre 2000 et 2001 est de +5%.
- . 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%

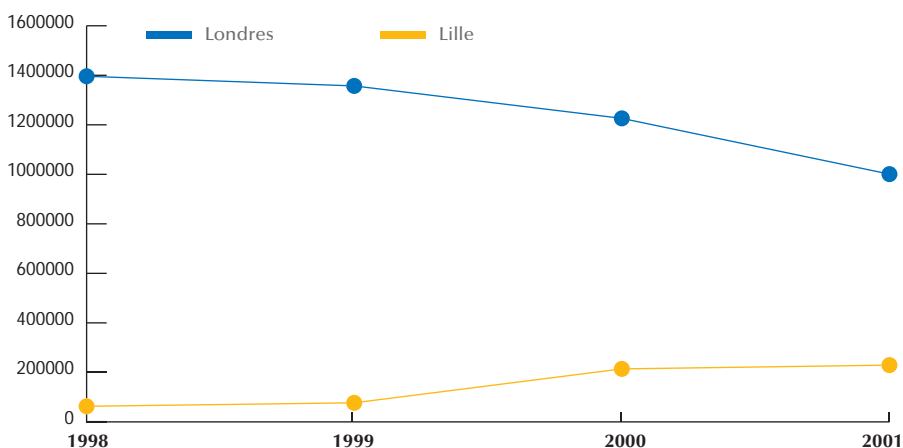
## 2.1.2/ Pourcentage des billets affaires / loisirs vendus sur Thalys de 1998 à 2000

Types de billets	1998	2000
Affaires	31%	43%
Loisirs	54%	48%
Autres <sup>5</sup>	15%	9%

Source : Thalys International

<sup>5</sup>Autres = tarifs groupes, tarifs Tour Opérateurs et les tarifs spéciaux (handicapés + accompagnateurs, VIP, chiens...).

## 2.1.3/ Nombre de voyageurs sur Eurostar à partir de et vers Bruxelles de 1998 à 2001



Nombre de passagers	1997	1998	1999	2000	2001	Variation 2001/2000
Londres	1.146.000	1.396.000	1.357.000	1.226.000	1.000.749	-19%
Lille	64.000	63.000	77.000	214.000	229.240	+7%
Total	1.210.000	1.459.000	1.434.000	1.440.000	1.229.989	-15%

Source : SNCB

■ COMMENTAIRES :

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%

### 2.1.4/ Pourcentage des billets affaires / loisirs sur Eurostar de 1999 à 2001

	1999	2000	2001
Affaires	15%	20%	22%
Loisirs	85%	80%	78%

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	2001
A destination de Bruxelles	4.367.110	4.765.237	6.887.544
A destination de Bruxelles-National	-	717.130	-

Source : SNCB

(\*) Non compris les abonnements, les Pass et les cartes 10 trajets

## 3/ AUTOCARISTES

	2000	2001
Nombre de passagers	11.946.716	11.450.459
Nombre de kilomètres	136.008.858 dont 44,7% en Belgique	129.955.050 dont 45% 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 56% de 1995 à 2001.

En 2001, le nombre de passagers a diminué de -10% par rapport à 2000.

Les faillites de la compagnie Sabena et de City Bird et la facilité d'accès à d'autres aéroports tels que les aéroports de Charleroi, Charles de Gaulle et Schipol ont eu pour conséquence un phénomène de transfert de passagers au détriment de l'aéroport de Bruxelles.

Les destinations les plus prisées sont les pays de l'Union Européenne avec 83% et les plus importantes en nombre de passagers sont Londres, Madrid, Rome, Milan et Barcelone.

Par rapport aux destinations outre-atlantique, le nombre de passagers provenant de New York se stabilise et le nombre de passagers provenant de Chicago progresse.

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 2001 (+125%).

En 2001, Paris a augmenté de 3% par rapport à 2000 et les destinations vers Euro Disney (Marne la Vallée), Lyon et Genève représentent ensemble 10% tandis que les aéroports de Paris et d'Amsterdam représentent 4%.

La destination Londres recule aussi bien au niveau aérien que ferroviaire. En effet, Londres a diminué de -28% en nombre de passagers sur la ligne Eurostar de 1998 à 2001. En 2001, Londres a diminué de -18% par rapport à 2000.

De plus, selon l'Observatoire Thalys International, "les Français sont, avec les Britanniques, les Européens les plus concernés par l'expatriation et les plus ouverts à la mobilité internationale".

1/ L'OFFRE

Les services culturels touristiques	Les acteurs	Les sources
■ Musées et attractions touristiques	Conseil Bruxellois des Musées <sup>1</sup> Attractions et Tourisme <sup>2</sup>	Conseil Bruxellois des Musées Attractions et Tourisme Observatoire du Tourisme à Bruxelles
■ Visites guidées culturelles	Guides Bruxelles Belgique <sup>3</sup> Voir et Dire Bruxelles <sup>4</sup> City Tours <sup>5</sup>	Bruxelles-International Voir et Dire Bruxelles
■ Événements ponctuels		Best of
■ Événements récurrents		Brochures Événements

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 compte 76 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	6	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

<sup>1</sup> Le Conseil Bruxellois des Musées rassemble dans son association 74 musées et 2 partenaires – Mini-Europe et le musée de l'Ascenseur. 70 musées se situent en Région de Bruxelles-Capitale. Les 4 musées restants se trouvent dans le Brabant Wallon et le Brabant Flamand.

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

<sup>3</sup> 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.

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

<sup>5</sup> Sont compris dans les City Tours : Brussels City Tours, Calèches Moens et Helitour.

## 2. LA FRÉQUENTATION

### 2.1/ Les 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 du nombre de visiteurs

> la répartition en fonction du 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.

	2000	2001
Fréquentation d'un panel 10 musées et attractions touristiques	1.330.792	1.351.553

Source :  
Observatoire du Tourisme et  
Conseil Bruxellois des Musées

#### 2.1.2/ La répartition en fonction du nombre de visiteurs

Le nombre global des visiteurs en 2001 pour les 42 musées et attractions est de 2.541.200.

Moins de 10.000 22	Entre 10.001 et 100.000 12	> 100.001 8
. Archives et Musée de la Littérature	. Maison d'Erasmus et le Béguinage	. Autoworld
. Bruxella 1238	. Musée Belge de la radiologie	. Atomium
. Centre de Recherches et d'Etudes Technologiques des Arts Plastiques	. Musée Bruxellois de la Gueuze	. Centre Belge de la Bande Dessinée
. Service historique de la Police	. Musée de la Brasserie	. Mini Europe
. Centre d'Info de la Forêt de Soignes	. Musée de la Ville de Bruxelles - Maison du Roi	. Musée des Instruments de Musique
. Confederate Museum	. Musée des Beaux-Arts d'Ixelles	. Musées Royaux des Beaux-Arts de Belgique
. Musée Belge de l'Ascenseur	. Musée du Costume et de la Dentelle	. Museum des Sciences Naturelles de Belgique
. Musée Camille Lemonnier	. Musée Horta	. Musée Royal de l'Armée et d'Histoire Militaire
. Musée Charlier	. Musée de la Franc-Maçonnerie	. Musée du Cinquantenaire
. Musée de Chine - Scheut	. Musées Bellevue	. Océade
. Musée Communal du Comté de Jette	. Pavillon Chinois	
. Musée d'Art Spontané	. Scientastic Museum	
. Musée de la Médecine – ULB		
. Musée de la Witloof		
. Musée de l'Escrime		
. Musée de l'Informatique Unisys		
. Musée des Chemins de Fer Belges		
. Musée des Techniques Anciennes		
. Musée du Jouet		
. Musée Juif de Belgique		
. Musée Maurice Carême		
. Tour Japonaise		

Source : Observatoire du Tourisme et Conseil Bruxellois des Musées

L'avantage de cette méthode est que chaque musée ou 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 en 2000**

	2000
Nombre total de visites guidées	7.288

Source : Guides G.B.B.

■ COMMENTAIRES :

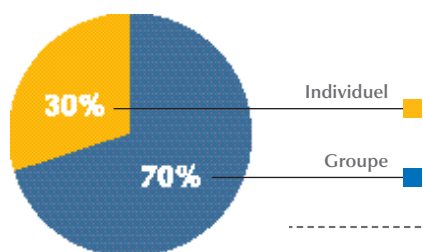
Les chiffres des guides G.B.B et de l'association Voir et Dire Bruxelles ont été rassemblés pour préserver leur confidentialité.

**2.2.2/ Part des langues utilisées lors des visites guidées en 2001**

	Guides G.B.B.
Français	28%
Néerlandais	23%
Anglais	21%
Allemand	24%
Autres	28%

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

**2.2.3/ Part des individuels et des groupes dans les visites guidées en 2000**



Source : Voir et Dire Bruxelles

## 3/ LES ÉVÉNEMENTS PONCTUELS ET LES ÉVÉNEMENTS RÉCURRENTS À BRUXELLES

## 3.1/ Les événements ponctuels

	Lieu	Dates	Fréquentation 2001 - en nombre de visiteurs
Körperwelten	Caves de Cureghem	09/2001-03/2002	+/- 505.700
Communication	Muséum des Sciences naturelles	15/09/2000 au 15/04/2001	85.400
Chapeau Europa	Grand Place	9 juillet 2001	8.000 (sur la Grand-Place)
Nocturnes des musées	Dans 28 musées	14 soirées de sept. à déc. 2001	+/-4.000

## 3.2/ Les événements récurrents

	Lieu	Mois	Durée	Fréquentation 2001 - en nombre de visiteurs
Festival International du dessin animé et du film d'animation	Auditorium Passage 44	Février	12 jours	25.000
Festival du Film Fantastique	Auditorium Passage 44	Mars	16 jours	+/- 63.000
Ars Musica	Bruxelles	15 mars au 1 avril	15 jours	+/- 12.000
Printemps Baroque du Sablon	Sablon	Avril	1 semaine	+/- 3.000
Les Serres Royales	Palais Royal de Laeken	Fin avril début mai	12 jours	108.461
Jazz Marathon	Bruxelles	Mai	1 week-end	31.726 payantes +/- 250.000 total
KunstenFestivaldesArts		Mai	12 jours	19.656 payants +/- 22.000 au total
Concours Reine Elisabeth	Palais des Beaux-Arts de Bruxelles	Mai	3 semaines	+/- 11.000
Couleur café	Tour & Taxi	Juin	3 jours	50.000
Fête de la musique	Bruxelles	Juin	3 jours	+/- 100.000
Ommegang	Grand-Place	Juillet		6.000 payants
Visite du Palais Royal	Palais Royal	Juillet – août	2 mois	170.221
Drive-in Movies	Le Cinquantenaire	Juillet - août	Tous les W-E	22.500
Mémorial Ivo Van Damme	Stade Roi Baudouin au Heysel	Septembre	1 jour	46.500
Marché de Noël	Grand Place et alentours	Décembre	3 semaines	+/- 100.000

Source : Observatoire du Tourisme

## 4 / LE PROFIL DES VISITEURS

Sources :

Enquête de motivations dans les hôtels à Bruxelles réalisée par l'Observatoire du Tourisme, avec le soutien de la Commission communautaire française de la Région de Bruxelles-Capitale, de juin à novembre 2001, dans 36 hôtels à Bruxelles. 1.900 questionnaires ont été récoltés.

Publics des musées : Enquêtes réalisées dans 9 musées d'août à octobre 2001. 2.481 questionnaires ont été récoltés. Enquêtes réalisées par le Conseil Bruxellois des Musées asbl avec le soutien de la Commission Communautaire Flamande.

### 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 de juin à novembre 2001 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.

	Enquête de motivations		Public des musées	
Lieux de résidence des personnes interrogées	Grande-Bretagne	15%	Belgique	54%
	France	14%	Grande-Bretagne	10%
	Etats-Unis	9%	France	9%
	Allemagne	7%	Pays-Bas	5%
	Pays-Bas	6%	Etats-Unis	5%
Composition de la famille	Adultes		Couple avec enfants	29%
			Seul	26%
			Couple sans enfants	17%
Formation	Universitaire ou équivalent		Universitaire	45%
			Supérieur	38%
			Etudiant	10%
Motivations	Uniquement affaires	49%		
	Uniquement loisirs	36%		
	Mixte affaires /loisirs	12%		
	Non précisé	3%		
Activités	Visite de BXL	57%	Visite de BXL	29%
	Gastronomie	44%	Gastronomie	26%
	Shopping	44%	Musées et attractions	16%
	Musées et attractions	20%	Shopping	16%
	Événements	15%		
Durée du séjour	2,38 nuits			
Taille du groupe	1,67 personnes			

## OBSERVATIONS

Bruxelles a une offre culturelle, architecturale et gastronomique importante et diversifiée.

**Les services culturels touristiques** sont également éclectiques : 76 musées et 4 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.

Depuis 1999, l'Observatoire réalise des enquêtes sur **les profils des visiteurs** dans des lieux touristiques : grandes expositions, grand place, offices du tourisme, attractions touristiques et les hôtels.

En 2001, l'Observatoire du Tourisme a mené une enquête de motivations dans les hôtels bruxellois et le Conseil Bruxellois des Musées a mené une étude dans les musées bruxellois.

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 motivations et 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 de motivations dans les hôtels à Bruxelles

- L'étude menée a permis d'analyser par catégorie d'hôtel et par motivation les comportements des visiteurs.
- Près de 7 personnes sur 10 logent dans les hôtels 1 et 2 étoiles en tourisme de loisirs.
- Dans les hôtels de catégories 4 et 5 étoiles, les personnes se déplacent prioritairement pour des raisons professionnelles. Néanmoins, près d'une personne sur 5 logeant dans un hôtel 5 étoiles prolonge son séjour pour une découverte culturelle.
- Dans les hôtels 3 étoiles, les motivations de séjour se répartissent également entre les affaires et les loisirs.
- Généralement, les arrivées à l'hôtel se font le lundi et le mardi et les départs se font le vendredi.

- Les répondants venus uniquement pour du séjour d'affaire vont principalement dîner et se promener en ville. Ceux venus uniquement pour le loisir visitent la ville, les événements et les expositions ont obtenu un taux faible de réponse.

- Les types de réunions qui motivent le séjour en hôtel sont des réunions de société (39%), les séminaires (17%), les réunions liées à l'Union européenne (13%) et les congrès (6%).

- 42% des visiteurs résident dans les 4 pays limitrophes.

- Les Britanniques préfèrent loger dans les hôtels de catégories 3, 4 ou 5 étoiles, les Américains réservent leur chambre dans les hôtels de catégorie 5 étoiles et les Français séjournent plutôt dans les hôtels de catégories 1 et 2 étoiles.

#### > Enquête dans les musées bruxellois.

- La population active (de 25 à 54 ans) et ayant suivi un enseignement supérieur est clairement la première clientèle individuelle des musées. Par contre, les personnes n'exerçant pas une profession sont plutôt absentes des visites individuelles des musées.
- 55% des visiteurs des musées habitent en Belgique : un visiteur sur deux provient de la région de Bruxelles capitale, 33% de la région flamande et 17% de la région wallonne.
- En moyenne pour une personne sur deux, la visite du musée est la raison principale du déplacement. Pour les résidents étrangers, la découverte d'un musée fait partie intégrante du city-trip. Les activités complémentaires de la démarche culturelle sont la découverte de la ville et la gastronomie.
- 72% des répondants visitent les musées accompagnés. Les résidents belges amènent souvent leurs enfants au musée; les touristes sont plutôt en couple.



## ■ L'image de Bruxelles.

L'image d'une destination touristique est plus qu'une addition de points forts et de points faibles.

Elle s'appuie sur une marque et son style et 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 transporteur, du magasin, du restaurant et de l'hôtelier, l'information du bureau de tourisme et sa documentation, la propreté et l'agrément des quartiers, la mobilité, l'accessibilité aux lieux patrimoniaux et l'animation événementielle.

Pour qu'une destination devienne désirable, **il faut qu'elle s'inscrive dans le système de représentations de ses clients potentiels.** Lorsqu'elle a "trouvé une place", les touristes retiendront les **informations** qui les conforteront dans leur perception et recommanderont cette destination autour d'eux.

**Bruxelles principalement perçue en tant que "la capitale de l'Europe" se valorise sous le slogan "ma découverte" par sa vie culturelle et son patrimoine, son caractère multiculturel où il fait bon vivre et la qualité de l'accueil de ses habitants.**

Pour être perçue ainsi, Bruxelles communique sur ces points forts.

## L'importance de l'organisation d'événements majeurs de dimension internationale.

Le tissu des événements culturels exceptionnels ou récurrents jouent un rôle majeur pour renouveler la communication et l'intérêt pour une destination.

"Le tourisme événementiel est un segment d'activité parmi les plus porteurs" surtout si 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 et de niveau universitaire ou équivalent.

**Les enquêtes ont établi que l'événement culturel majeur exceptionnel** suscite la décision de se rendre à Bruxelles pour un séjour d'agrément ou permet la prolongation d'un séjour.

Il peut également fidéliser un public et contribuer à moyen et long terme au niveau de la notoriété de Bruxelles.

Ces événements qui ont un impact médiatique, stimulent également l'élaboration de forfaits.

Enfin, le dynamisme d'une politique d'événements internationaux développe l'emploi.

Depuis 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 ;
- programmer 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 non seulement la conception, mais aussi la communication et la commercialisation auprès des résidents et des touristes internationaux ;
- faire l'objet d'un plan de gestion et d'un financement mixte (recettes propres, sponsoring privé et investissements publics).

Les événements culturels actuels ont pour vocation d'animer la ville et d'attirer un public de proximité. Pour ne pas tarir leur originalité et leur créativité et pour organiser l'information touristique en fonction des marchés, il est nécessaire de poser des choix parmi ceux-ci. Par contre, pour organiser la promotion touristique internationale, il est indispensable de garantir un événement phare qui suscite cet attrait et contribue à l'image culturelle internationale de la Région de Bruxelles Capitale.

Au-delà des événements majeurs à caractère international, la politique événementielle concerne également des manifestations plus modestes.

**Les nocturnes des musées.**

Les nocturnes sont un moyen pour valoriser qualitativement un musée et sa collection, mais aussi son quartier. La démarche actuelle intéresse à la fois les Bruxellois et les touristes internationaux.

*Les soirées privées :*

il s'agit de nocturnes de musées ouverts sur demande à des privés tels que les entreprises, les associations, congressistes ...

*Les soirées des musées bruxellois :*

il s'agit d'ouvrir quelques musées à tous les publics une fois par an. En 2001, le Conseil Bruxellois des Musées (CBM) a mis en place ces soirées, lors de la Présidence belge de l'UE : **pendant 4 mois, tous les jeudis, deux musées** ont ouvert leur porte. En plus de l'ouverture en soirée des musées, le visiteur bénéficiait d'une **ambiance d'accueil** : avec musique, visites guidées et cocktails. Ce type de démarche a été fort apprécié par les musées car le public était agréable et pro-actif. Ce type de nocturne a drainé 4.000 visiteurs locaux essentiellement.

*Les nocturnes des musées :*

il s'agit de **prolonger les horaires** d'ouverture de musées-clé pour permettre plus d'aisance dans la découverte de la ville. Cette prolongation d'horaire se ferait **tout au long de l'année, deux fois par semaine**, le mardi et le jeudi. Elle permettrait de stimuler les touristes et les congressistes à visiter les musées et à augmenter la valeur culturelle de Bruxelles.

**Les thèmes annuels de promotion touristique** ont un rôle fort important pour valoriser les "piliers" de l'offre touristique à Bruxelles depuis 1996. En 2001, le thème "Au cœur des Saveurs" était centré sur la cuisine régionale et la gastronomie.

En conclusion, petites ou grandes manifestations ont pour objectif d'attirer les projecteurs sur une ville. Bien souvent un succès médiatique et de fréquentation confirme la vocation d'une destination à accueillir d'autres événements. C'est un **PILIER ESSENTIEL** du succès de la destination bruxelloise.



#### LES PARTENAIRES DE L'OBSERVATOIRE

Fédération Horeca Bruxelles

Loger Jeunes

Bed & Brussels

Taxi Stop

INS

Sabena

BIAC

FBAA

SN Brussels Airlines

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](mailto:beatrice.walgraeve@opt.be)

