



# OBSERVATOIRE DU TOURISME A BRUXELLES

RAPPORT ANNUEL **2002**

2002



BRUXELLES INTERNATIONAL -  
TOURISME & CONGRES - BITC



TOERISME  
VLAANDEREN



**OBSERVATOIRE**  
DU TOURISME A BRUXELLES

2002

RAPPORT ANNUEL

<b>INTRODUCTION</b>	<b>6</b>	<b>2.4/ Les chambres d'hôtes par type d'organisateur de réunion</b>	<b>21</b>
Les objectifs de la 5ème édition du rapport annuel de l'Observatoire du Tourisme à Bruxelles	7	2.4.1/ Nombre de nuitées par pays d'origine	21
<b>L' H É B E R G E M E N T</b>	<b>8</b>	2.4.2/ Nombre de nuitées en chambres d'hôtes par mois	22
<b>1/ L'OFFRE EN HÉBERGEMENT</b>	<b>8</b>	2.4.3/ But du séjour de la clientèle	22
<b>1.1/ L'offre hôtelière</b>	<b>8</b>	<b>3/ RÉFLEXIONS GÉNÉRALES</b>	<b>23</b>
<b>1.2/ L'offre en hébergements pour jeunes</b>	<b>8</b>	<b>L'INDUSTRIE MICE</b>	<b>25</b>
<b>1.3/ L'offre en chambres d'hôtes</b>	<b>8</b>	<b>1/ L'OFFRE EN SALLES DE RÉUNION</b>	<b>25</b>
<b>1.4/ L'offre en appartôtels</b>	<b>8</b>	<b>2/ LA FRÉQUENTATION DES SALLES DE RÉUNION</b>	<b>26</b>
<b>2/ LA FRÉQUENTATION</b>	<b>9</b>	<b>2.1/ Nombre de réunions MICE et nombre de participants</b>	<b>26</b>
<b>2.1/ L'ensemble des hébergements touristiques</b>	<b>9</b>	<b>2.2/ Nombre de réunions – avec ou sans séjour</b>	<b>26</b>
2.1.1/ Total des nuitées de 1992 à 2002	9	<b>2.3/ Nombre de réunions par type de clientèle</b>	<b>27</b>
2.1.2/ Total des nuitées de 1995 à 2002	10	<b>2.4/ Nombre de réunions par type d'organisateur de réunions</b>	<b>27</b>
2.1.3/ Total des nuitées par commune de Bruxelles-Capitale	10	<b>2.5/ Nombre de réunions par catégorie MICE</b>	<b>27</b>
2.1.4/ Total des nuitées des principales villes belges	11	<b>2.6/ Nombre de réunions par pays d'où provient la demande</b>	<b>28</b>
2.1.5/ Total des nuitées pour quelques villes européennes	11	<b>2.7/ Nombre de réunions par type de secteur d'activité</b>	<b>28</b>
2.1.6/ Pourcentage des touristes nationaux et internationaux	12	<b>2.8/ Nombre de réunions par catégorie de nombre de personnes</b>	<b>28</b>
2.1.7/ Les trois principaux marchés étrangers pour quelques villes européennes	12	<b>2.9/ Nombre de réunions par nombre de jours</b>	<b>29</b>
<b>2.2/ L'hôtellerie</b>	<b>13</b>	<b>2.10/ Nombre de réunions par mois</b>	<b>29</b>
2.2.1/ Nombre de nuitées hôtelières par catégorie d'étoiles	13	<b>3/ LES RÉUNIONS INTERNATIONALES</b>	<b>30</b>
2.2.2/ Nombre de nuitées hôtelières par pays d'origine	13	<b>3.1/ L'Union des Associations Internationales</b>	<b>30</b>
2.2.3/ Nombre de nuitées hôtelières par pays d'origine et par but de voyage	14	3.1.1/ Nombre de réunions d'associations internationales pour les principales villes	30
2.2.4/ Les trois principaux marchés étrangers pour les villes belges	15	3.1.2/ Position des réunions des associations internationales pour les principales villes de 1993 à 2002	31
2.2.5/ Evolution du taux d'occupation moyen annuel par chambre	16	3.1.3/ Nombre de réunions internationales dans les principales villes belges	31
2.2.6/ Taux moyen annuel d'occupation pour quelques villes européennes	16	<b>3.2/ International Congress &amp; Convention Association</b>	<b>31</b>
2.2.7/ Nuitées hôtelières par mois et par but de séjour	17		
2.2.8/ Nuitées hôtelières par mois et par marché	17		
2.2.9/ Le profil du visiteur dans les hôtels bruxellois	18		
<b>2.3/ Les hébergements pour jeunes</b>	<b>19</b>		
2.3.1/ Nombre de nuitées par pays d'origine	19		
2.3.2/ Nombre de nuitées en hébergements pour jeunes par mois	20		
2.3.3/ Part des catégories groupes et individuels dans les hébergements pour jeunes	20		

4/	LES AGENCES : DMC, PCO ET ORGANISATEURS D'ÉVÉNEMENTS	32	<b>LES SERVICES CULTURELS</b>	<b>45</b>
5/	LA PERCEPTION DE BRUXELLES COMME DESTINATION MICE	32	1/ L'OFFRE	45
6/	RÉFLEXIONS GÉNÉRALES	34	1.1/ Les musées et les attractions touristiques	45
7/	GLOSSAIRE	35	1.2/ Les visites guidées culturelles	45
			2/ LA FRÉQUENTATION	46
			2.1/ Les musées et les attractions touristiques	46
			2.1.1/ La fréquentation cumulée du nombre de visiteurs	46
			2.1.2/ La répartition en fonction du nombre de visiteurs	46
			2.1.3/ Autres statistiques	47
			2.2/ Les visites guidées culturelles	47
			2.2.1/ Nombre de visites et nombre de visiteurs	47
			2.2.2/ Part des langues utilisées lors des visites guidées	47
			2.2.3/ Part des individuels et des groupes dans les visites guidées	47
			3/ LES ÉVÉNEMENTS PONCTUELS ET LES MANIFESTATIONS PERMANENTES À BRUXELLES	48
			3.1/ Les événements ponctuels	48
			3.2/ Les événements récurrents	48
			4/ LE PROFIL DES VISITEURS	49
			4.1/ Caractéristiques du visiteur	49
			5/ RÉFLEXIONS GÉNÉRALES	50
<b>LE TRANSPORT</b>		<b>37</b>		
1/ TRANSPORT AÉRIEN		37		
1.1/ Aéroport de Bruxelles National		37		
1.1.1/ Nombre de passagers et de passagers en transit sur l'aéroport de Bruxelles National		37		
1.1.2/ Mouvements de vols sur l'aéroport de Bruxelles National		37		
1.1.3/ Nombre de passagers		38		
1.1.4/ Nombre de vols : top des 20 destinations		38		
1.1.5/ Nombre de passagers : top des 20 destinations		39		
1.1.6/ Hôtellerie à l'aéroport		39		
1.2/ Brussels South Charleroi Airport		40		
1.2.1/ Nombre de passagers et de mouvements de vols à Brussels South Charleroi Airport		40		
1.2.2/ Profil des passagers à Brussels South Charleroi Airport		40		
2/ TRANSPORT FERROVIAIRE		41		
2.1/ Trafic international		41		
2.1.1/ Nombre de voyageurs sur Thalys		41		
2.1.2/ Pourcentage des billets d'affaires / loisirs vendus sur Thalys		42		
2.1.3/ Nombre de passagers sur la ligne Paris – Bruxelles par mois		42		
2.1.4/ Nombre de voyageurs sur Eurostar		42		
2.1.5/ Nombre de passagers sur la ligne Londres – Bruxelles par mois		43		
2.2/ Trafic intérieur		43		
2.2.1/ Nombre de billets vendus à destination de Bruxelles à partir de toutes gares belges		43		
3/ AUTOCARISTES		43		
4/ RÉFLEXIONS GÉNÉRALES		44		

## 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.**

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, STIB, BAPCO, les DMC, ...

**Grâce à ces partenariats, l'Observatoire devient un véritable outil de gestion pour les directions d'entreprises tant publiques que privées ainsi que pour les décideurs politiques.**

## 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 en Europe que pour l'analyse de l'offre et de la demande dans les différents secteurs

touristiques : hébergements, transports, musées, attractions touristiques et événements touristiques.

### Nouveautés en 2003 :

- Développement du partenariat avec le secteur MICE à Bruxelles,
- Réalisation d'une étude sur l'emploi MICE et loisirs à Bruxelles ainsi que l'impact économique du tourisme en partenariat avec l'Observatoire de l'Emploi et des Qualifications de la Région Bruxelles Capitale et la Commission européenne.

### ■ 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 des tendances concernant l'offre bruxelloise, les profils des touristes, la fréquentation affaires/loisirs, l'évolution des marchés prioritaires.

En 2003, un chapitre spécial du rapport annuel concerne le secteur des salles de réunion.

Comme l'information sur les réunions était très lacunaire, les partenaires de l'Observatoire ont initié la démarche d'observation sur l'offre, la fréquentation, les activités des agences, le positionnement international de Bruxelles, la perception de Bruxelles comme destination MICE. Ces informations sont complétées par une analyse plus fine loisirs/MICE de l'hébergement en hôtel.

Comme le montrent les premiers résultats, le processus est enclenché, la collaboration des partenaires doit maintenant s'étoffer.

### Ce rapport annuel a pour objectifs :

- de comparer les données à court terme (2002 / 2001) et à moyen terme (2002 / 1995) ;
  - de dépasser le niveau d'une simple juxtaposition de statistiques ;
  - de présenter les informations pour susciter l'action.
- Chaque chapitre est ponctué par un ensemble de premières observations.

### ■ LES LETTRES DE L'OBSERVATOIRE

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

En 2002, les Lettres ont couvert les sujets que voici :  
Les chiffres clés du tourisme en 2002.

## ■ ETUDES SPECIFIQUES

- Actualisation et affinement de l'étude sur l'emploi et l'impact économique du tourisme à Bruxelles. Réalisée en collaboration avec l'Observatoire de l'Emploi et des Qualifications de la Région Bruxelles Capitale et la Commission européenne, cette étude, dont les résultats finaux seront disponibles en janvier 2004, permet de disposer d'un instrument permanent de mesure de l'emploi lié aux activités de loisirs et du MICE à Bruxelles ainsi que sur les retombées économiques du développement de ces deux branches du tourisme.
- En 2003, une **enquête de profil relatif à l'exposition "Brel, le droit de rêver"** a été menée par l'Observatoire du Tourisme, grâce au soutien de la Cocof et à la collaboration de la Fondation Brel. Cette enquête s'est déroulée de juin à décembre 2002 avec comme objectif de vérifier si l'événementiel favorise l'envie de se déplacer et les questions sont liées au profil du visiteur de l'exposition, à sa consommation touristique et à sa satisfaction de l'Année Brel.  
Un résumé de cette enquête sera disponible sous forme de Lettre de l'Obs du Tourisme.

## ■ 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>.

### > *Hervé BOSQUET*

*Managing Director - MICE,  
Bruxelles – International Congrès*

### > *Viviane JACOBS*

*Directeur général, Office de Promotion du Tourisme  
Wallonie – Bruxelles*

### > *Wim VANSEVEREN*

*Administrateur général, Toerisme Vlaanderen*

### > *André VRYDAGH*

*City Marketing & Tourisme de Bruxelles*

## LES OBJECTIFS DE LA 5<sup>ÈME</sup> ÉDITION DU RAPPORT ANNUEL DE L'OBSERVATOIRE DU TOURISME À BRUXELLES.

Concrètement, vous trouverez :

- l'analyse méthodologique et la synthèse des informations sur 4 types de services touristiques :
  - l'offre et la fréquentation des hébergements: hôtels, hébergements pour jeunes et chambres d'hôtes ;
  - l'industrie MICE ;
  - 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.
- le profil des touristes à Bruxelles.

## 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) Catalogue Hôtels Fédération Horeca
■ Centres d'hébergements pour jeunes	Loger Jeunes <sup>2</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
*****	17	3.800	16	7.860	16
****	31	4.228	42	9.489	30
***	47	4.371	46	8.939	31
**	31	855	28	2.533	7
*	13	249	16	736	2
<b>Total hôtels reconnus</b>	<b>139</b>	<b>13.503</b>	<b>148</b>	<b>29.557</b>	<b>85</b>
Autres <sup>3</sup>	2	144	27	1.733	1
<b>Total général</b>	<b>141</b>	<b>13.647</b>	<b>175</b>	<b>31.290</b>	<b>86</b>
Source : -----	Catalogue Hôtels BITC 2002 (reconnaissance 2001)		INS 2002		Fed. Ho.Re.Ca Bruxelles 2002

#### ■ COMMENTAIRES :

- En 2002, 139 établissements ont été reconnus par la Commission communautaire française de la Région Bruxelles Capitale et par Toerisme Vlaanderen.
- En 2001, l'Institut National de Statistiques a mis en œuvre une réforme des statistiques du tourisme. Depuis 2002, une collaboration permanente est organisée avec les administrations publiques du tourisme afin de mettre à jour une fois par an la banque de données des hébergements reconnus par ces administrations.
- L'année de référence pour les hôtels repris dans le catalogue de Bruxelles International - Tourisme & Congrès (BI-TC) est 2001.
- L'année de référence pour l'INS : les hôtels reconnus en 2003.
- Ceci explique les différences observées entre les deux bases de données pour les hôtels reconnus.
- De plus, l'INS complète sa base de données par un relevé auprès des communes : les hôtels en cours de reconnaissance et un certain nombre d'appartements sont repris dans la rubrique "autres".
- La Fédération Ho.Re.Ca. comprend 65% 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	821

Source : Loger Jeunes 2002

### 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)	-	226	497

Source : (1) Commission communautaire française de la Région Bruxelles Capitale (reconnaissance 2002)  
(2) Bed & Brussels et Taxi Stop 2002

<sup>1</sup>En 2002, la Fédération Ho.Re.Ca. comprend 101 membres dont 86 hôtels situés à Bruxelles.

<sup>2</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>3</sup>La rubrique "Autres" comprend les appartements et les hôtels en cours de reconnaissance.



## 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 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 19.

## 2/ LA FRÉQUENTATION DES HÉBERGEMENTS

Modes d'hébergement	Les acteurs	Les sources
■ Hôtels	Fédération Horeca Bruxelles	Institut National de Statistiques (INS) <sup>4</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>4</sup> Tous les types d'hébergements (hôtels, appartôtels, hébergements pour jeunes) hormis les chambres d'hôtes

La fréquentation des hébergements est présentée globalement puis de manière spécifique par catégorie :

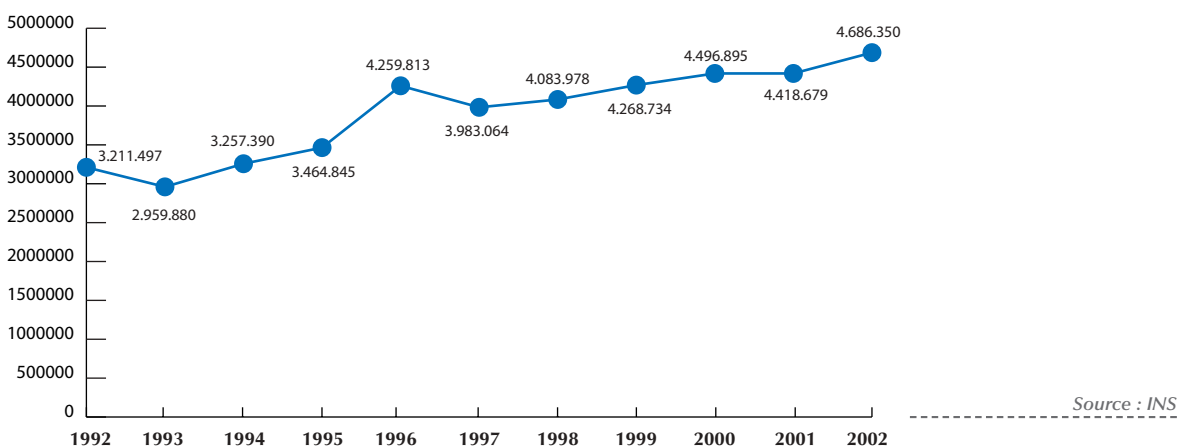
- l'hôtellerie,
- les hébergements pour jeunes
- et les chambres d'hôtes.

**Nouveauté en 2003 : la fréquentation des hôtels bruxellois en fonction du but du séjour est analysée de manière approfondie :**

- Séjours d'affaires pour conférences, congrès et séminaires,
- Séjours d'affaires pour autres raisons professionnelles,
- Séjours de loisirs.

## 2.1/ L'ensemble des hébergements touristiques (sauf les chambres d'hôtes)

### 2.1.1/ Total des nuitées de 1992 à 2002

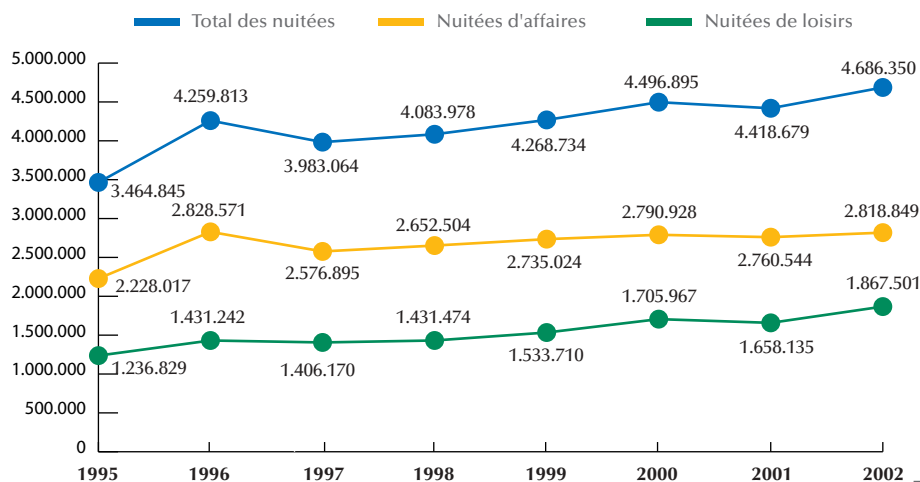


Une nuitée désigne une nuit passée dans un hébergement par un visiteur.

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

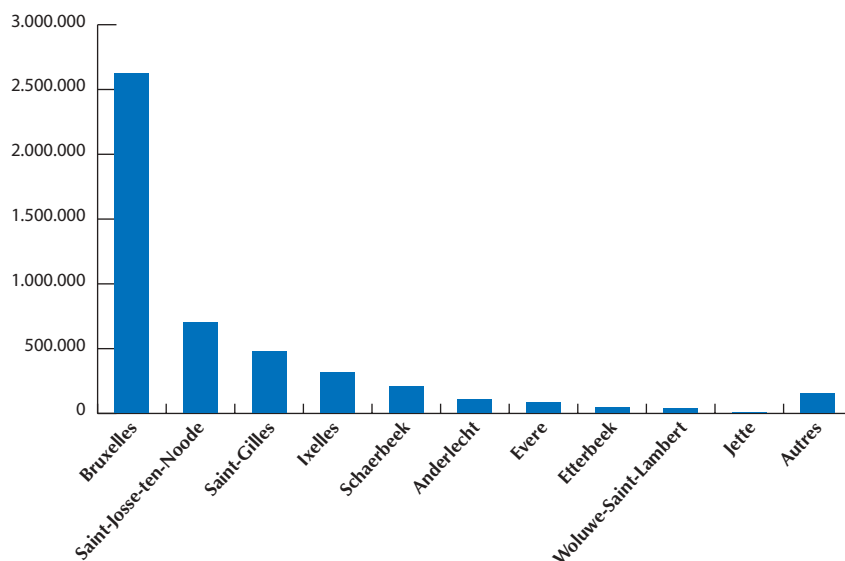
Une nuitée d'affaire comprend les motifs de visite pour une conférence, un congrès, un séminaire ou une autre raison professionnelle.

2.1.2/ Total des nuitées de 1995 à 2002 :  
 comparaison des courbes : total des nuitées, nuitées liées aux séjours d'affaires et nuitées liées aux séjours de loisirs



Source : INS

2.1.3/ Total des nuitées par commune de Bruxelles-Capitale

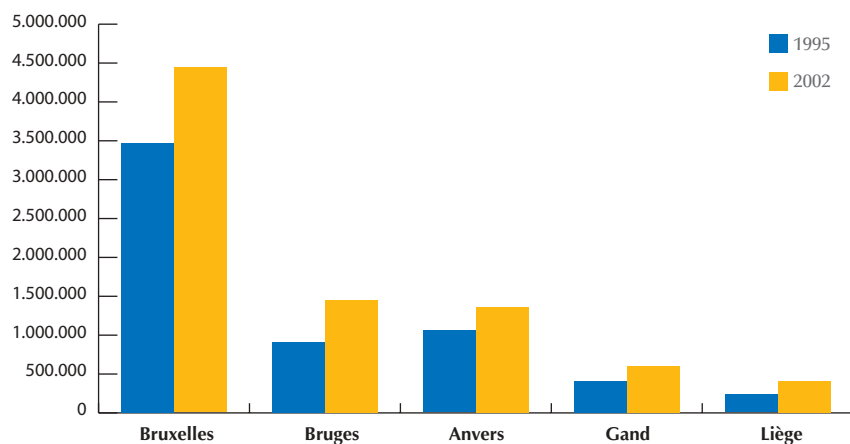


Villes	Arrivées	Nuitées	Part des nuitées
Bruxelles	1.368.962	2.618.363	56%
Saint-Josse-ten-Noode	411.894	699.879	15%
Saint-Gilles	237.763	476.593	10%
Ixelles	149.546	313.971	7%
Schaerbeek	100.155	202.487	4%
Anderlecht	55.063	102.490	2%
Evere	49.432	80.104	2%
Etterbeek	21.658	43.181	1%
Woluwe-Saint-Lambert	20.389	35.826	1%
Jette	1.946	4.964	0%
Autres	51.456	108.492	2%
<b>Total</b>	<b>2.468.264</b>	<b>4.686.350</b>	<b>100%</b>

Source : INS

La catégorie "Autres" représente les communes suivantes : Forest, Ganshoren, Molenbeek-Saint-Jean, Uccle et Watermael-Boitsfort. Ces communes n'ont pas été identifiées car elles possèdent moins de trois établissements hôteliers dans leur entité.

## 2.1.4/ Total des nuitées des principales villes belges (comparaison de 1995 et 2002)

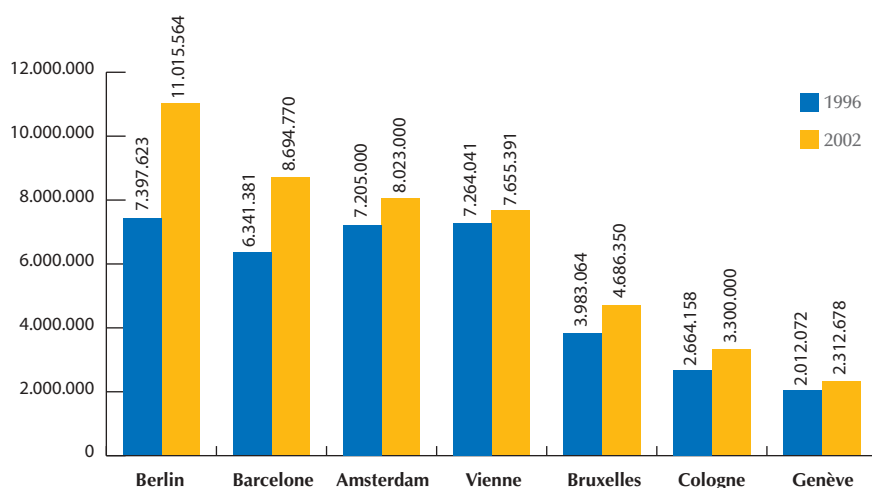


Année	Bruxelles	Anvers	Bruges	Gand	Liège
1995	3.464.845	903.940	1.053.385	403.554	226.885
1996	3.983.064	1.004.237	1.122.466	473.310	239.896
1997	4.259.813	1.117.604	1.178.939	475.480	261.259
1998	4.083.978	1.186.638	1.344.211	529.714	236.190
1999	4.268.734	1.246.612	1.325.127	573.298	237.247
2000	4.496.895	1.268.695	1.387.617	622.112	325.364
2001	4.418.679	1.156.974	1.357.514	603.426	336.913
2002	4.686.350	1.441.725	1.353.282	598.867	403.855

Source : INS

En 2002, Bruges a été ville européenne de la culture : la progression des nuitées entre 2001 et 2002 est de 24,61%.

## 2.1.5/ Total des nuitées pour quelques villes européennes (comparaison entre 1996 et 2002)

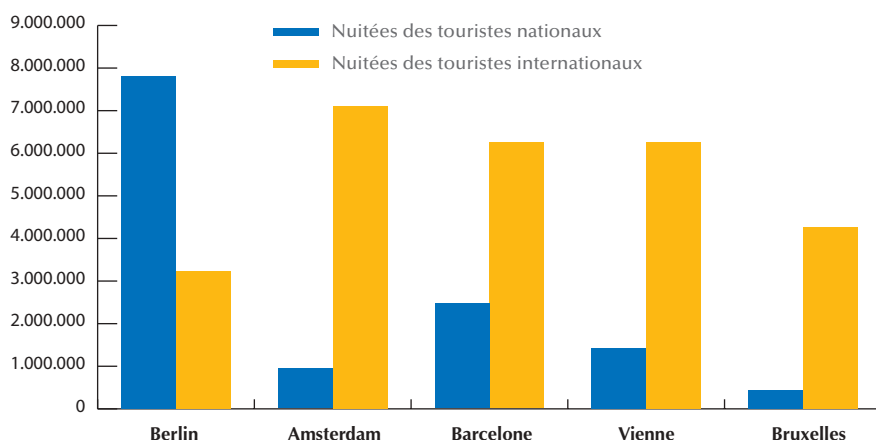


Source :  
European Cities Tourism  
in TourMis

### ■ 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.*

### 2.1.6/ Pourcentage des touristes nationaux et internationaux pour quelques villes européennes



	Nuitées des touristes nationaux	Part des nuitées des touristes nationaux	Nuitées des touristes internationaux	Part des nuitées des internationaux	Total des nuitées
Berlin	7.795.373	71%	3.220.191	29%	<b>11.015.564</b>
Amsterdam	930.000	12%	7.093.000	88%	<b>8.023.000</b>
Barcelone	2.462.286	28%	6.232.484	72%	<b>8.694.770</b>
Vienne	1.410.342	18%	6.245.049	82%	<b>7.655.391</b>
Bruxelles	429.952	9%	4.256.398	91%	<b>4.686.350</b>

Source : European Cities Tourism in TourMis

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

Villes	Marché	Nuitées
Berlin	Etats-Unis	393.743
	Royaume-Uni	335.504
	Italie	245.527
Amsterdam	Royaume-Uni	1.990.000
	Etats-Unis	1.129.000
	Allemagne	536.000
Barcelone	Royaume-Uni	1.397.444
	Etats-Unis	642.966
	France	524.686
Vienne	Allemagne	1.571.042
	Italie	618.108
	Etats-Unis	530.571
Bruxelles	Royaume-Uni	838.122
	France	498.585
	Allemagne	368.205

Source : European Cities Tourism in TourMis

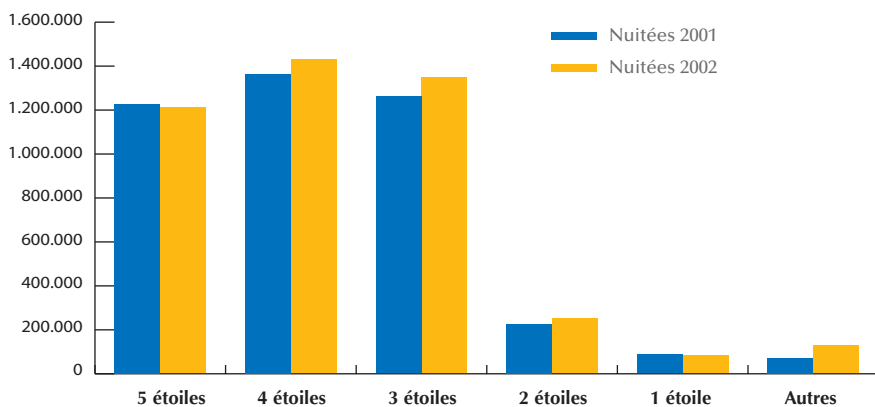
## 2.2/ L'hôtellerie

	2001	2002
Nombre de nuitées pour la catégorie "hôtels" (1)	4.220.734	4.437.039
Taux d'occupation (2)	68%	64%
Prix moyen brut <sup>5</sup> par chambre d'hôtel (2)	123,23 euros	118,35 euros
Nombre d'arrivées pour la catégorie "hôtels" (1)	2.201.564	2.302.713
Durée moyenne du séjour en nombre de nuits pour la catégorie "hôtels" (1)	1,9	1,9

<sup>5</sup>Base calculée sur les réponses de 65 hôtels

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

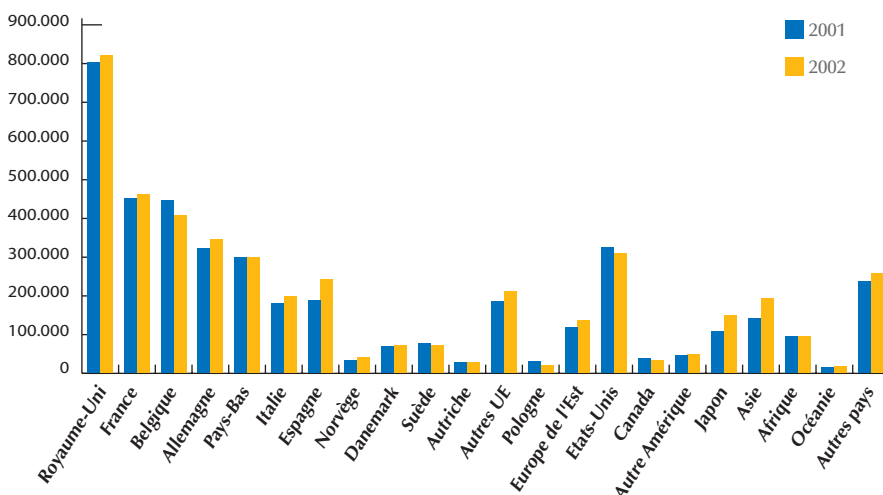
### 2.2.1/ Nombre de nuitées hôtelières par catégorie d'étoiles



	2001	2002		Variation 2002/2001
5 étoiles	1.224.681	1.209.637	27%	-1%
4 étoiles	1.361.409	1.427.116	32%	+5%
3 étoiles	1.258.450	1.345.689	30%	+7%
2 étoiles	223.875	248.220	6%	+11%
1 étoile	83.719	79.051	2%	-6%
Autres	68.600	127.326	3%	+86%
<b>Total</b>	<b>4.220.734</b>	<b>4.437.039</b>	<b>100%</b>	<b>+5%</b>

Source : INS

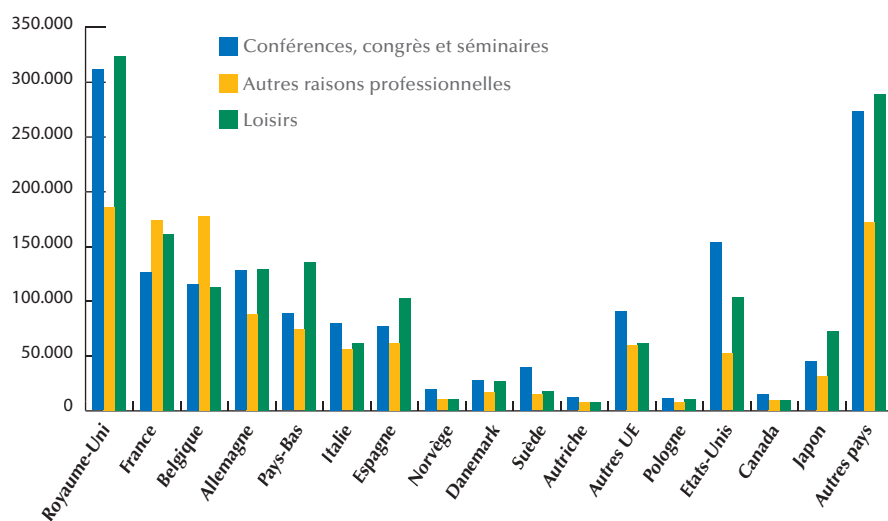
### 2.2.2/ Nombre de nuitées hôtelières par pays d'origine



	2001	2002		Variation 2002/2001
Royaume-Uni	801.631	819.878	18%	2%
France	450.044	461.212	10%	2%
Belgique	446.203	405.447	9%	-9%
Allemagne	322.068	344.412	8%	7%
Pays-Bas	298.930	297.482	7%	0%
Italie	180.062	196.387	4%	9%
Espagne	188.225	241.266	5%	28%
Norvège	32.178	39.636	1%	23%
Danemark	69.170	70.677	2%	2%
Suède	76.479	71.220	2%	-7%
Autriche	26.575	26.702	1%	0%
Autres UE	185.695	210.928	5%	14%
Pologne	29.251	28.628	1%	-2%
Europe de l'Est	116.332	134.344	3%	15%
Etats-Unis	324.830	308.574	7%	-5%
Canada	36.392	32.996	1%	-9%
Autre Amérique	44.167	47.084	1%	7%
Japon	106.209	147.705	3%	39%
Asie	141.480	193.066	4%	36%
Afrique	95.180	95.358	2%	0%
Océanie	14.494	17.791	0%	23%
Autres Pays	235.139	256.246	4%	3%
<b>Total</b>	<b>4.220.734</b>	<b>4.437.039</b>	<b>100%</b>	<b>8%</b>

Source : INS

### 2.2.3/ Nombre de nuitées hôtelières par pays d'origine et par but de voyage



	Nuitées d'affaires		Nuitées de loisirs	Total des nuitées
	pour conférences, congrès et séminaires	Autres raisons professionnelles		
Royaume-Uni	311.193	185.515	323.170	819.878
France	126.321	173.858	161.033	461.212
Belgique	115.341	177.430	112.676	405.447
Allemagne	127.697	87.869	128.846	344.412
Pays-Bas	88.278	73.799	135.405	297.482
Italie	79.844	55.286	61.257	196.387
Espagne	76.991	61.371	102.904	241.266
Norvège	19.390	9.823	10.423	39.636
Danemark	27.498	16.548	26.631	70.677
Suède	39.372	14.294	17.554	71.220
Autriche	11.695	7.415	7.592	26.702
Autres UE	90.080	59.577	61.271	210.928
Pologne	11.020	7.104	10.504	18.628
Etats-Unis	153.094	51.980	103.500	308.574
Canada	14.397	9.278	9.321	32.996
Japon	44.500	31.063	72.142	147.705
Autres Pays	273.182	171.716	288.991	733.889
<b>Total</b>	<b>1.609.893</b>	<b>1.193.926</b>	<b>1.633.220</b>	<b>4.437.039</b>

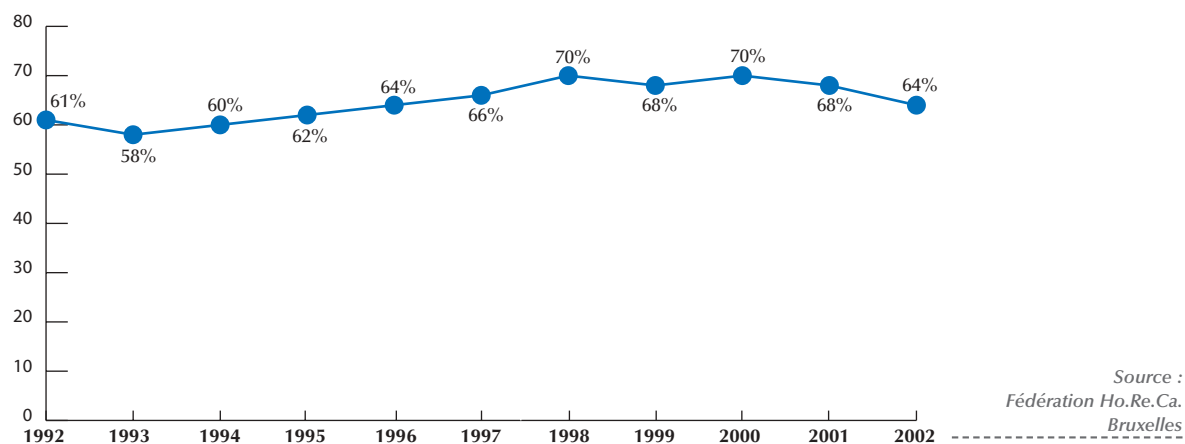
Source : INS

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

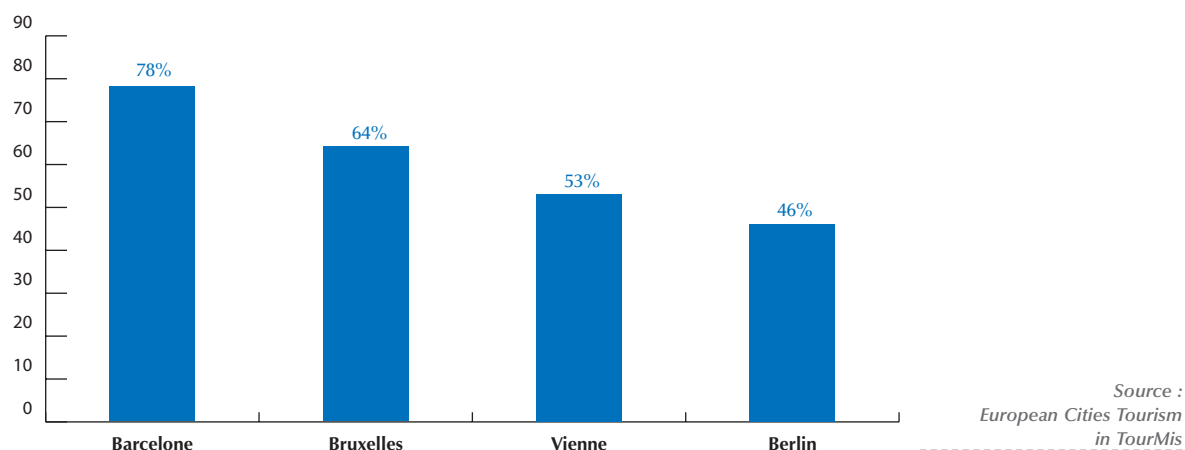
Villes	Marché	Nuitées	%
Bruxelles	Royaume-Uni	819.878	18%
	France	461.212	10%
	Allemagne	344.412	8%
Anvers	Pays-Bas	367.603	29%
	Royaume-Uni	163.099	13%
	Allemagne	119.099	9%
Bruges	Royaume-Uni	429.556	34%
	France	168.413	13%
	Pays-Bas	146.497	12%
Liège	France	73.563	25%
	Royaume-Uni	49.969	17%
	Allemagne	19.150	7%
Gand	Royaume-Uni	100.040	19%
	Pays-Bas	100.004	19%
	Allemagne	70.828	13%

Source : INS

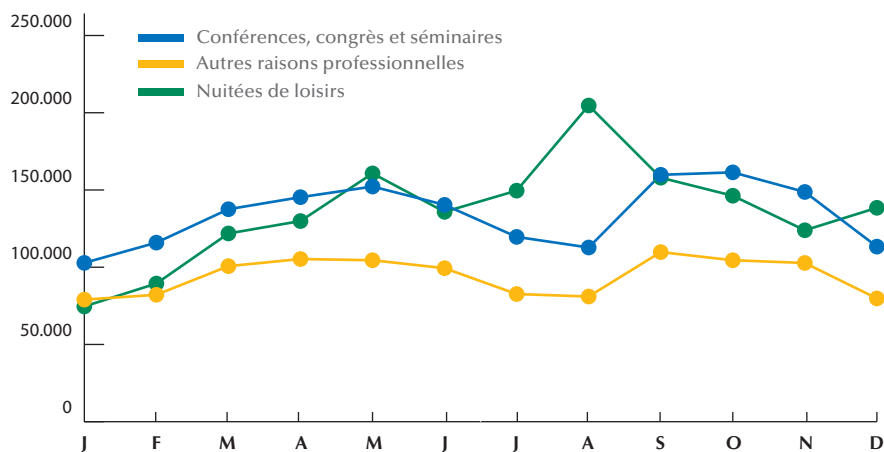
### 2.2.5/ Evolution du taux moyen annuel d'occupation par chambre



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



### 2.2.7/ Nuitées hôtelières par mois et par but de séjour

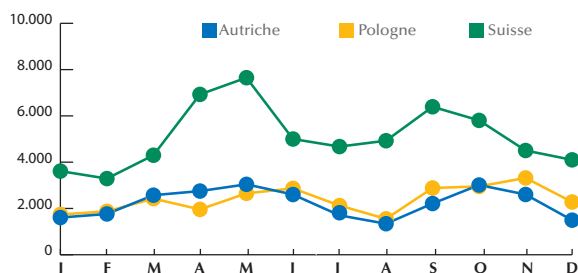
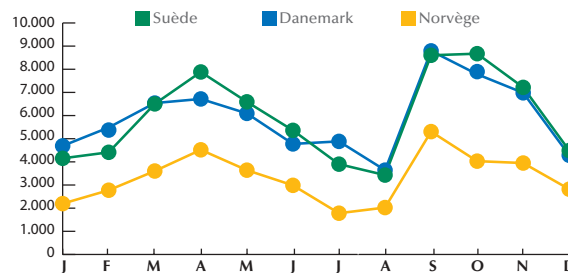
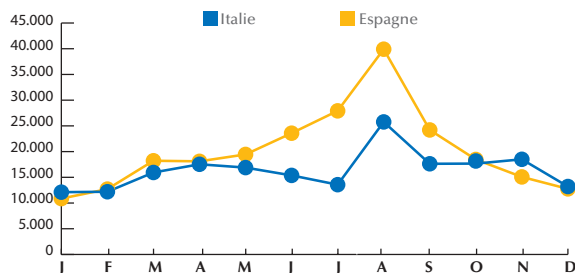
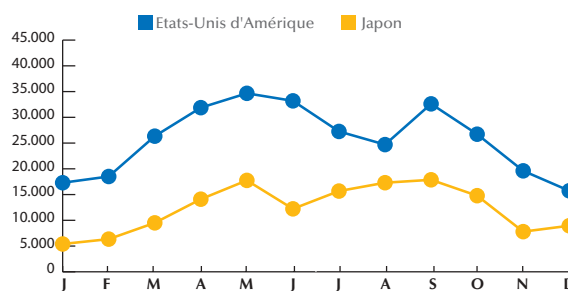
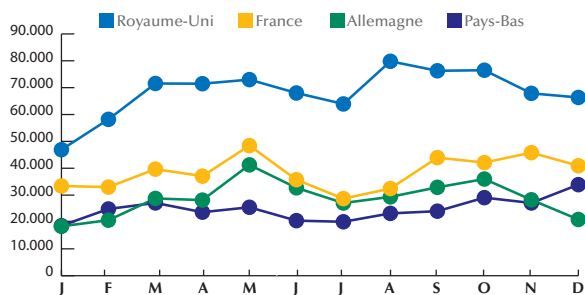




Mois	Nuitées d'affaires		Nuitées de loisirs	Total des nuitées
	pour conférences, congrès et séminaires	autres raisons professionnelles		
Janvier	102.800	83.942	74.613	261.355
Février	115.918	87.272	89.438	292.627
Mars	137.544	107.346	121.856	366.745
Avril	145.340	111.908	129.881	387.129
Mai	152.227	109.668	160.714	422.609
Juin	140.381	103.640	135.865	379.885
Juillet	119.631	87.542	149.573	356.746
Août	112.765	85.755	204.673	369.043
Septembre	159.824	114.308	157.957	432.089
Octobre	161.409	109.634	146.272	417.315
Novembre	148.717	108.937	123.915	381.567
Décembre	113.339	83.976	138.466	335.780
Moyenne	134.158	99.494	136.102	366.908
Total	1.609.893	1.193.926	1.633.220	4.437.039

Source : INS

## 2.2.8/ Nuitées hôtelières par mois et par marché



Source : INS

### 2.2.9/ Le profil du visiteur dans les hôtels bruxellois<sup>6</sup>

En 2001, l'Observatoire du Tourisme à Bruxelles a réalisé en collaboration avec la Fédération Horeca Bruxelles une enquête de « motivations des clients dans les hôtels à Bruxelles ».

Méthodologie : Enquête réalisée de juin à novembre 2001 dans les hôtels bruxellois. 1.715 enquêtes ont été traitées. Un questionnaire composé de questions fermées était présenté par la réception de l'hôtel.

Motivations	Uniquement un séjour d'affaires	49%	
	Uniquement un séjour de loisirs	36%	
	Séjour d'affaires combiné à un séjour d'agrément	12%	
	Non précisé	3%	
	Type de réunion	Réunion de société	39%
	Séminaire	17%	
	Réunion UE	13%	
	Congrès	6%	
	Passager en transit	6%	
	Foire	4%	
	Incentive	2%	
	Corps diplomatique	2%	
	Réunion OTAN	1%	
	Autres	11%	
Activités effectuées pendant le séjour <i>Plusieurs réponses possibles</i>		Séjour affaires	Séjour loisirs
	Gastronomie	40%	51%
	Visite de Bruxelles	37%	84%
	Shopping	21%	51%
	Visite de musées et attractions	7%	34%
	Événements, spectacles et expositions	3%	7%
Durée de séjour		Séjour affaires	Séjour loisirs
		2,1	2,2
Jour d'arrivée		Séjour affaires	Séjour loisirs
	Lundi	27%	10%
	Mardi	21%	15%
	Mercredi	16%	10%
	Jeudi	14%	14%
	Vendredi	7%	26%
	Samedi	5%	18%
	Dimanche	10%	8%
Jour de départ		Séjour affaires	Séjour loisirs
	Lundi	7%	18%
	Mardi	17%	9%
	Mercredi	18%	10%
	Jeudi	21%	14%
	Vendredi	22%	12%
	Samedi	8%	11%
	Dimanche	7%	25%
Intention de revenir		Séjour affaires	Séjour loisirs
	Oui	42%	52%
	Non	12%	5%
	Peut-être	37%	36%
	Non précisé	9%	7%

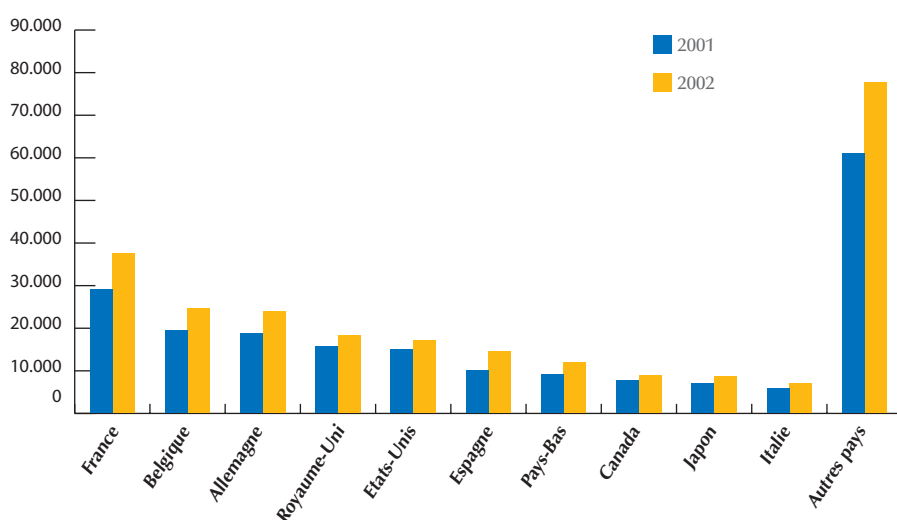
<sup>6</sup>Extrait du rapport : "Les motivations des clients dans les hôtels à Bruxelles" de l'Observatoire du Tourisme à Bruxelles, 2001.

## 2.3/ Les hébergements pour jeunes

	2001	2002
Nombre de nuitées	197.945	249.311
Taux d'occupation	82%	83%
Nombre d'arrivées	138.750	165.551
Durée du séjour en nombre de nuits	1,43	1,51

Source : INS

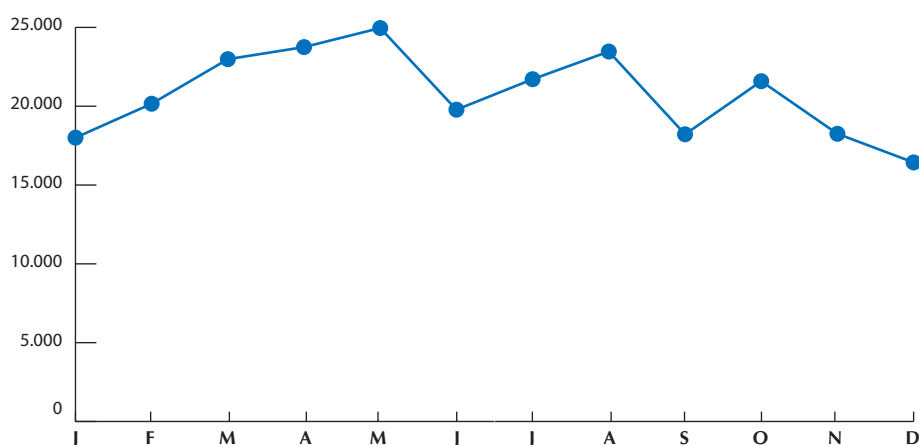
### 2.3.1/ Nombre de nuitées par pays d'origine



	2001	2002	%	Variation 2002/2001
France	29.079	37.373	15%	29%
Belgique	19.253	24.505	10%	27%
Allemagne	18.718	23.793	10%	27%
Royaume-Uni	15.659	18.244	7%	17%
Etats-Unis	14.966	17.056	7%	14%
Espagne	9.916	14.442	6%	46%
Pays-Bas	9.130	11.960	5%	31%
Canada	7.655	8.731	4%	14%
Japon	6.894	8.590	3%	25%
Italie	5.852	7.011	3%	20%
Autres pays	60.823	77.606	31%	28%
<b>Total</b>	<b>197.945</b>	<b>249.311</b>	<b>100%</b>	<b>26%</b>

Source : Loger Jeunes

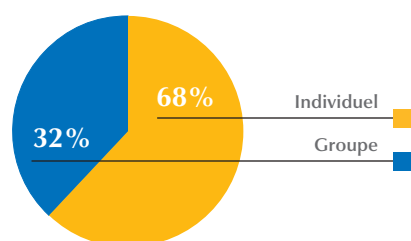
### 2.3.2/ Nombre de nuitées en hébergement pour jeunes par mois



Mois	2001	2002	%	Variation 2002/2001
Janvier	9.964	18.005	7%	81%
Février	11.189	20.157	8%	80%
Mars	14.444	22.985	9%	59%
Avril	15.408	23.750	10%	54%
Mai	16.490	24.960	10%	51%
Juin	15.653	19.780	8%	26%
Juillet	20.754	21.713	9%	5%
Août	20.449	23.470	9%	15%
Septembre	19.435	18.218	7%	-6%
Octobre	19.828	21.588	9%	9%
Novembre	16.202	18.251	7%	13%
Décembre	18.129	16.434	7%	-9%
Moyenne	16.495	20.776	8%	26%
Total	228.257	205.695	100%	9%

Source : INS

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



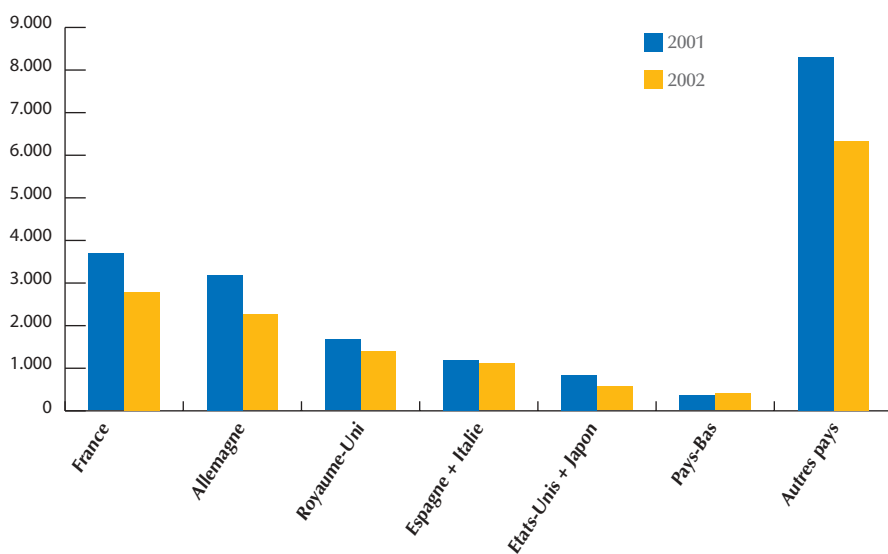
Source : Loger Jeunes (4 établissements ont répondu)

## 2.4/ Les chambres d'hôtes

	2001	2002
Nombre de nuitées	19.161	15.132
Nombre d'arrivées	3.533	2.290
Durée moyenne du séjour en nombre de nuits	5,4	6,6

Source : Bed & Brussels  
et Taxi Stop

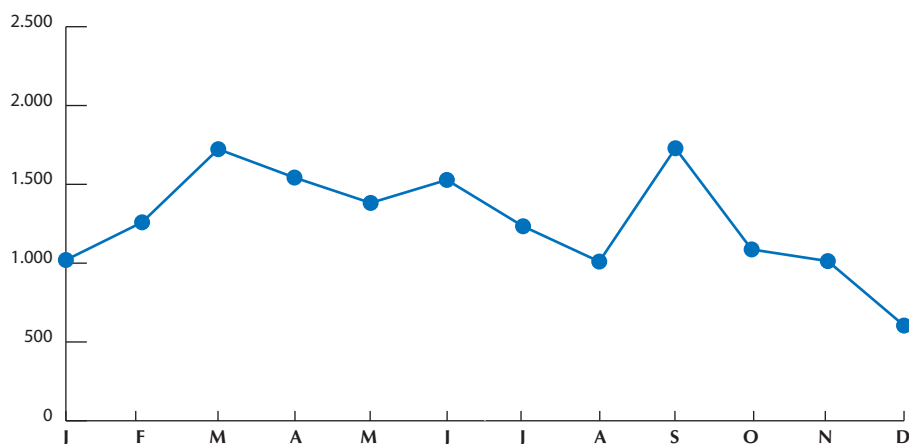
### 2.4.1/ Nombre de nuitées par pays d'origine



	2001	2002	
France	3.684	2.772	19%
Allemagne	3.172	2.248	15%
Royaume-Uni	1.659	1.373	9%
Espagne + Italie	1.178	1.102	7%
Etats-Unis + Japon	830	559	4%
Pays-Bas	349	392	3%
Autres pays	8.289	6.319	43%
<b>Total</b>	<b>19.161</b>	<b>14.765</b>	<b>100%</b>

Source : Bed & Brussels  
et Taxi Stop

### 2.4.2/ Nombre de nuitées en chambres d'hôtes par mois



Mois	2001	2002	
Janvier	1.895	1.020	7%
Février	1.471	1.259	9%
Mars	1.848	1.723	11%
Avril	1.933	1.543	10%
Mai	2.079	1.382	9%
Juin	1.821	1.528	10%
Juillet	1.308	1.234	8%
Août	1.355	1.010	7%
Septembre	2.078	1.729	11%
Octobre	1.296	1.087	7%
Novembre	1.386	1.013	7%
Décembre	691	604	4%
Moyenne	1.597	1.261	8%
<b>Total</b>	<b>19.161</b>	<b>15.132</b>	<b>100%</b>

Source : Bed & Brussels et Taxi Stop

### 2.4.3/ But du séjour de la clientèle

But du séjour	2001	2002
Tourisme	42%	31%
Affaires	34%	33%
Stage	10%	29%
Non précisé	14%	7%

Source : Bed & Brussels et Taxi Stop

## 3 / RÉFLEXIONS GÉNÉRALES

### 1. BRUXELLES-CAPACITE D'ACCUEIL

en nombre de personnes à Bruxelles est de ..... 32.286  
 en nombre de personnes dans les hôtels : ..... 31.290  
 en nombre de personnes dans les  
 hébergements pour jeunes : ..... 821  
 en nombre de personnes dans les chambres d'hôtes : 175

### 2. BRUXELLES-OFFRE HOTELIERE

Le nombre d'établissements de catégories 2, 3 et 5 étoiles a augmenté.

De plus, 684 chambres supplémentaires se sont rajoutées, principalement dans les hôtels de catégories 1, 2 et 3 étoiles. De façon générale, les hôtels haut de gamme sont des hôtels de grande capacité.

Les hôtels inscrits à la Fédération Horeca représentent 65% de l'hôtellerie.

56% des nuitées sont passées sur Bruxelles-ville et donc 44% dans les autres communes : 15% à St Josse, 10% à St Gilles, 7% à Ixelles et 4% à Schaerbeek.

Les hôtels de catégories 3, 4 et 5 étoiles représentent 60% des nuitées hôtelières.

### 3. BRUXELLES-DESTINATION

Pour l'ensemble des nuitées, Bruxelles a progressé de 35% de 1995 à 2002, soit plus de 1.200.000 nuits. En 2002, les nuitées à Bruxelles ont augmenté de 6% par rapport à 2001, soit plus de 250.000 nuits.

La progression est à 100% de nuitées loisirs.

En regard des habitudes hôtelières, la durée moyenne de séjour en hébergement pour jeunes est de 1,5 et en chambres d'hôtes de 6,6 nuits.

### 4. BRUXELLES-CLIENTELE

Si globalement le taux d'occupation moyen annuel des hôtels est passé de 68% à 64% en 2002 par rapport à 2001, on observe des différences sensibles suivant les marchés. Le prix moyen par chambre a diminué également.

Néanmoins, la durée de séjour reste stable à 1,9 nuits.

*Le classement des marchés :*

Le Royaume-Uni ..... (+2% par rapport à 2001)  
 La France ..... (+2% par rapport à 2001)  
 La Belgique ..... (-9% par rapport à 2001)  
 Les Etats-Unis ..... (-5% par rapport à 2001)  
 Les Pays-Bas ..... (0% par rapport à 2001)

*Les marchés prioritaires* (Royaume-Uni, France, Allemagne et Pays-Bas) représentent 44% du total des nuitées hôtelières, 40% du total des nuitées en

hébergements pour jeunes et 46% 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 76% du total des nuitées hôtelières, 68 % du total des nuitées en hébergements pour jeunes et 57% du total des nuitées en chambres d'hôtes.

L'origine des autres clients est très diversifiée.

### 5. BRUXELLES-TOURISME

Les séjours de loisirs ont progressé de 51% en 2002 par rapport à 1995.

En 2002, les séjours de loisirs ont augmenté de 13% par rapport à 2001.

*Hôtels :*

la saison haute se situe d'avril à juin et d'août à novembre.

*Hébergements pour jeunes :*

la saison s'étire du mois de février à mai, de juillet à août et en octobre.

*Chambres d'hôtes :*

les mois les plus fréquentés sont les mois de janvier, avril et octobre (stages UE).

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

La saison haute pour les séjours de loisirs :

les mois d'avril et mai et du mois de juillet au mois d'octobre.

### 6. BRUXELLES-MICE

Les séjours d'affaires ont progressé de 26% en 2002 par rapport à 1995.

En 2002, les séjours d'affaires ont augmenté de 2% par rapport à 2001.

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.

### 7. BRUXELLES-CONCURRENCE

Pour l'ensemble des nuitées, Bruxelles vient en 5ème position après Berlin, Amsterdam, Barcelone et Vienne. A Berlin, les principaux touristes sont des nationaux (71%).

Par rapport au taux d'occupation moyen annuel, Bruxelles se positionne en deuxième place après Barcelone en progression depuis 1996.

Le consultant IPK réalise également un classement des principales villes sur base d'indicateurs fournis par les groupes hôteliers.

Pour le taux d'occupation, le classement est le suivant : Barcelone (76,7%), Amsterdam (75,0%), Manchester (74,6%), Edimbourg (73,9%), Londres (72,7%), Paris (72,1%), Copenhague (71,5%), Genève (70,7%), Prague (68,5%), Vienne (64,5%), Bruxelles (62,8%), Berlin (62,4%) et Budapest (59,8%).

Pour le prix moyen net, le classement est le suivant Genève (300,4€), Paris (284,4€), Londres (245,9€), Amsterdam (159,5€), Barcelone (144,5€), Edimbourg (136,3€), Vienne (115,1€), Prague (114,9€), Berlin (114,4€), Bruxelles (112,35€), Manchester (107,4), Copenhague (105,7€) et Budapest (96,3€).

#### 8. BRUXELLES-CITY MARKETING

Le POSITIONNEMENT-LOISIRS est surtout culturel, et haut de gamme comme Amsterdam, Barcelone et Vienne et se construit sur les qualités reconnues par les visiteurs aux Bruxellois, l'offre des musées, la bande dessinée et l'Art Nouveau, l'omniprésence de verdure, la mode, les chocolats et bières, les marchés et les quartiers rénovés "in" & villageois.

Le POSITIONNEMENT-MICE est basé sur 5 clés : l'Art de Vivre, l'Europe, des lieux de réunion hors du commun, les réseaux d'organismes professionnels et la facilité d'accès et de déplacement sur place.

Les MOYENS développés pour cette notoriété sont infinitésimaux comparés à la visibilité politique européenne et consacrés essentiellement aux contacts presse et voyagistes complétés par quelques campagnes media de notoriété.

La COMPETITIVITE doit encore se renforcer grâce à une offre événementielle plus attractive pour la clientèle branchée internationale, comme le démontrent les enquêtes des événements sportifs comme l'Eurofoot ou culturels comme Magritte ou la création de grands monuments architecturaux comme le Guggenheim à Bilbao.

La conjoncture internationale comme l'attentat du 11 septembre a affecté plus particulièrement l'hôtellerie à fort profil de clientèle USA, mais par dessus tout, la disparition des bureaux Sabena à l'étranger prive le tourisme belge d'un allié dont le rôle dans le développement de l'attractivité de notre destination coïncée entre la France et les Pays-Bas ou entre la Grande-Bretagne et l'Allemagne se marque déjà dans le recul du nombre des passagers MICE à destination de l'aéroport de Bruxelles National.



**Nouveauté en 2002.**

Le secteur M.I.C.E.<sup>1</sup> constitue une part importante de l'offre de services touristiques à Bruxelles. Comme l'information sur l'offre, surtout sur les réunions, était lacunaire, les partenaires de l'Observatoire ont initié la démarche d'observation.

Les éléments retenus pour le rapport de 2002 sont les suivants :

1. L'**offre** en salles de réunion ;
2. La **fréquentation** des salles de réunion à Bruxelles ;
3. Le **positionnement international** de Bruxelles concernant les réunions des associations (statistiques de l'Union des Associations Internationales) et concernant les congrès (statistiques de l'International Congress and Convention Association) ;
4. Les **activités des agences** (DMC, PCO et organisateurs d'événements) ;
5. La **perception de Bruxelles** comme destination MICE ;
6. Les **commentaires** analysant ces premiers résultats ;
7. Le traitement de ces données MICE faisant appel à un vocabulaire spécifique, cette partie du rapport est complétée par un **glossaire** des termes utilisés.

Infrastructures	Les acteurs	Les sources
Hôtels	Fédération Horeca Bruxelles	Bruxelles International
Salles de réunion	PCO (BAPCO)	Services de meeting de Toerisme Vlaanderen
Special venues	DMC (ABITO)	et de l'Office de Promotion du Tourisme
	Agences événementielles (ACEA)	Observatoire du Tourisme à Bruxelles
	Organisateurs des Foires et Salons	UAI
		ICCA

<sup>1</sup> Les définitions de l'abréviation M.I.C.E. se trouvent à la fin de ce chapitre (point 7).

<sup>2</sup> Les "Special venues" sont des salles se situant dans un bâtiment à caractère culturel ou historique.

**1 / L'OFFRE EN SALLES DE RÉUNION**

	Établissements	Nombre de salles
Salles uniquement de conférence	13	93
Salles mixtes : exposition – conférence	8	45
Salles dans les hôtels	30	302
Special venues <sup>2</sup> :	128	
Théâtres	16	
Musées	19	
Centres culturels	10	
Châteaux	8	
Centres sportifs	7	
Hébergements pour jeunes	6	
Général	5	
Autres	57	

Source : Brochure  
"Let's meet in Brussels 2003"

**Remarque :** Pour la catégorie "special venues" répertoriée dans la brochure "Let's meet in Brussels 2003", le nombre de salles n'est pas toujours indiqué.

Les informations liées à l'hôtellerie se situent dans le chapitre "hébergement touristique".

## 2 / LA FRÉQUENTATION DES SALLES DE RÉUNION À BRUXELLES

### Note méthodologique

Enquête menée par l'Observatoire du Tourisme auprès des prestataires repris dans la brochure "Let's meet in Brussels". 29 prestataires ont répondu à l'enquête en 2003, relative à l'activité MICE en 2002 sur 86 envois. Le questionnaire est composé de questions fermées sur le profil de la clientèle MICE à Bruxelles.

### 2.1/ Nombre de réunions MICE et nombre de participants

	Nombre de répondants	Nombre de réunions		Nombre de participants	
Venues	8	1.135	16%	204.375	48%
Salles dans les hôtels	13	5.004	69%	175.462	41%
Special venues	8	1.124	15%	47.107*	11%
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>7.263</b>	<b>100%</b>	<b>432.794</b>	<b>100%</b>

<sup>(\*)</sup> 1 répondant n'a pas donné ses chiffres

Dans ce point, il ne faut pas oublier **Brussels Expo**, haut lieu des salons et des foires réalisés à Bruxelles. Différentes manifestations y sont organisées : des salons grand public, des salons professionnels et des congrès.

	Nombre	Visiteurs	Exposants	Total
Salons grand public	24	2.086.769	5.476	2.092.245
Salons professionnels	27	479.758	7.075	486.833
Congrès	6	24.300	125	24.425
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>2.590.827</b>	<b>12.676</b>	<b>2.603.503</b>

Source : Analyse d'impact économique, social et fiscal des activités du Parc des Expositions de Bruxelles – juin 2001 (chiffres 2000).

### 2.2/ Nombre de réunions – avec ou sans séjour

	Nombre de répondants	Nb de réunions avec séjour	Nb de réunions sans séjour	Ne sait pas	Total
Venues	8	368 5%	551 8%	216 3%	1.135 16%
Salles dans les hôtels	13	1.460 21%	3.544 51%	0 -	5.004 72%
Special venues	4	46 1%	652 9%	101 1%	799 12%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>1.874</b> <b>27%</b>	<b>4.747</b> <b>68%</b>	<b>317</b> <b>5%</b>	<b>6.938</b> <b>100%</b>

### 2.3/ Nombre de réunions par type de clientèle

22 répondants

	Strictement national	Strictement international	Mixte nat / intern	Total
Entreprises	1.923 33%	469 8%	1.431 24%	3.823 65%
Associations	612 10%	57 1%	584 10%	1.253 21%
Institutionnel	565 10%	91 2%	232 4%	888 15%
<b>Total</b>	<b>3.100</b> 52%	<b>617</b> 10%	<b>2.247</b> 38%	<b>5.879</b> 100%

### 2.4/ Nombre de réunions par type d'organisateur de réunion

	Nbre de répondants	Clients directs	PCO	Autres	Total
Venues	7	1.018 17%	80 1%	37 1%	1.135 19%
Salles dans les hôtels	11	3.406 56%	725 12%	0 -	4.131 68%
Special venues	4	795 13%	0 -	4 -	799 13%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>5.219</b> 86%	<b>805</b> 13%	<b>41</b> 1%	<b>6.065</b> 100%

	Réunions nationales	Réunions internationales	Réunions mixtes	Total
Clients directs	3.125 52%	452 7%	1.642 27%	5.219 86%
PCO	263 4%	241 4%	301 5%	805 13%
Autres	33 1%	8 -	0 -	41 1%
<b>Total</b>	<b>3.421</b> 56%	<b>701</b> 12%	<b>1.943</b> 32%	<b>6.065</b> 100%

### 2.5/ Nombre de réunions par catégorie MICE

	Nombre de répondants	Conférence / meeting / congrès	Workshop, Foires	Lancement de produit, Evénement	Autres	Total
Venues	7	937 16%	34 1%	59 1%	94 2%	1.124 19%
Salles dans les hôtels	12	3.325 55%	284 5%	310 5%	188 3%	4.107 68%
Special venues	4	37 1%	1 -	66 1%	695 12%	799 13%
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>4.299</b> 71%	<b>319</b> 5%	<b>435</b> 7%	<b>977</b> 16%	<b>6.030</b> 100%

**2.6/ Nombre de réunions par pays d'où provient la demande**

23 répondants

	Venues	Salles dans les hôtels	Special venues	Total
Belgique	1.043 16%	3.415 53%	790 12%	5.248 81%
UK	13 -	427 7%	1 -	441 7%
France	18 -	257 4%	2 -	277 4%
Pays-Bas	12 -	170 3%	0 -	182 3%
Allemagne	15 -	123 2%	0 -	138 2%
USA + Canada	2 -	35 1%	1 -	38 1%
Autres	18 -	67 1%	5 -	90 1%
Ne sait pas	0 -	75 1%	0 -	75 1%
<b>Total</b>	<b>1.121</b> <b>17%</b>	<b>4.569</b> <b>70%</b>	<b>799</b> <b>13%</b>	<b>6.489</b> <b>100%</b>

**2.7/ Nombre de réunions par type de secteur d'activité d'où provient la demande**

22 répondants

	Venues	Salles dans les hôtels	Special venues	Total
Commercial	150 2%	2.106 33%	26 -	2.282 36%
Scientifique	495 8%	787 12%	29 -	1.311 20%
Art	341 5%	546 9%	19 -	906 14%
Politique	26 -	671 10%	15 -	712 11%
Autres	184 3%	299 5%	709 11%	1.192 19%
<b>Total</b>	<b>1.196</b> <b>19%</b>	<b>4.409</b> <b>69%</b>	<b>798</b> <b>12%</b>	<b>6.403</b> <b>100%</b>

**2.8/ Nombre de réunions par catégorie de nombre de personnes**

20 répondants

	< 50 pax	51-99 pax	100-249 pax	251-499 pax	500-999 pax	1.000-1.900 pax
Venues	607 11%	224 4%	171 3%	50 1%	53 1%	37 1%
Salles dans les hôtels	3.567 63%	638 11%	262 5%	49 1%	7 -	0 -
Special venues	6 -	9 -	12 -	13 -	6 -	0 -
<b>Total</b>	<b>4.180</b> <b>73%</b>	<b>871</b> <b>15%</b>	<b>445</b> <b>8%</b>	<b>112</b> <b>2%</b>	<b>66</b> <b>1%</b>	<b>31</b> <b>1%</b>

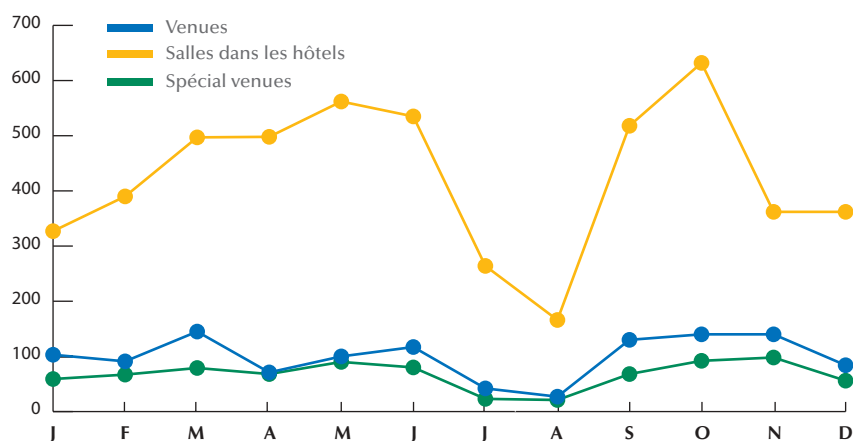
Pax = personnes

## 2.9/ Nombre de réunions par nombre de jours

	Nombre de réunions	%
1 jour	2.948	64%
2 jours	1.091	24%
3 jours	306	7%
> 3 jours	294	6%
<b>Total</b>	<b>4.639</b>	<b>100%</b>

## 2.10/ Nombre de réunions par mois

	Venues	Salles dans les hôtels	Special venues	Total	%
Janvier	103	327	59	489	7%
Février	91	390	67	548	7%
Mars	145	497	79	721	8%
Avril	71	498	68	637	10%
Mai	100	562	90	752	10%
Juin	117	535	80	732	10%
Juillet	42	264	23	329	5%
Août	27	166	21	214	3%
Septembre	130	518	68	716	9%
Octobre	140	632	92	864	11%
Novembre	140	362	98	600	12%
Décembre	84	362	56	502	7%
<b>Total</b>	<b>1.141</b>	<b>5.353</b>	<b>801</b>	<b>7.295</b>	<b>100%</b>



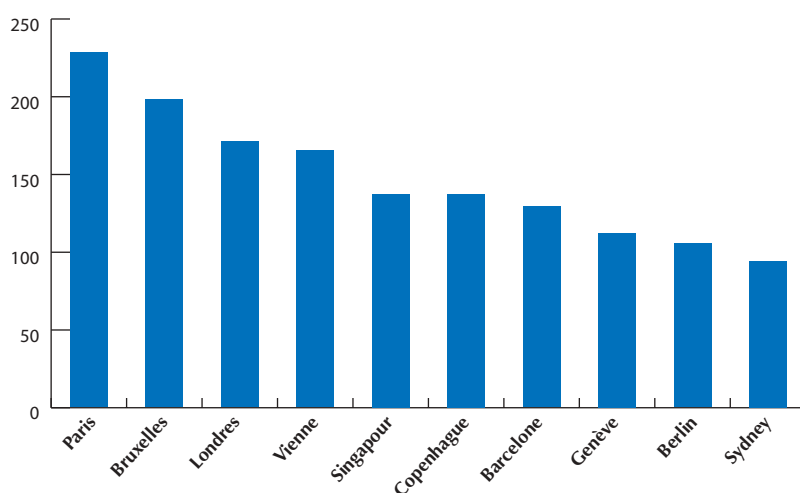
### 3/ LES RÉUNIONS INTERNATIONALES

#### 3.1/ L'Union des Associations Internationales (UAI)

L'Union des Associations Internationales (UAI) prend en compte dans ses statistiques des réunions qui sont organisées et/ou patronnées par les organismes internationaux figurant dans "l'Annuaire des organisations internationales" et dans "le Calendrier des Congrès Internationaux". Les critères de ces réunions sont :

- Minimum 300 participants
- 40% d'étrangers
- Minimum 5 nationalités
- Durée minimum : 5 jours

#### 3.1.1/ Nombre de réunions d'associations internationales pour les principales villes



Villes	Nombre de réunions	Part du marché mondial
Paris	228	2,5%
Bruxelles	198	2,15%
Londres	171	1,87%
Vienne	165	1,81%
Singapour	137	1,5%
Copenhague	137	1,5%
Barcelone	129	1,41%
Genève	112	1,23%
Berlin	105	1,15%
Sydney	94	1,03%

Source : UAI Brussels, 2003

### 3.1.2/ Position des réunions des associations internationales pour les principales villes de 1993 à 2002

	Paris		Bruxelles		Londres		Vienne	
	Nb de réunions	Part de marché	Nb de réunions	Part de marché	Nb de réunions	Part de marché	Nb de réunions	Part de marché
1993	354	4,02%	164	1,86%	190	2,16%	162	1,94%
1994	224	2,54%	165	1,88%	150	1,70%	175	1,99%
1995	213	2,42%	166	1,89%	153	1,74%	175	1,99%
1996	277	3,15%	176	2%	177	2,01%	184	2,09%
1997	238	2,71%	173	1,97%	196	2,23%	170	1,93%
1998	229	2,60%	172	1,95%	186	2,11%	170	1,93%
1999	231	2,63%	175	1,99%	150	1,71%	150	1,70%
2000	258	2,93%	194	2,21%	182	2,07%	146	1,66%
2001	217	2,47%	179	2,03%	181	2,06%	133	1,51%
2002	228	2,50%	196	2,10%	171	1,90%	165	1,80%

### 3.1.3/ Nombre de réunions internationales dans les principales villes belges

Villes	Nombre de réunions internationales	%
Bruxelles	196	62.6%
Anvers	23	7.3%
Bruges	18	5.8%
Louvain	17	5.4%
Gand	12	3.8%
Liège	12	3.8%
Louvain-la-Neuve	5	1.6%
Ostende	4	1.3%
Autres	26	8.3%
<b>Belgique</b>	<b>313</b>	<b>100%</b>

Source : UAI

### 3.2/ International Congress & Convention Association (ICCA)

Les données de l'ICCA (International Congress & Convention Association) contiennent les données liées aux réunions d'associations internationales qui rencontrent les critères suivants :

- Réunir au moins 50 participants
- Etre organisée de façon récurrente
- Rencontres avec au moins trois pays différents

	Vienne	Paris	Londres	Bruxelles
2000	53	71	62	29
2001	57	51	45	17
2002	58	40	35	28
Position	4 <sup>ème</sup>	12 <sup>ème</sup>	16 <sup>ème</sup>	20 <sup>ème</sup>

## 4 / LES AGENCES : DMC, PCO ET ORGANISATEURS D'ÉVÉNEMENTS

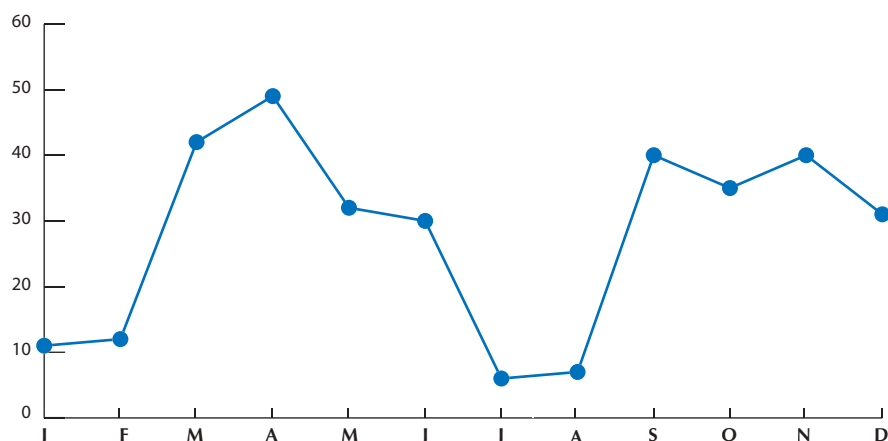
### Note méthodologique

Enquête menée par l'Observatoire du Tourisme auprès de 31 prestataires.

6 d'entre eux ont répondu au questionnaire, soit 20% des entreprises.

Le questionnaire est composé de questions fermées sur les activités agences.

- Les agences ayant répondu ont réalisé 335 réunions en 2002.
- Cela représente 13.982 participants.
- Ces réunions sont à 98% des déplacements avec séjour.
- Elles sont principalement internationales (96%).
- Elles sont organisées par des entreprises internationales (85%).
- Les types de réunions organisées sont la conférence, le meeting et le congrès (78%).
- Le type de secteur demandeur des services des agences est scientifique (49%), commercial (32%), politique (10%) et artistique (5%).
- Les réunions organisées sont principalement de petites réunions de moins de 50 personnes (67%), entre 51 et 100 personnes (16%), entre 101 et 250 personnes (11%), entre 251 et 500 personnes (3%) et plus de 500 personnes (3%).
- La durée des réunions est de 1 jour (42%), 2 jours (33%), 3 jours (24%) et plus de 3 jours (1%).
- Nombre de réunions par mois :



## 5 / LA PERCEPTION DE BRUXELLES COMME DESTINATION MICE

### Note méthodologique

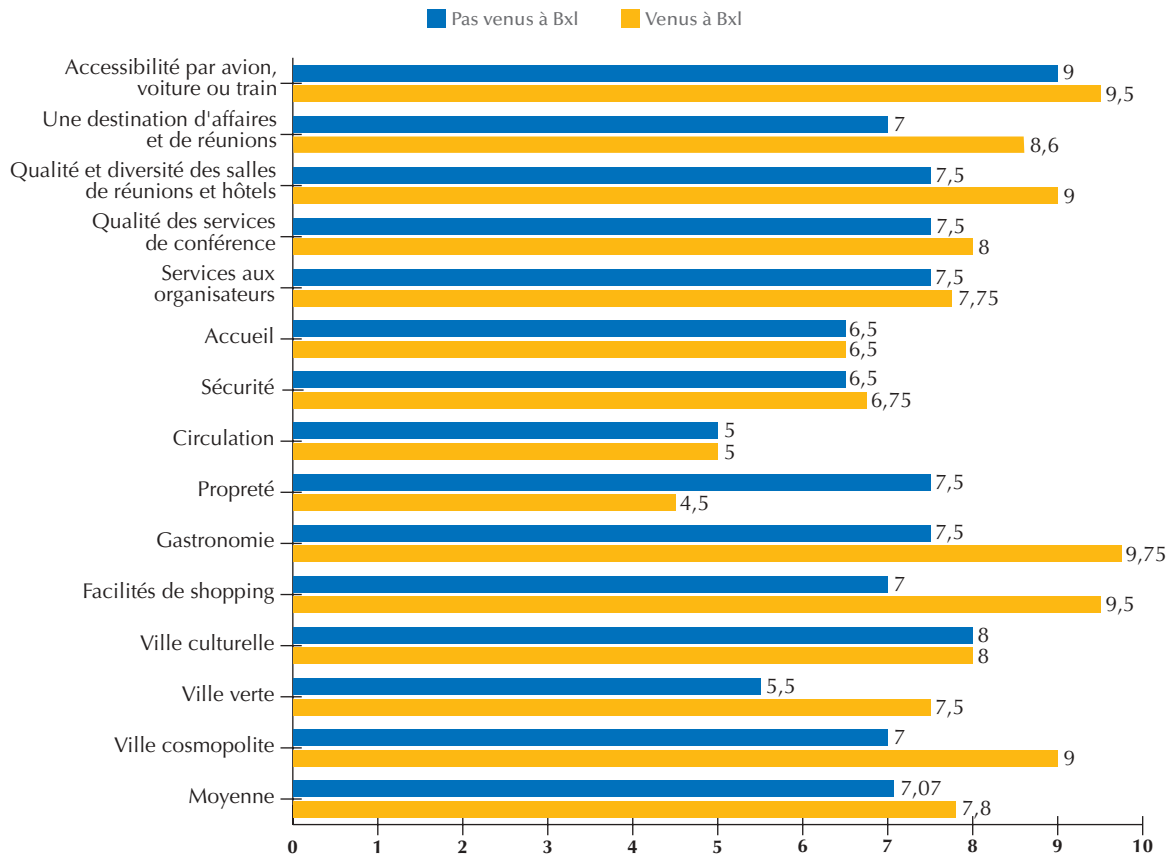
Enquête menée par l'Observatoire du Tourisme sur base des 134 dossiers traités par Bruxelles International en 2002, 23 questionnaires complétés ont été renvoyés.

Le questionnaire composé essentiellement de questions fermées a été communiqué en français, néerlandais ou anglais en 4 vagues par e-mail ou fax et a été suivi de deux rappels téléphoniques.

Malgré cette démarche pro-active, l'échantillon est peu représentatif. Il permet cependant de dégager un élément significatif : **si la perception spontanée a priori de la destination Bruxelles est très moyenne, cette perception s'améliore sensiblement chez ceux qui ont organisé une réunion à Bruxelles.**



- Les éléments qui ont suscité le plus de satisfaction sont :  
L'accessibilité, les services MICE, la gastronomie et les activités possibles à Bruxelles.
- Les éléments qui se situent en-dessous de la moyenne sont :  
La circulation, la sécurité et l'accueil.
- Un élément voit son score diminué par rapport à la perception : la propreté.



## 6 / RÉFLEXIONS GÉNÉRALES

L'objectif de l'Observatoire du Tourisme à Bruxelles est de créer un outil statistique cohérent, fiable et permanent pour le secteur MICE à Bruxelles.

En 2003, ce processus a été lancé pour la première fois. Plusieurs prestataires s'y sont associés.

Ce premier cercle doit s'élargir pour garantir la fiabilité des données.

### 1 / Les réunions d'affaire à Bruxelles

- Le secteur hôtelier réalise le chiffre le plus important en terme de **"nombre de réunions"**.  
Le secteur des venues réalise le chiffre le plus important en terme de **"nombre de participants"**.
- Près de 70% des réunions durent une journée et n'impliquent pas un hébergement.  
Les réunions avec séjour se passent plutôt dans les hôtels.  
Les activités dans les "special venues" sont plutôt liées aux cocktails, réceptions de fin.
- 52% des réunions sont uniquement nationales et 48% sont internationales. Si les réunions d'entreprises et d'associations sont très proches de cette parité, les réunions institutionnelles sont plutôt nationales.
- 90% des clients s'adressent directement aux prestataires bruxellois, 10% font appel à un intermédiaire (agence MICE).
- 70% des réunions entrent dans les catégories séminaires, conférences, congrès et 30% dans les catégories cocktails, réceptions de fin d'année,...
- 80% des participants aux réunions habitent en Belgique, les principaux marchés étrangers sont la Grande-Bretagne (7%), la France (4%), les Pays-Bas (3%), l'Allemagne (2%) et les Etats-Unis – Canada (1%).
- 75% des réunions rassemblent moins de 50 personnes.
- Les courbes mensuelles de fréquentation des venues, special venues et hôtels ont sensiblement les mêmes profils, les mois les plus creux sont juillet, août et décembre.

### 2 / Le positionnement international de Bruxelles

- Bruxelles est la 2ème destination mondiale pour les réunions d'associations derrière Paris mais devant Londres, Vienne, Copenhague et Barcelone.  
Ces réunions rassemblent au minimum 300 participants de 5 nationalités différentes, durant 5 jours minimum. 40% au moins des participants doivent être étrangers (source UAI).
- Bruxelles a une part de marché de 63% par rapport aux autres villes belges pour les réunions d'associations devant Anvers (7%).
- Bruxelles est la 20ème destination pour l'organisation de congrès suivant l'ICCA.  
Ces congrès doivent être organisés de manière récurrente et rassembler au minimum 50 participants originaires de 3 pays différents.
- En 2003, Vienne occupait le 4ème rang, Paris le 12ème et Londres le 16ème.

### 3 / La perception de Bruxelles comme destination MICE

- La perception a priori de Bruxelles reste très moyenne. Ceux qui ont organisé une réunion à Bruxelles en ont une perception sensiblement améliorée, particulièrement pour les services MICE, la gastronomie et les activités offertes à Bruxelles.  
Deux points restent négatifs : la circulation et, surtout, la propreté.
- Concernant les services MICE, si la réponse aux demandes, la disponibilité du personnel et la qualité des salles obtiennent d'excellents résultats (8 à 9/10), par contre le rapport qualité/prix est moins satisfaisant (6,5/10).
- Les activités complémentaires aux réunions les plus recherchées sont les tours de ville ou visites guidées et les informations sur les possibilités de découverte de la ville (vie culturelle, shopping, ...) puis les possibilités offertes pour la vie nocturne, les musées et les attractions.
- Parmi les causes qui ont fait choisir à l'organisateur une autre destination : autres que l'annulation, les deux raisons évoquées sont la non-disponibilité d'hôtels ou de salles répondant à la demande et le prix.  
Les destinations alternatives choisies par l'organisateur, en Belgique, Anvers ou Ostende, à l'étranger, très variable, mais la France constitue un des pôles.

## 7 / GLOSSAIRE

La notion MICE recouvre différentes définitions qui correspondent à des concepts clés. Le terme MICE combine les “Meetings”, les “Incentive travel”, les “Congres”, “Conférence”, “Conventions” et les “Exhibitions”(foires et salons), “Expositions” et “Evénements”.

Le MICE est une forme de tourisme qui associe les infrastructures touristiques (au sens large) et les services liés aux affaires.

Le “Travel & Tourism Intelligence”<sup>3</sup> a rassemblé un certain nombre de définitions liées aux différents termes du MICE :

Les réunions (Meetings) : *“un terme général indiquant la rencontre d’un certain nombre de personnes dans un lieu, pour se consulter ou effectuer une activité particulière. Ceci peut se faire sur une base ad hoc, ou selon un modèle fixé”.* (International Meetings Industry Glossary)

#### L’incentive travel

- *“le voyage incentive est un outil gestionnel moderne de motivation pour encourager ou récompenser les employés, les travailleurs, les dealers, les distributeurs et le personnel des services généraux. Il s’agit de voyage de loisirs totalement ou partiellement payé par la société pour les employés qualifiés, souvent sous forme de prime, et il peut être la récompense d’une productivité accrue ou la réalisation d’objectifs d’entreprise. Les incentives sont des récompenses qui ne sont pas payées comptant, celles-ci étant dues à la réalisation d’objectifs liés au travail. Il s’agit typiquement d’un événement organisé à l’étranger et spécialement conçu pour être un “avantage” ou une “récompense” pour les personnes présentes”.* Society of Incentive Travel Europe)
- *“un outil de management global qui utilise une expérience de voyage exceptionnelle pour motiver et/ou reconnaître les participants pour des niveaux de performance accrus à l’appui d’objectifs organisationnels”.* (Society of Incentive & Travel Executives)
- *“un concept par lequel les employés d’une société, les distributeurs et les équipes de ventes sont motivés pour réaliser des objectifs commerciaux inhabituels par la perspective d’une expérience de voyage extraordinaire comme récompense pour atteindre les objectifs”.* (Understanding Incentive Travel, Great Britain and Ireland)

**Le congrès** *“la rencontre régulière de grands groupes d’individus, généralement pour discuter d’un sujet particulier. Un congrès durera souvent plusieurs jours et aura plusieurs sessions simultanées. L’intervalle de temps entre des congrès est habituellement établi avant la phase d’implémentation et peut être soit pluri-annuel soit annuel. La plupart des congrès internationaux ou mondiaux sont du type précédent tandis que les congrès nationaux sont plus fréquemment organisés annuellement”.* (International Meetings Industry Glossary)

**La convention** *“une réunion générale et formelle d’un organisme législatif, d’un groupe social ou économique afin de fournir de l’information sur une situation particulière et afin de délibérer et, par conséquence, d’établir un accord sur des politiques parmi les participants. Habituellement de durée limitée avec des objectifs fixés, mais sans fréquence déterminée”.* (International Meetings Industry Glossary)

#### La conférence

- *“une conférence ou réunion est un événement qui implique 15 personnes ou plus et occupe un lieu de réunion pendant six heures ou plus au cours d’une journée, ou six heures ou plus par jour si l’événement est de plus d’une journée”.* (British Conference Market Trends Survey)
- *“une réunion à l’extérieur du lieu de travail d’une durée de six heures minimum impliquant un minimum de huit personnes”.* (BTA)
- *“un événement utilisé par une organisation pour se rencontrer et échanger des idées, transmettre un message, ouvrir un débat ou donner de la publicité à une frange de l’opinion sur un problème spécifique. Aucune tradition, continuité ou périodicité n’est requise pour convoquer une conférence. Bien qu’elles ne sont généralement pas limitées dans le temps, les conférences sont habituellement de courte durée avec des objectifs spécifiques. Les conférences se font généralement sur une échelle plus petite que les congrès”.* (International Meetings Industry Glossary)

#### Une foire ou salon est

- *“une activité conçue pour des fournisseurs ciblés de produits, d’équipement et de services pour faire des démonstrations et de la promotion vers un certain marché. Il est destiné à fournir un forum pour des ventes, contacts avec des influences, rassemblant l’intelligence concurrente et construisant une image vers le consommateur”.*

<sup>3</sup>Travel & Tourism Intelligence, The MICE Industry

- *“prend la forme d’une publicité en trois dimensions où le produit peut être vu, manipulé, même goûté lorsqu’il s’y prête, et évalué. Les exposants peuvent comparer leurs produits à ceux de leurs concurrents tandis que les délégués peuvent examiner de près des produits concurrentiels.*

**Les expositions** *“consistent généralement en une foire ou salon grand public exposant les biens et services d’une industrie particulière. L’abréviation “Expo” est souvent utilisée. Le terme d’exposition est souvent utilisé de manière interchangeable avec le mot foire ou salon, mais est parfois utilisé en référence à une grande foire commerciale”.* International Association of Exposition Managers (IAEM).

#### **Les organisateurs d’événements**

L’événement est d’abord un outil de marketing qui est au même niveau dans le marketing mix que le marketing direct, la promotion des ventes et les relations publiques. Un événement est un véhicule de communication, un instrument pour atteindre un groupe cible bien défini sur un lieu spécifique. Les Agences de Communication qui organisent des événements ont toutes leurs propres spécialités. D’une part, vous avez ceux qui sont concentrés sur l’organisation et la gestion d’événements ; d’autre part vous avez ceux qui intègrent un événement dans une approche globale. Ils garantissent de suivre tout le processus.

Le rôle de l’Agence d’Evenement va bien au delà de la conception de l’événement. Elle contrôle le calendrier, tout le processus et les aspects techniques.

#### **PCO**

Le rôle varié d’un Organisateur de Conférence Professionnel (PCO) pourrait être comparé à celui du chef d’un grand orchestre symphonique, coordonnant toutes les parties concernées en vue d’un produit final réussi et harmonieux.

Un PCO a le rôle de coordinateur et de consultant, responsable des aspects logistiques, techniques, administratifs et financiers impliqués dans l’organisation et la préparation de réunions. La sous-traitance de cette multitude de tâches permet à l’organisateur-client de consacrer du temps et de l’énergie à la préparation du contenu et à la réalisation de l’objectif de sa réunion – le domaine où il est indispensable. De plus, un PCO organise et encadre une réunion lorsqu’elle se passe, permettant au client de se concentrer pleinement sur sa présentation ou discussion, d’être un hôte attentif et d’échanger efficacement de l’information et de la connaissance.

#### **DMC**

Les DMC locaux sont avant tout les fournisseurs de services, qui cherchent constamment de nouvelles façons de surprendre les visiteurs de façon plaisante et saisissent toute opportunité de mettre en lumière les qualités d’une destination.

Les DMC locaux sont de vrais ambassadeurs de leur pays, qui opèrent séparément des autorités officielles. Ils sont dans une position idéale pour faire se rencontrer l’offre et la demande.

Les DMC ont la tâche de coordonner les différents services que le consommateur souhaite utiliser et sont leur seul contact. Ils analysent et évaluent également la réputation des différents fournisseurs et les services rendus.

L’objectivité est pour eux d’une importance capitale.

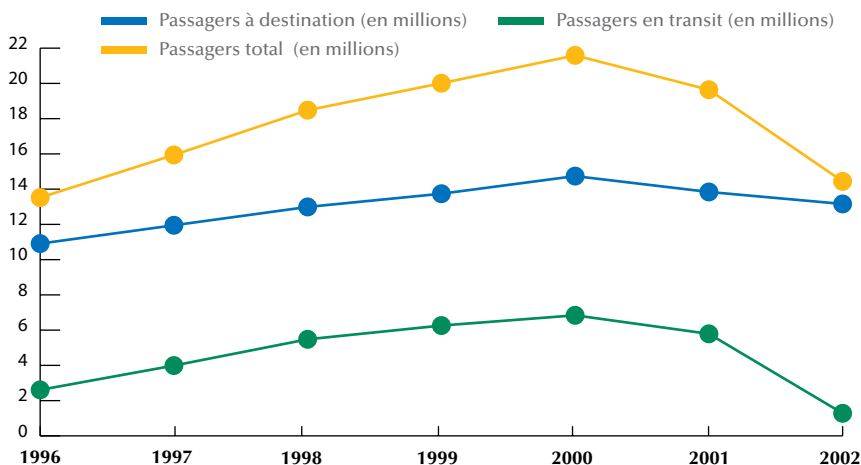
Les bons DMC essaient toujours d’être créatifs : ils présentent de nouvelles idées, développent de nouveaux produits et thèmes, et offrent au client ce petit plus.

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. <sup>2</sup>
■ Transport ferroviaire	S.N.C.B. 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 1996 à 2002



<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

Année	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Variation 2002/2001
Passagers à destination (en millions)	10,91	11,95	12,99	13,74	14,74	13,84	13,16	-6%
Passagers en transit (en millions)	2,61	3,99	5,48	6,26	6,84	5,79	1,28	-16%
Passagers total (en millions)	13,52	15,94	18,48	20,01	21,59	19,64	14,44	-10%

Source : Brutrends 2002 - BIAC

1.1.2 / Mouvements de vols sur l'aéroport de Bruxelles National en 2001 et 2002

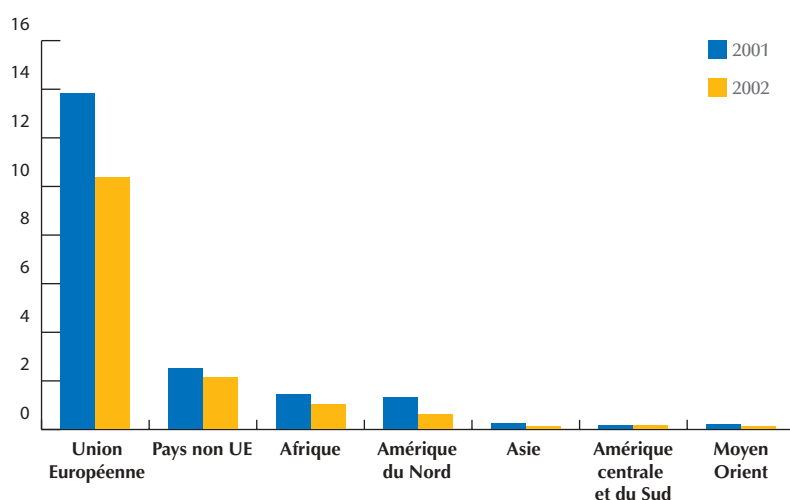
Types de vols	2001	2002	Part en %	Variation 2002/2001
Vols de passagers (régulier et charter)	264.800	215.800	84%	-19%
Vols cargo	22.000	21.700	8%	-1%
Vols de l'aviation générale	12.100	12.000	5%	-1%
Vols militaires	6.600	7.400	3%	+12%
<b>TOTAL</b>	<b>305.535</b>	<b>256.900</b>	<b>100%</b>	<b>-16%</b>

Source : Brutrends 2002 - BIAC

## 1.1.3/ Nombre de passagers

Nombre de passagers (en millions)	2001	2002	Part en %	Variation 2002/2001
Union Européenne	13,8	10,35	72%	-25%
Pays non UE	2,5	2,11	14%	-16%
Afrique	1,4	1	7%	-29%
Amérique du Nord	1,3	0,6	4%	-54%
Asie	0,23	0,1	1%	-57%
Amérique centrale et du Sud	0,15	0,15	1%	0%
Moyen Orient	0,18	0,09	1%	-50%
<b>Total</b>	<b>19,64</b>	<b>14,4</b>	<b>100%</b>	<b>-27%</b>

Source : Brutrends 2002 -  
BIAC- transit inclus

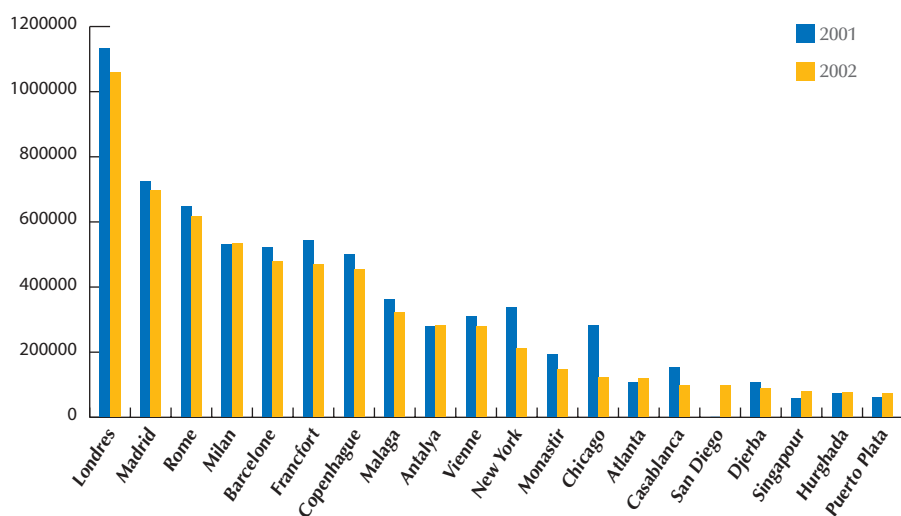


## 1.1.4/ Nombre de vols : top des 20 destinations

Europe	2001	2002	Variation 2002/2001
Londres	18.606	18.828	1%
Copenhague	9.362	7.709	-18%
Milan	8.494	6.977	-18%
Madrid	8.398	7.221	-14%
Francfort	7.701	6.555	-15%
Munich	6.266	6.030	-4%
Rome	6.104	5.779	-5%
Barcelone	6.041	5.621	-7%
Vienne	5.995	5.582	-7%
Birmingham	4.768	6.924	45%
<b>Hors Europe</b>			
New York	3.133	2.782	-11%
Chicago	1.880	1.280	-32%
Casablanca	1.823	1.340	-26%
Monastir	1.317	1.069	-18%
Djerba	797	677	-15%
Atlanta	722	727	1%
Jeddah	543	645	19%
Seoul	339	629	86%
San Diego	-	626	100%
Singapour	524	577	10%

Source : Brutrends 2002 - BIAC

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



Europe	2001	2002	Variation 2002/2001
Londres	1.130.337	1.057.837	-6%
Madrid	723.632	696.049	-4%
Rome	645.077	616.464	-4%
Barcelone	530.712	533.533	1%
Francfort	520.359	476.407	-8%
Milan	541.370	467.708	-14%
Copenhague	498.797	452.775	-9%
Malaga	359.798	321.092	-11%
Antalya	276.471	282.375	2%
Vienne	308.410	276.980	-10%
<b>Hors Europe</b>			
New York	336.209	210.436	-37%
Monastir	191.003	144.653	-24%
Chicago	279.873	121.853	-56%
Atlanta	105.324	117.686	11%
Casablanca	152.000	98.026	-35%
San Diego	0	96.756	100%
Djerba	106.441	86.787	-18%
Singapour	56.332	77.684	38%
Hurghada	72.215	75.098	4%
Puerto Plata	59.176	70.816	20%

Source : Brutrends 2002 - BIAC

## 1.1.6/ Hôtellerie à l'aéroport

	2001	2002	Variation 2002/2001
Nombre d'hôtels	11	10	
Nombre de nuitées	400.304	419.369	+5%
Taux d'occupation	67,7%	63,6%	

Source : Brutrends 2002 - BIAC

## 1.2/ Brussels South Charleroi Airport

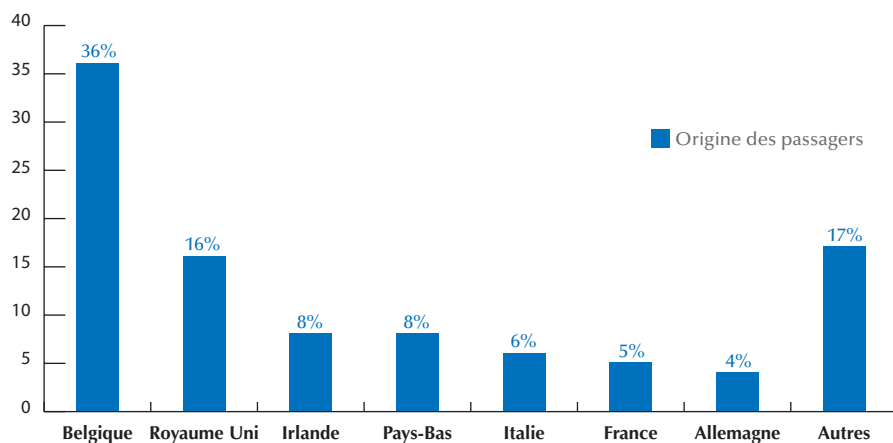
### 1.2.1/ Nombre de passagers et de mouvements de vols à Brussels South Charleroi Airport de 1998 à 2002

Année	1998	1999	2000	2001	2002	Variation 2002/2001
Nombre de passagers	210.727	235.949	255.322	773.431	1.279.000	65%
Nombre de mouvements	62.539	60.305	57.055	57.216	65.061	14%

Source :  
Brussels South Charleroi Airport

### 1.2.2/ Profil des passagers

L'aéroport de Brussels South Charleroi Airport effectue plusieurs fois par an des sondages auprès de passagers.



Source :  
Brussels South Charleroi Airport

Origine des passagers belges	
Bruxelles	30%
Wallonie	30%
Flandre	40%

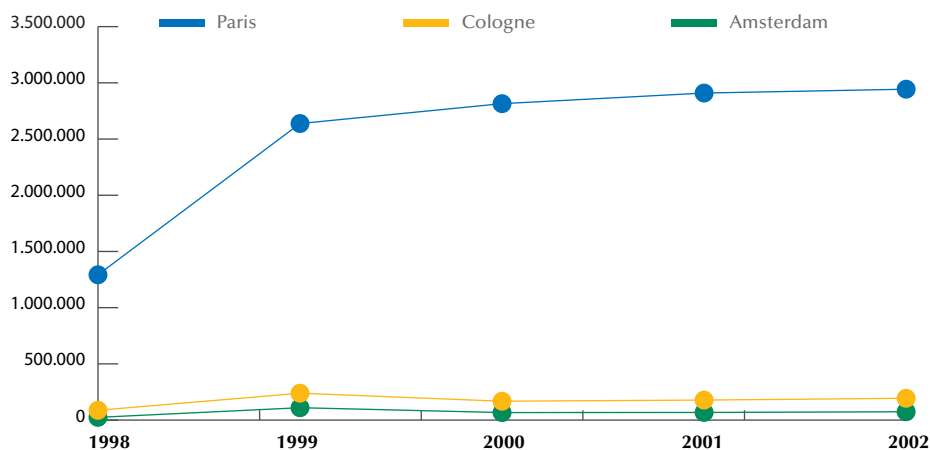
But du déplacement	
Affaires	31%
Loisirs	50%
Visite amis, famille	15%
Autres	4%



## 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 2002



Nombre de passagers	1998	1999	2000	2001	2002	Variation 2002/2001
Paris	1.292.300	2.638.000	2.814.700	2.909.048	2.943.340	1%
Cologne	86.900	239.000	167.700	177.886	193.913	9%
Amsterdam	24.100	110.000	66.800	67.748	73.982	9%

Source : SNCB – Thalys International

Autres provenances/destinations	2001	2002	Variation 2002/2001
Marne la Vallée	175.093	172.185	-2%
Aéroport Charles de Gaulle	118.556	164.641	38%
Genève	39.217	24.851	-37%
Rotterdam	16.933	15.882	-6%
Schipol	14.266	18.235	27%
Düsseldorf	8.433	8.311	1%
Autres	152.675	80.949	-47%

Source : SNCB

#### ■ COMMENTAIRES :

Les passagers de la rubrique "autres provenances / destinations" s'ajoutent à ceux du tableau précédent.

Cela nous donne un total de 3.696.289 passagers sur le réseau Thalys en 2002.

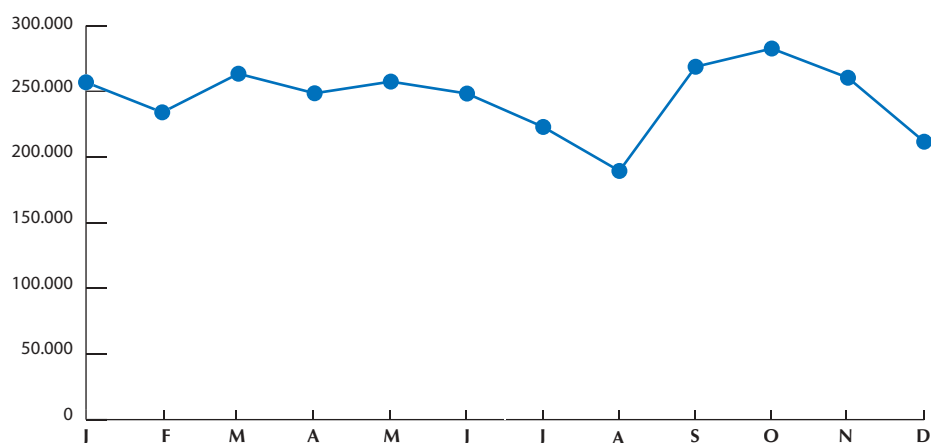
Méthode de calcul du nombre de passagers : il s'agit du cumul des billets aller – retour. Le nombre de passagers vers Bruxelles est donc approximativement de 50%.

### 2.1.2/ Pourcentage des billets affaires / loisirs vendus sur Thalys de 2000 à 2002

Types de billets	2000	2002
Affaires	43%	43%
Loisirs	48%	57%
Autres <sup>4</sup>	9%	-

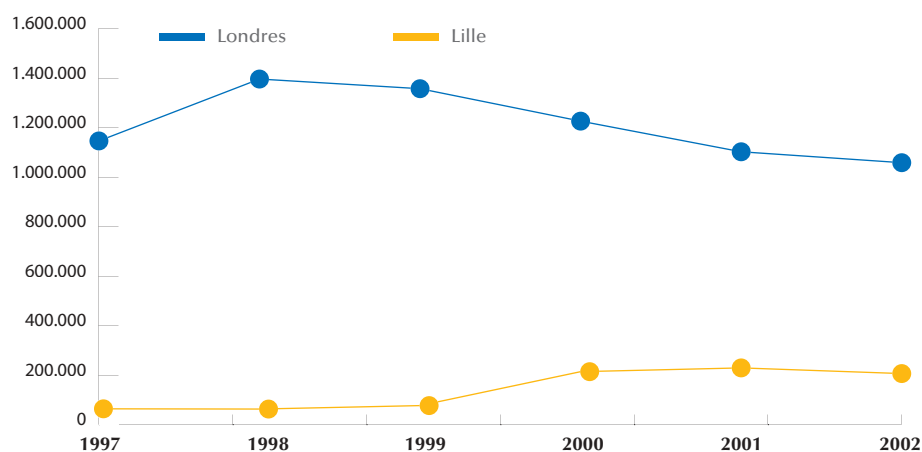
Source : Thalys International

### 2.1.3/ Nombre de passagers sur la ligne Paris – Bruxelles (Thalys) par mois



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

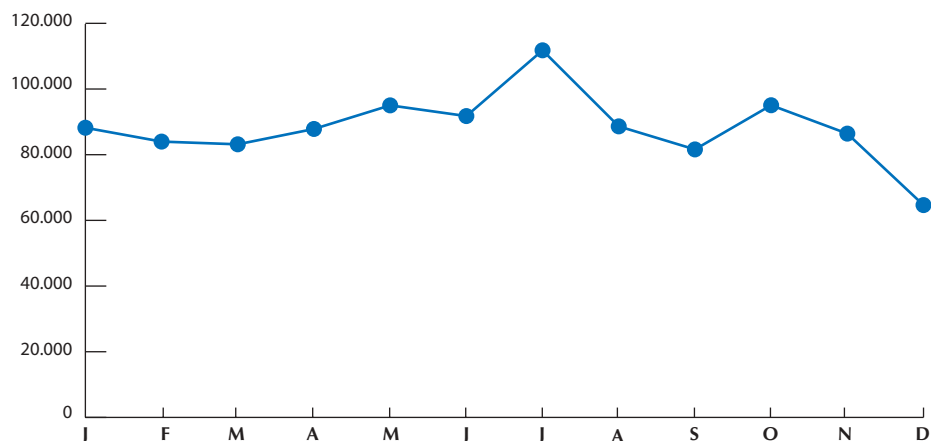
### 2.1.4/ Nombre de voyageurs sur Eurostar à partir de et vers Bruxelles de 1997 à 2002



Nombre de passagers	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Variation 2002/2001
Bruxelles - Londres	1.146.000	1.396.000	1.357.000	1.226.000	1.102.190	1.058.135	-4%
Bruxelles - Lille	64.000	63.000	77.000	214.000	229.240	206.359	-10%
<b>Total</b>	<b>1.210.000</b>	<b>1.459.000</b>	<b>1.434.000</b>	<b>1.440.000</b>	<b>1.331.430</b>	<b>1.264.494</b>	<b>-5%</b>

Source : SNCB

## 2.1.5/ Nombre de passagers sur la ligne Londres – Bruxelles (Eurostar) par mois



## 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	2000	2001	2002
A destination de Bruxelles	4.765.237	6.887.544	8.670.000

Source : SNCB - (\*) Non compris les abonnements et les Pass.

## 3/ AUTOCARISTES

	2001	2002
Nombre de passagers	11.450.459	10.461.224
Nombre de kilomètres	129.955.050 dont 45% en Belgique	117.138.505 dont 45% en Belgique

Source : F.B.A.A.

## 4 / RÉFLEXIONS GÉNÉRALES

Bruxelles est au centre d'un réseau de transports aériens et ferroviaires.

#### L'aéroport de Bruxelles National

Le nombre de passagers à destination ou en transit à Bruxelles-National a progressé de 6,80% de 1996 à 2002.

En 2002, le nombre de passagers a diminué de 26,46% par rapport à 2001, ce qui est un résultat encourageant après la faillite de la Sabena.

Les destinations les plus prisées sont les pays de l'Union Européenne avec 72%.

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

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

Les nuitées dans les hôtels de l'aéroport ont augmenté de 2001 à 2002.

#### L'aéroport de Brussels South à Charleroi

Le nombre de passagers a augmenté de 65%. Les 2/3 des passagers sont des non-Belges.

10% des passagers sont des passagers potentiels à Bruxelles National.

#### Le transport ferroviaire par Thalys

Pour Paris, le nombre de passagers a augmenté sur la ligne Thalys de 1999 à 2002.

En 2002, Paris a augmenté de 1% par rapport à 2001.

Les destinations vers les aéroports de Paris (+38%) et d'Amsterdam (+27%) représentent 3% du trafic de la ligne Thalys. Cette croissance indique le danger potentiel du rapprochement récent des compagnies d'Air France et KLM.

Les mois les plus fréquentés sont janvier, de mars à juin et de septembre à novembre.

Les mois les moins fréquentés sont février, juillet, août et décembre.

#### Le transport ferroviaire d'Eurostar

Londres a diminué de 12% les passagers sur la ligne Eurostar de 1999 à 2002 et encore diminué de 4% par rapport à 2001. Ceci justifie les nouvelles campagnes de publicité en faveur du voyage par Eurostar depuis Bruxelles et Londres.

Les mois les plus fréquentés sont janvier, de mai à août et octobre.

Les mois les moins fréquentés sont de février à avril, septembre, novembre et décembre.

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 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 comptabilise 79 musées et 3 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	28	Guides de tradition
Voir et Dire Bruxelles	6	139	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 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.

<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, Pro-Vélo et Itinéraires.

<sup>5</sup> Sont compris dans les City Tours : *De Boeck's sightseeing tours, Brussels by water 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

> 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 pour un même panel : 11 musées et attractions.

	2000	2001	2002	Variation 2002/2001
Fréquentation d'un panel 11 musées et attractions touristiques	2.013.510	1.992.599	2.189.305	9,87%

Source : Observatoire du Tourisme et Conseil Bruxellois des Musées

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

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.

Moins de 10.000 visiteurs	Entre 10.001 et 100.000 visiteurs	Entre 100.001 et 250.000 visiteurs	> 250.000 visiteurs
<b>16 musées / attractions</b>	<b>16 musées / attractions</b>	<b>4 musées / attractions</b>	<b>6 musées / attractions</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Bruxella 1238</li> <li>. Centre d'Information de la Forêt de Soignes</li> <li>. Musée Camille Lemonnier</li> <li>. Musée communal d'Evere</li> <li>. Musée d'Art spontané</li> <li>. Musée de l'Escrime Charles Debeur</li> <li>. Musée de l'informatique UNISYS</li> <li>. Musée de la Witloof</li> <li>. Musée de Zoologie Auguste Lameere</li> <li>. Musée des chemins de fer belges</li> <li>. Musée du Costume et de la Dentelle</li> <li>. Musée juif de Belgique</li> <li>. Musée Le Clockarium</li> <li>. Musée Magritte</li> <li>. Musée national de la Résistance</li> <li>. Musée Schaerbeekois de la Bière Belge</li> <li>. Musée David et Alice Van Buuren</li> <li>. Tour Japonaise</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Album</li> <li>. Ancien Palais de Bruxelles Coudenberg</li> <li>. Maison du Roi</li> <li>. Musée Belge de la Radiologie</li> <li>. Musée Bruxellois de la Gueuze</li> <li>. Musée Charlier</li> <li>. Musée communal du Comté de Jette</li> <li>. Musée des Beaux-Arts d'Ixelles</li> <li>. Musée des Brasseurs Belges</li> <li>. Musée des Techniques anciennes</li> <li>. Musée du Cinéma</li> <li>. Musée du Jouet</li> <li>. Musée Horta</li> <li>. Musée Scientastic</li> <li>. Musées Bellevue</li> <li>. Pavillon chinois</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Autoworld</li> <li>. Musée des Instruments de Musique</li> <li>. Musée du Cinquantenaire</li> <li>. Océade</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Atomium</li> <li>. Centre Belge de la Bande Dessinée</li> <li>. Mini-Europe</li> <li>. Musée Royal de l'Armée et d'Histoire Militaire</li> <li>. Musées Royaux des Beaux-Arts de Belgique</li> <li>. Muséum des Sciences Naturelles de Belgique</li> </ul>

Source : Observatoire du Tourisme et Conseil Bruxellois des Musées

### 2.1.3/ Autres statistiques

En collaboration avec l'Observatoire du Tourisme, le Conseil Bruxellois des Musées a interrogé l'ensemble des musées bruxellois. 48 musées et attractions nous ont renvoyé le questionnaire.

- > Le nombre de visiteurs dans 48 musées et attractions en 2002 est de 3.069.059.
- > 79% des entrées sont payantes et 21% sont gratuites.
- > 77% des visiteurs sont des individuels et 23% sont des groupes.
- > 70% des visiteurs sont des Belges et 30% proviennent de l'étranger.
- > En 2002, il y a eu 50 expos temporaires.
- > 47% des entrées proviennent des expositions temporaires.

## 2.2/ Les visites guidées culturelles

### 2.2.1/ Nombre de visites et nombre de visiteurs en 2002

	2002
Nombre total de visites guidées	5.781

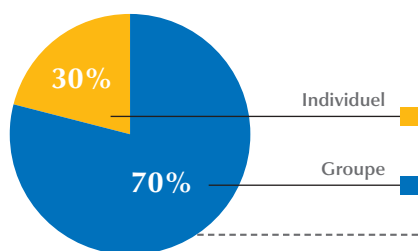
Source : Guides G.B.B.  
et Voir et Dire Bruxelles

### 2.2.2/ Part des langues utilisées lors des visites guidées

Français	28%
Néerlandais	19%
Anglais	20%
Allemand	28%
Autres	5%

Source : Guides G.B.B

### 2.2.3/ Part des individuels et des groupes dans les visites guidées en 2002



Source : Voir et Dire Bruxelles

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

## 3.1/ Les événements ponctuels

	Lieu	Dates	Fréquentation 2002 - en nombre de visiteurs
Music Planet	Brasserie Belle-Vue	Septembre 2002- janvier 2003 (prolongée jusqu'en décembre 2003)	125.000
Expo "L'entreprise Bruegel ou la peinture de père en fils"	Musée d'Art ancien	22/03/2002 au 23/06/2002	65.176
Expo "Au Pérou avec Tintin"	Musée du Cinquantenaire	21/03/2002 au 27/04/2003	37.840
Expo "Histoire d'Argent"	Banque Nationale de Belgique	1/03/2002 au 31/12/2002	35.000
Spectacle danse "Rosas"	La Monnaie, Les Halles de Schaerbeek	3 au 21/04/2002	5.553

## 3.2/ Les événements récurrents

	Lieu	Mois	Durée	Fréquentation 2002 - en nombre de visiteurs
Festival International du dessin animé et du film d'animation	Auditorium Passage 44	Février- mars	12 jours	35.000
Festival du Film Fantastique	Auditorium Passage 44	Mars	16 jours	63.730
Marché de Pâques	alentours de La Bourse	Mars-avril	5 jours	50.000
Ars Musica	Bruxelles	Mars- avril	15 jours	12.000
Printemps Baroque du Sablon	Sablon	Avril	1 semaine	3.500
Les Serres Royales	Palais Royal de Laeken	Fin avril début mai	10 jours	103.894
Jazz Marathon	Bruxelles	Mai	3 jours	33.082
KunstenFestival des Arts	Bruxelles	Mai	23 jours	15.700
Concours Reine Elisabeth	Palais des Beaux-Arts de Bruxelles	Mai	3 semaines	15.000
Ommegang	Grand-Place	Juillet	2 jours	6.000
Midis-Minimes	Bruxelles	Juillet-août	2 mois	13.500
Visite du Palais Royal	Palais Royal	Fin juillet à mi-septembre	2 mois	169.847
Foire du Midi	Boulevard Poincaré	Juillet-août	1 mois	1.500.000 à 2.000.000
Drive-in Movies	Le Cinquantenaire	Juillet-août	Tous les W-E	
Festival Bellone-Brigittines	La Bellone, Chapelle des Brigittines	Août	2 semaines	2.800
Mémorial Ivo Van Damme	Stade Roi Baudouin au Heysel	Septembre	1 jour	47.500
Marché de Noël	Place Ste-Catherine et alentours	Décembre	3 semaines	700.000
Brussels on ice	Marché-aux-Poissons	Décembre- janvier		32.000

Source : Observatoire du Tourisme



## 4 / CARACTÉRISTIQUES DU VISITEUR

“De Vlaanderen-vakantieganger”<sup>6</sup>, une publication du service Planning & Onderzoek de **Toerisme Vlaanderen** dresse un portrait détaillé des touristes en séjour de loisirs en Flandre et à Bruxelles (côte belge, villes d’art et autres régions de Flandre). Des touristes issus de 12 pays ont été interrogés.

**Note méthodologique :** Les personnes interrogées sont des touristes en séjour d’agrément dans un hébergement commercial. Elle ne couvre donc ni les personnes qui viennent en seconde résidence ou logent chez des amis, la famille ou des connaissances, ni les hommes d’affaires, les participants aux congrès, les excursionnistes. Les répondants avaient au moins 18 ans. Le nombre de personnes interrogées en face-à-face pour Bruxelles se monte à 741.

<sup>6</sup>De Vlaanderen-vakantieganger, Vincent Nijs, Raf De Bruyn, Toerisme Vlaanderen, uitgeverij De Boeck, Antwerpen, 2002.

## 4.1 / Caractéristiques du visiteur

Pays de résidence des visiteurs interrogés	Grande-Bretagne	16%
	France	13%
	Pays Scandinaves	13%
	Allemagne	11%
	Etats-Unis	11%
	Pays-Bas	10%
	Japon	9%
	Espagne	7%
	Italie	6%
	Belgique	4%
Age moyen	18-24 ans	19%
	25-34 ans	26%
	35-44 ans	16%
	45-54 ans	20%
	55-64 ans	11%
	65 ans et +	8%
Niveau d’études	Ens. Inférieur	1%
	Humanité inférieure	9%
	Humanité supérieure	23%
	Ens. Sup. non univ.	20%
	Ens. Universitaire	46%
Structure du séjour	Court séjour (1-4 nuits)	83%
	Moyen séjour (5-8 nuits)	13%
	Long séjour (9 nuits et +)	4%
Moyens de transport	Avion	39%
	Voiture	19%
	TGV, Thalys ou Eurostar	15%
	Autocar	15%
	Train	12%
	Autres	1%
Activités lors du séjour	Promenades	31%
	Visiter les monuments	19%
	Visiter un musée	7%
	Shopping	5%
	Restaurant	7%
	Visiter une exposition	6%
	Tour de ville	5%
	Visites guidées	5%
	Boire un verre sur une terrasse	2%
	Café, dancing, club	5%
	Autres	8%
Dépenses (comprenant l’hébergement, repas, attractions/loisirs, shopping, déplacements et autres dépenses)	121,54 €	

## 5 / RÉFLEXIONS GÉNÉRALES

Bruxelles a une offre culturelle, architecturale et gastronomique importante et diversifiée. Aussi, les services culturels touristiques sont éclectiques : 78 musées et 3 attractions touristiques, 19 associations offrent plus de 200 circuits touristiques pour groupes et individuels. En 2000, sont apparus les parcours en bus Hop On/Hop Off. Une série d'événements ponctuels ou récurrents fleurissent toute l'année.

Les visiteurs sont en majorité des Belges et la fréquentation des lieux culturels est en hausse. Ce biais influence directement le classement des lieux les plus fréquentés et aussi les profils socio-économiques des visiteurs, plutôt plus jeunes et familiaux. En provenance de l'Étranger, ce sont les 4 marchés voisins qui constituent le cœur de notre clientèle, visiteurs de courte durée au profil universitaire et plutôt âgés. La dynamique d'attractivité des expositions temporaires est confirmée dans la nouvelle étude menée auprès des visiteurs dans les villes d'Art.

#### > L'image de Bruxelles

Une image est plus qu'une somme de points forts et de points faibles. C'est un système de représentations. La perception d'une ville ne peut être laissée au hasard des "news", car les touristes ne retiennent que les informations qui confirment leurs idées préconçues. Ainsi, Bruxelles présentée principalement comme la capitale de l'Europe doit travailler à son profil culturel valorisé par l'accueil de ses habitants et son Art de Vivre. Une telle politique se développe de manière concertée au niveau des Autorités locales et fédérales, mais nécessite surtout une visibilité forte en Ville et à l'Étranger. Le renouveau urbain est la base essentielle d'une telle politique, mais aussi la propreté & la sécurité sans lesquels les événements temporaires ne peuvent devenir vitrines de la Fête.

"Le tourisme événementiel fait partie des segments d'activité qui sont les plus porteurs"<sup>7</sup>. En effet, les expositions Delvaux, Magritte, Ensor ont démontré l'impact d'une promotion touristique internationale sur l'attractivité d'un grand événement culturel auprès de la cible prioritaire du City Marketing.

#### > L'Observatoire du Tourisme a mené une réflexion<sup>8</sup> sur l'organisation d'un événement culturel majeur à Bruxelles.

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

- . Basé sur une "personnalité" forte et identifiée à Bruxelles/Belgique ;
- . Géré par des professionnels mais aussi supporté par la population locale ;
- . Financé par les secteurs publics & privés ;
- . Adapté à l'attente du Visiteur international en provenance des pays voisins, en priorité et des pays lointains selon les thèmes
- . Médiatisé dans des supports ciblés
- . Susceptible de séduire pour une prolongation de séjour.

Dans cette dynamique, "L'année à thème" a pour rôle de renouveler l'intérêt journalistique pour la destination en l'éclairant via un pilier de l'image de Bruxelles : 2002 était Au Coeur de l'Histoire.

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

<sup>8</sup> Observatoire du Tourisme à Bruxelles, Eléments de réflexion pour la préparation d'un événement culturel de dimension internationale à Bruxelles, Avril 2003.

Document disponible auprès de l'Observatoire.



#### 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 Saint-Bernard 30

1060 Bruxelles

T 02 504 02 36/ F 02 513 69 50

e-mail : [beatrice.walgraeve@opt.be](mailto:beatrice.walgraeve@opt.be)

