



OBSERVATOIRE DU TOURISME A BRUXELLES

RAPPORT ANNUEL **2003**

2003



Edition 2004

OBSERVATOIRE
DU TOURISME A BRUXELLES

2003

RAPPORT ANNUEL

Edition 2004

6^{ème} édition du rapport de l'Observatoire du tourisme
à Bruxelles

INTRODUCTION 6

LES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES 8

1/ L'OFFRE EN HÉBERGEMENT	8
1.1/ L'offre hôtelière	8
1.2/ L'offre en hébergements pour jeunes	8
1.3/ L'offre en chambres d'hôtes	8
1.4/ L'offre en appart'hôtels	9
2/ LA FRÉQUENTATION DES HÉBERGEMENTS	9
2.1/ L'ensemble des hébergements touristiques	9
2.1.1/ Total des nuitées de 1993 à 2003	9
2.1.2/ Total des nuitées de 1995 à 2003	10
2.1.3/ Total des nuitées par commune de Bruxelles-Capitale	10
2.1.4/ Total des nuitées des principales villes belges	11
2.1.5/ Total des nuitées pour quelques villes européennes	11
2.1.6/ Pourcentage des touristes nationaux et internationaux pour quelques villes européennes	12
2.1.7/ Les trois principaux marchés étrangers pour quelques villes européennes	12
2.2/ L'hôtellerie	13
2.2.1/ Nombre de nuitées hôtelières par catégorie d'étoiles	13
2.2.2/ Nombre de nuitées hôtelières par pays d'origine	13
2.2.3/ Nombre de nuitées hôtelières par pays d'origine et par but de voyage	14
2.2.4/ Les trois principaux marchés étrangers pour les principales villes belges	15
2.2.5/ Nuitées hôtelières par mois et par but de séjour	16
2.2.6/ Nuitées hôtelières par mois et par marché	17
2.3/ Les hébergements pour jeunes	18
2.3.1/ Nombre de nuitées par pays d'origine	18
2.3.2/ Nombre de nuitées en hébergements pour jeunes par mois	19
2.3.3/ Part des catégories groupes et individuels dans les hébergements pour jeunes	19
2.4/ Les chambres d'hôtes	20
2.4.1/ Nombre de nuitées par pays d'origine	20
2.4.2/ Nombre de nuitées en chambres d'hôtes par mois	21
2.4.3/ But du séjour de la clientèle	21
3/ RÉFLEXIONS GÉNÉRALES	22

L'INDUSTRIE MICE 24

1/ L'OFFRE EN SALLES DE RÉUNION	24
2/ LA FRÉQUENTATION DES SALLES DE RÉUNION	25
2.1/ Nombre de réunions MICE	25
2.2/ Nombre de participants aux réunions MICE	25
2.3/ Nombre de réunions - avec ou sans séjour	25
2.4/ Nombre de réunions par type de clientèle	25
2.5/ Nombre de réunions par type d'organisateur de réunion	26
2.6/ Nombre de réunions par pays d'où provient la demande	26
2.7/ Nombre de réunions par type de secteur d'activité d'où provient la demande	27
2.8/ Nombre de réunions par catégorie de nombre de personnes	27
2.9/ Nombre de réunions par nombre de jours	27
2.10/ Nombre de réunions par mois	27
3/ FOIRES ET SALONS	28
4/ LES RÉUNIONS INTERNATIONALES	28
4.1/ Union des Associations Internationales	28
4.1.1/ Nombre de réunion d'associations internationales pour les principales villes	29
4.1.2/ Position des réunions des associations internationales pour les principales villes de 1993 à 2003	29
4.2/ International Congress & Convention Association	30
5/ LES AGENCES DE CONGRES	30
5.1/ Nombre de réunions et de participants (entre 2000 et 2003)	30
5.2/ Part des réunions réalisées entre 2000 et 2003 par pays	30
5.3/ Durée des réunions réalisées entre 2000 et 2003	31
5.4/ Type de réunions MICE réalisées entre 2000 et 2003	31
6/ RÉFLEXIONS GÉNÉRALES	31
7/ GLOSSAIRE	33

LE TRANSPORT	35	LES SERVICES CULTURELS	42
1/ TRANSPORT AÉRIEN	35	1/ L'OFFRE	42
1.1/ Aéroport de Bruxelles National	35	1.1/ Les musées et les attractions touristiques	42
1.1.1/ Nombre de passagers et de passagers en transit sur l'aéroport de Bruxelles National	35	1.2/ Les visites guidées culturelles	42
1.1.2/ Mouvements de vols sur l'aéroport de Bruxelles National	35	2/ LA FRÉQUENTATION	43
1.1.3/ Nombre de passagers	36	2.1/ Les musées et les attractions touristiques	43
1.1.4/ Nombre de vols : top des 20 destinations	36	2.1.1/ La fréquentation cumulée du nombre de visiteurs	43
1.1.5/ Nombre de passagers : top des 20 destinations	37	2.1.2/ La répartition en fonction du nombre de visiteurs	44
1.1.6/ Hôtellerie à l'aéroport	37	2.2/ Les visites guidées culturelles	45
1.2/ Brussels South Charleroi Airport	38	2.2.1/ Nombre de visites et nombre de visiteurs	45
1.2.1/ Nombre de passagers et de mouvements de vols à Brussels South Charleroi Airport	38	2.2.2/ Part des langues utilisées lors des visites guidées	45
1.2.2/ Part des nationalités à Brussels South Charleroi Airport	38	2.2.3/ Part des individuels et des groupes dans les visites guidées	45
2/ TRANSPORT FERROVIAIRE	38	3/ LES ÉVÉNEMENTS PONCTUELS ET LES MANIFESTATIONS PERMANENTES À BRUXELLES	46
2.1/ Trafic international	38	3.1/ Les événements ponctuels	46
2.1.1/ Nombre de voyageurs sur Thalys	38	3.2/ Les événements récurrents	47
2.1.2/ Pourcentage des billets d'affaires / loisirs vendus sur Thalys	39	4/ CARACTÉRISTIQUES DU VISITEUR	47
2.1.3/ Nombre de passagers sur la ligne Paris – Bruxelles par mois	39	5/ OBSERVATIONS	49
2.1.4/ Nombre de voyageurs sur Eurostar	40		
2.1.5/ Pourcentage des billets d'affaires / loisirs vendus sur Eurostar	40		
2.1.6/ Nombre de passagers sur la ligne Londres - Bruxelles par mois	40		
2.2/ Trafic intérieur	41		
2.2.1/ Nombre de billets vendus à destination de Bruxelles à partir de toutes gares belges	41		
3/ RÉFLEXIONS GÉNÉRALES	41		

6^{ÈME} ÉDITION DU RAPPORT ANNUEL DE L'OBSERVATOIRE DU TOURISME À BRUXELLES.

Au cours des six dernières années, le tourisme urbain à Bruxelles s'est complètement transformé, tant au niveau de la structuration de l'offre, du dynamisme de promotion que de l'implication des acteurs grâce à l'action de City Marketing menée par Bruxelles International.

En terme de nuitées, le tourisme en hébergements représente 4.937.357 nuitées, soit une augmentation de 13% depuis 1997. Le tourisme d'affaires avec une part de marché de 56% (35% conférences & 21% affaires) a diminué de 5% en 2003 par rapport à 1997. Le tourisme de loisirs avec une part de marché de 44% progresse de 48% en 2003 par rapport à 1997.

Suite aux différents éléments internationaux (guerres, attentats, épidémies, ...) et structurels (perte de la compagnie aérienne Sabena, fermeture provisoire du Palais des Congrès, retard dans la réalisation des réseaux de trains à grande vitesse) défavorables au tourisme international, Bruxelles maintient sa position ascendante grâce à sa nouvelle attractivité de ville de court séjour culturel plus que comme ville de congrès. Et dans ce succès, n'oublions pas de mentionner les éléments porteurs que sont Internet et les "low-cost".

Le secteur le plus touché par ces éléments non influençables directement est d'ailleurs l'hôtellerie haut de gamme dont la source principale de revenus est le tourisme d'affaires même si la niche des séjours de longue durée d'Européens ou d'Emiratis se développe. Fustiger le manque d'événements, la communautarisation des bureaux à l'étranger et le manque de moyens marketing pour développer la demande touristique de Bruxelles clôt trop rapidement le débat car c'est faire fi des problèmes de la qualité de notre offre qui englobe le sourire, la qualité de notre cuisine, la compétence aimable d'un personnel compétent et motivé, la création de produits culturels combinés mais aussi la course au meilleur prix sur Internet et la sécurité et la propreté en ville.

L'Observatoire du Tourisme, par la collecte, le traitement et l'analyse de plus en plus fines des données ouvre des pistes de choix stratégiques, mais la détermination des axes d'actions reste propre à chacun dans le cadre bien compris d'un City Marketing où l'attractivité de la destination et son image relèvent du secteur public et la vente et les contrats du secteur marchand.

Concrètement, vous trouverez dans cette 6^{ème} édition du rapport annuel de l'Observatoire du Tourisme à Bruxelles :

- 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.

INTRODUCTION

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 "Planning en Onderzoek" 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 pour permettre :

- de répondre à des attentes d'analyses comparées entre Bruxelles et d'autres villes en Europe ;
- d'analyser l'offre et la demande dans les différents secteurs touristiques : hébergements, transports, musées, attractions touristiques et événements touristiques ;
- d'analyser l'évolution du développement de la destination Bruxelles sur les marchés "loisirs" et "MICE".

■ Nouveautés en 2004 :

Réalisation d'une étude sur l'industrie MICE en collaboration avec Toerisme Vlaanderen et le bureau d'étude WES. Cette étude comprend 3 parties : analyse de l'offre, analyse de la fréquentation et profil des congressistes et des hommes d'affaires.

Accompagnement d'une étude Ognets sur les habitudes touristiques des visiteurs aux Institutions Européennes en vue de la création d'un "Brussels European Pass" pour les aider à vivre les expériences "Bruxelles, ma découverte"

■ 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.

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

L'information sur les réunions étant 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 (2003 / 2002) et à moyen terme (2003 / 1997) ;
- 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 2003, les Lettres ont couvert les sujets que voici :

Les chiffres clés du tourisme en 2003

Le profil des visiteurs de l'exposition "Brel, le droit de rêver"

Le profil des visiteurs de l'exposition F. Khnopff aux MRBAB.

■ Etudes spécifiques

- Un des objectifs importants de l'Observatoire est la continuité dans les observations : par exemple l'étude sur **l'emploi touristique** loisirs et MICE en Région de Bruxelles-Capitale réalisée en 2003 reste toujours d'actualité et l'Observatoire se concentre sur la mise à jour des données.

- En 2004, une **enquête de profil relatif à l'exposition F. Khnopff** a été menée par l'Observatoire du Tourisme avec la collaboration des Musées Royaux des Beaux-Arts de Belgique (MRBAB).

Cette enquête s'est déroulée de janvier à mai 2004.

L'objectif de cette étude est de vérifier la constance des visiteurs des expositions de portée internationale organisées par les MRBAB.

Un résumé de cette enquête est 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

Directeur, 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

1 / L'OFFRE EN HÉBERGEMENT

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

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
*****	18	4.003	16	8.292	20
****	31	4.306	39	9.284	24
***	47	4.257	48	9.112	35
**	31	846	31	2.753	10
*	11	208	14	646	3
Total hôtels reconnus	138	13.620	148	30.087	92
Autres ³	1	62	25	1.767	5
Total général	139	13.682	173	31.854	97
Source :	Catalogue Hôtels BI-TC 2004 (reconnaissance 2003)		INS 2003	Fed. Ho.Re.Ca Bruxelles 2003	

■ COMMENTAIRES :

. En 2003, 139 établissements ont été reconnus par la Commission communautaire française de la Région de 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'apparthôtels 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 2003

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)	61	96	187
Chambres d'hôtes inscrites dans les associations (2)	171	301	508

Source : (1) Commission communautaire française de la Région de Bruxelles-Capitale (reconnaissance 2002)
(2) Bed & Brussels et Taxi Stop 2003

¹En 2003, la Fédération Ho.Re.Ca comprend 108 membres dont 97 hôtels situés à Bruxelles.

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

³La rubrique "Autres" comprend les appart'hôtels 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 "apparthôtels" par l'INS et est identifiée dans la catégorie "autres".

2/ LA FRÉQUENTATION DES HÉBERGEMENTS

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

⁴ 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.

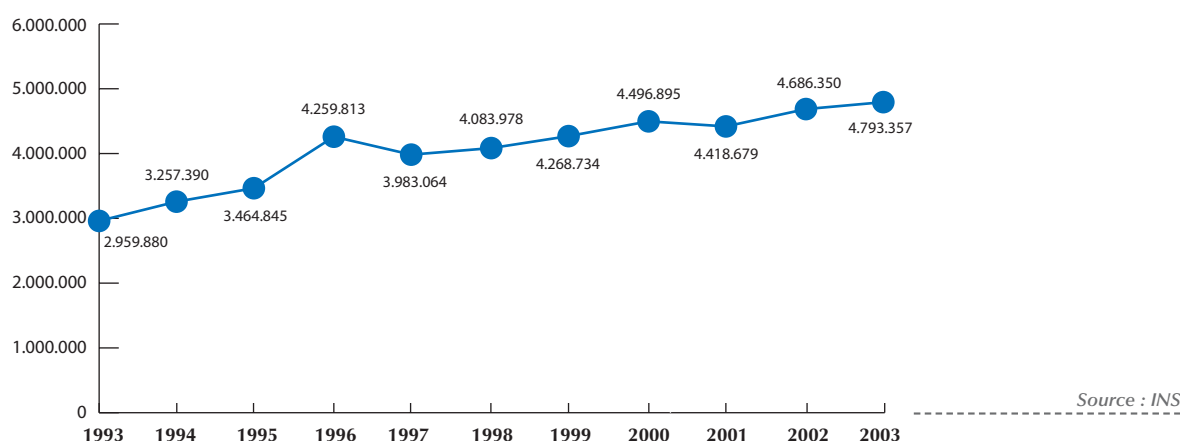
La fréquentation des hôtels bruxellois en fonction du but du séjour est analysée de manière approfondie :

Séjours d'affaires pour conférences, congrès, séminaires et 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 1993 à 2003



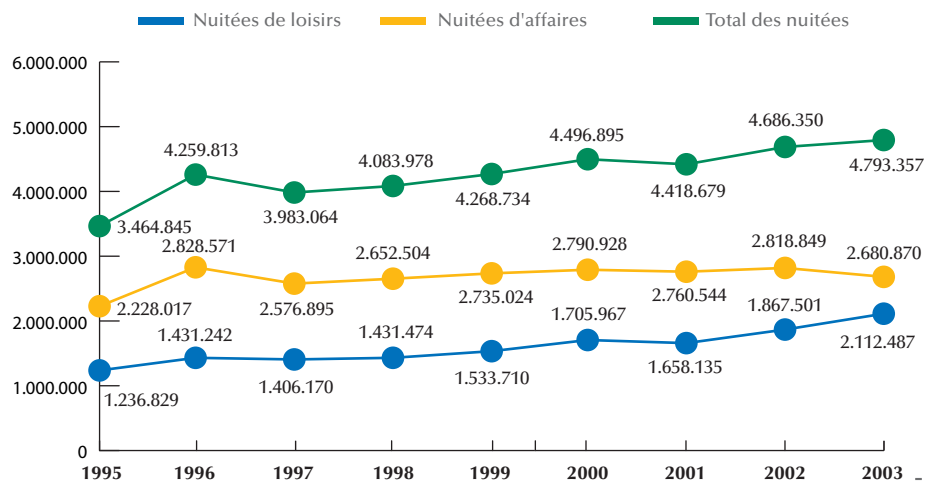
Une nuitée désigne une nuit passée dans un hébergement par un visiteur.

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

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

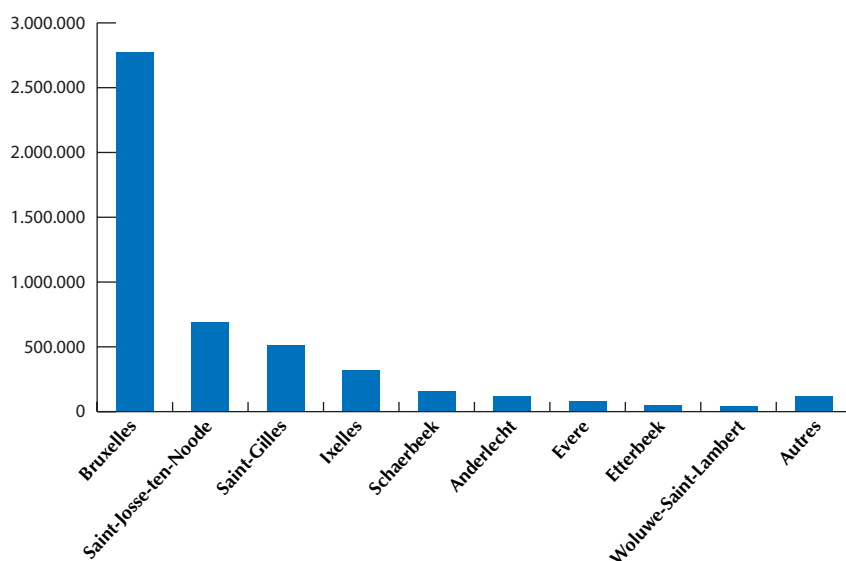
2.1.2/ Total des nuitées de 1995 à 2003 :

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

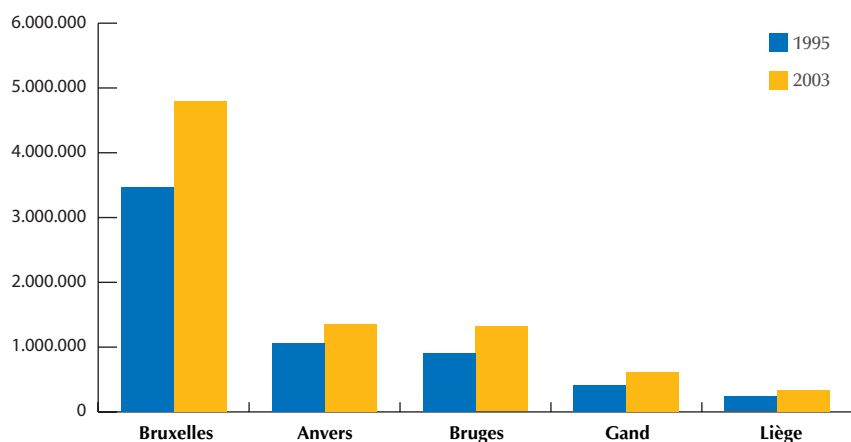


Villes	Arrivées	Nuitées	Part des nuitées
Bruxelles	1.450.605	2.763.040	58%
Saint-Josse-ten-Noode	401.225	684.205	14%
Saint-Gilles	254.116	502.017	10%
Ixelles	159.435	315.253	7%
Schaerbeek	77.326	150.582	3%
Anderlecht	52.920	109.752	2%
Evere	46.311	74.380	2%
Etterbeek	29.519	45.185	1%
Woluwe-Saint-Lambert	20.811	37.935	1%
Autres	52.848	111.008	2%
Total	2.545.116	4.793.357	100%

Source : INS

La catégorie "Autres" représente les communes suivantes : Forest, Ganshoren, Jette, 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.

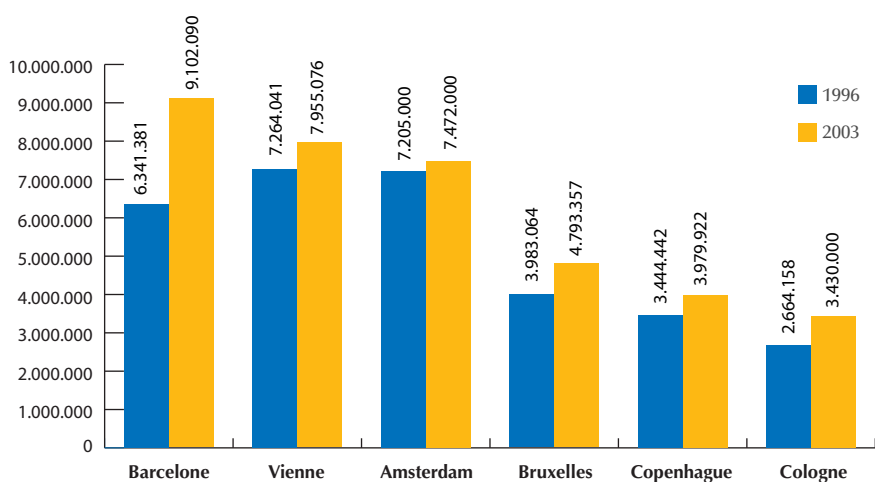
2.1.4/ Total des nuitées des principales villes belges (comparaison de 1995 et 2003)



Année	Bruxelles	Anvers	Bruges	Gand	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
2002	4.686.350	1.338.716	1.441.725	617.015	340.280
2003	4.793.357	1.351.653	1.309.096	608.638	326.661

Source : INS

2.1.5/ Total des nuitées pour quelques villes européennes (comparaison entre 1996 et 2003)

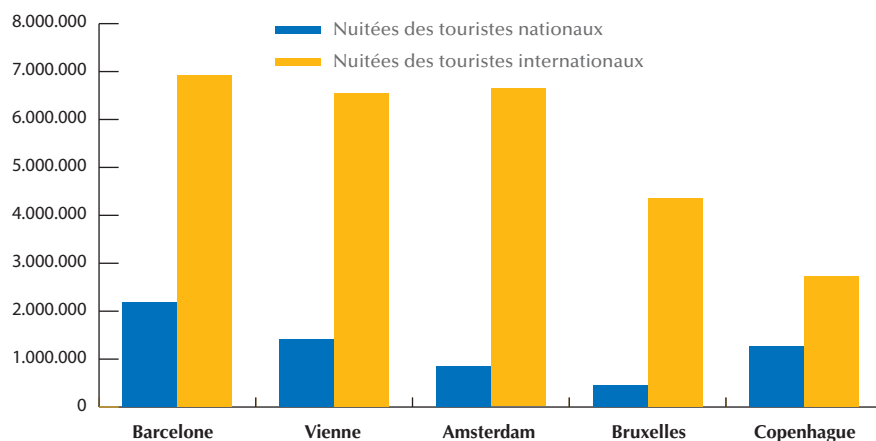


Source :
European Cities Tourism
in TourMis
(<http://tourmis.wu-wien.ac.at>)

■ 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
Amsterdam	840.000	11%	6.632.000	89%	7.472.000
Barcelone	2.184.501	24%	6.917.589	76%	9.102.090
Vienne	1.413.125	18%	6.541.951	82%	7.955.076
Bruxelles	451.910	9%	4.341.447	91%	4.793.359
Copenhague	1.266.379	32%	2.713.603	68%	3.979.982

Source : European Cities Tourism in TourMis

■ COMMENTAIRES :

. En 2003, les nuitées de la ville de Paris diminuent de 6,4% et les nuitées de Londres augmentent de 3,6% alors que les arrivées à Londres diminuent de 3,3% par rapport à 2002.

2.1.7/ Les trois principaux marchés étrangers pour quelques villes européennes

Villes	Marché	Nuitées
Barcelone	Royaume-Uni	1.287.966
	France	625.424
	Etats-Unis	516.122
Vienne	Allemagne	1.874.417
	Italie	688.142
	Etats-Unis	526.133
Amsterdam	Royaume-Uni	1.806.000
	Etats-Unis	1.047.000
	Allemagne	502.000
Bruxelles	Royaume-Uni	836.170
	France	549.319
	Allemagne	390.773
Copenhague	Suède	455.993
	Royaume-Uni	335.254
	Etats-Unis	256.636

Source : European Cities Tourism in TourMis

2.2/ L'hôtellerie

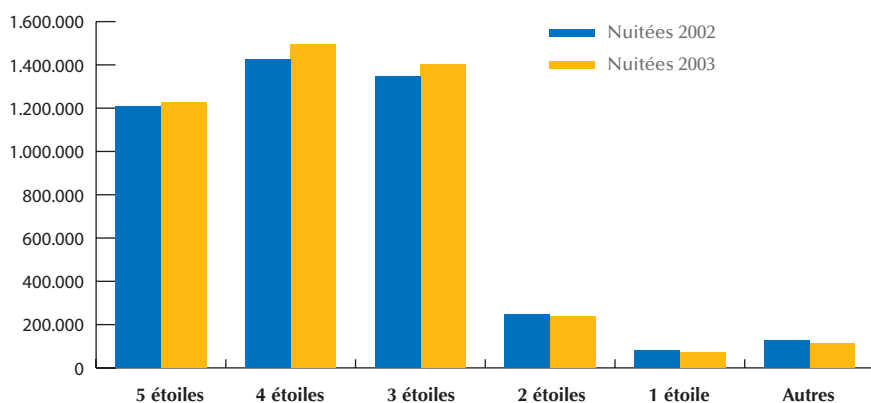
	2002	2003
Nombre de nuitées pour la catégorie "hôtels" (1)	4.437.039	4.548.447
Taux d'occupation (2)	64%	-(a)
Prix moyen brut ⁵ par chambre d'hôtel (2)	118,35 €	-(a)
Nombre d'arrivées pour la catégorie "hôtels" (1)	2.302.713	2.382.493
Durée moyenne du séjour en nombre de nuits pour la catégorie "hôtels" (1)	1,9	1,9

⁵Base calculée sur les réponses de 65 hôtels.

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

(a) données non disponibles en 2003 car la Fédération Ho.re.ca. Bruxelles a interrompu la récolte de ces données.

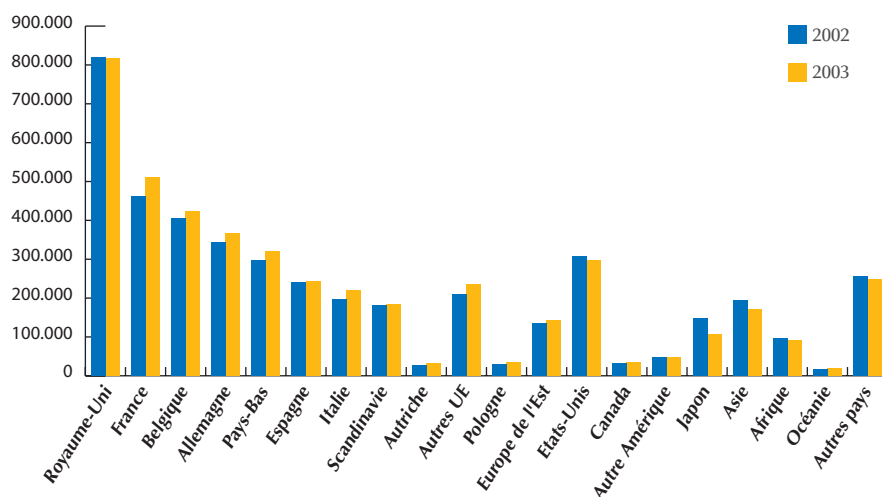
2.2.1/ Nombre de nuitées hôtelières par catégorie d'étoiles



	2002	2003		Variation 2003/2002
5 étoiles	1.209.637	1.227.720	27%	2%
4 étoiles	1.427.116	1.495.659	33%	5%
3 étoiles	1.345.689	1.402.255	31%	4%
2 étoiles	248.220	239.406	5%	-4%
1 étoile	79.051	69.421	2%	-12%
Autres	127.326	113.986	2%	-10%
Total	4.437.039	4.548.447	100%	3%

Source : INS

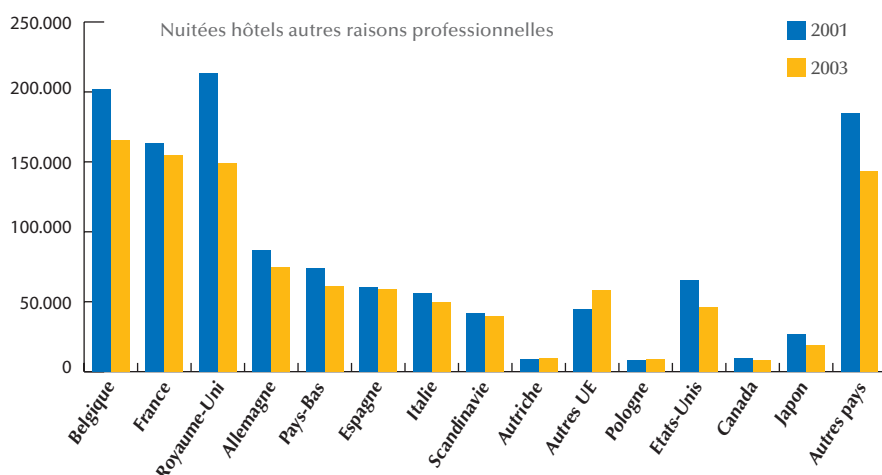
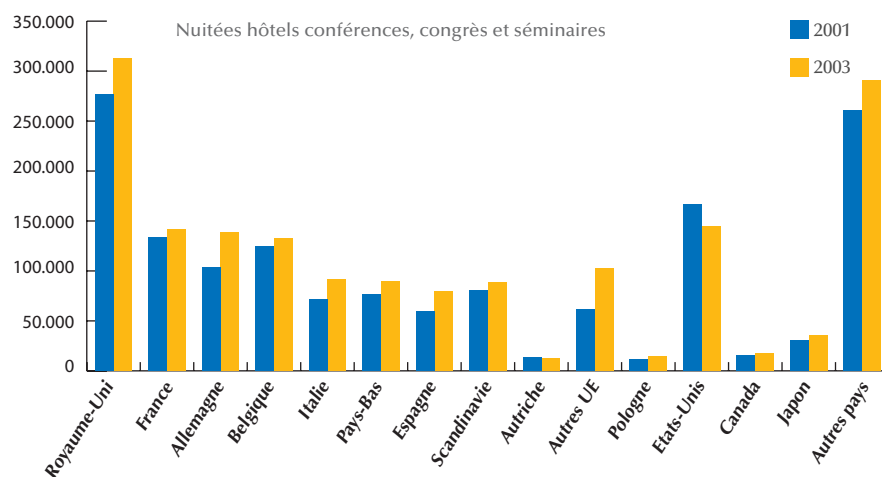
2.2.2/ Nombre de nuitées hôtelières par pays d'origine

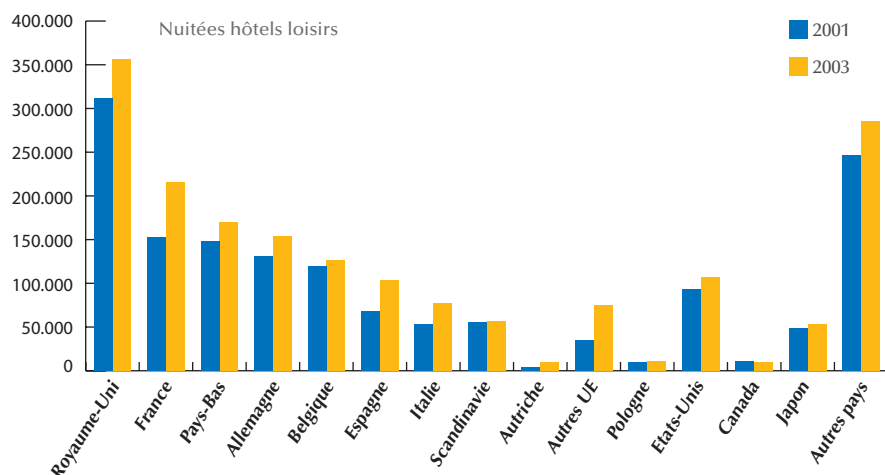


	2002	2003		Variation 2003/2002
Royaume-Uni	819.878	817.196	18%	0%
France	461.212	511.965	11%	11%
Belgique	405.447	424.100	9%	5%
Allemagne	344.412	366.098	8%	6%
Pays-Bas	297.482	320.480	7%	8%
Espagne	241.266	242.520	5%	1%
Italie	196.387	218.850	5%	11%
Scandinavie	181.533	184.228	4%	1%
Autriche	26.702	31.206	1%	17%
Autres UE	210.928	236.140	5%	12%
Pologne	28.628	34.686	1%	21%
Europe de l'Est	134.344	142.038	3%	6%
Etats-Unis	308.574	298.520	7%	-3%
Canada	32.996	35.101	1%	6%
Autre Amérique	47.084	46.778	1%	-1%
Japon	147.705	108.005	2%	-27%
Asie	193.066	170.797	4%	-12%
Afrique	95.358	92.083	2%	-3%
Océanie	17.791	18.141	0%	2%
Autres pays	256.246	249.515	5%	-3%
Total	4.437.039	4.548.447	100%	3%

Source : INS

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



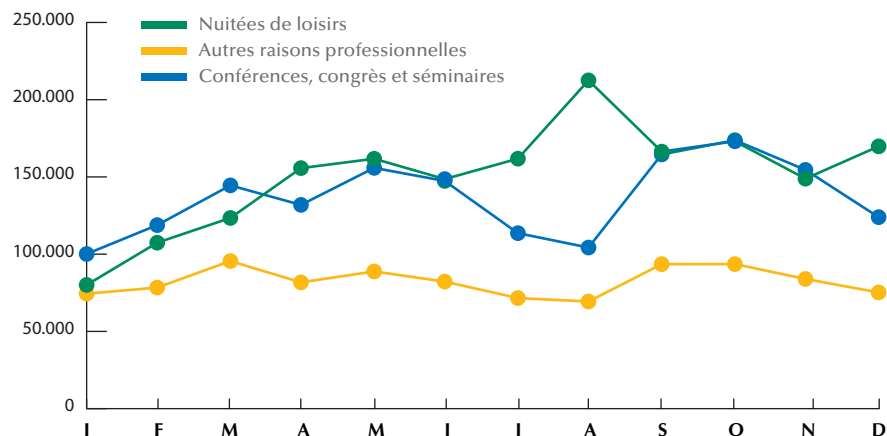


2.2.4/ Les trois principaux marchés étrangers pour les principales villes belges

Villes	Marché	Nuitées	%
Bruxelles	Royaume-Uni	817.196	18%
	France	511.965	11%
	Allemagne	366.098	8%
Anvers	Pays-Bas	370.349	29%
	Royaume-Uni	143.421	11%
	Allemagne	133.424	10%
Brugge	Royaume-Uni	405.765	36%
	France	172.894	15%
	Pays-Bas	147.360	13%
Liège	France	70.216	25%
	Royaume-Uni	42.425	15%
	Allemagne	16.946	6%
Gand	Pays-Bas	97.837	19%
	Royaume-Uni	89.098	17%
	Allemagne	64.428	13%

Source : INS

2.2.5/ Nuitées hôtelières par mois et par but de séjour



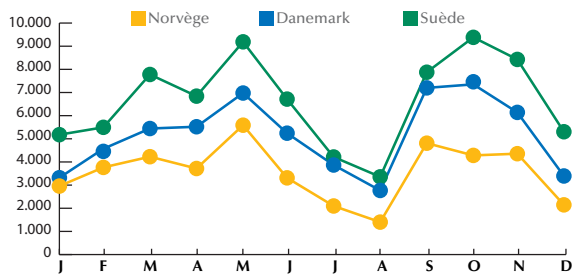
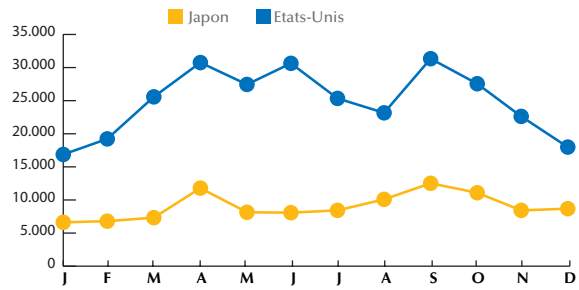
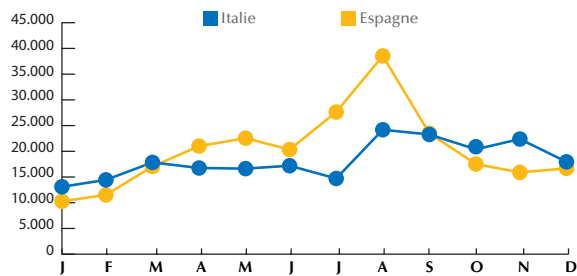
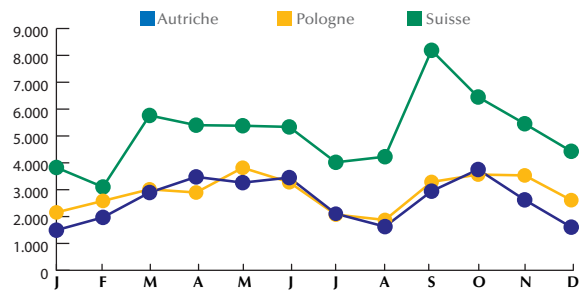
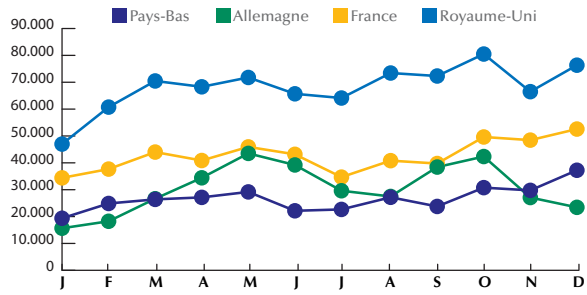
Mois	Nuitées d'affaires		Nuitées de loisirs	Total des nuitées
	pour conférences, congrès et séminaires	autres raisons professionnelles		
Janvier	103.873	78.172	83.842	265.887
Février	121.914	81.473	110.518	313.905
Mars	149.266	100.284	128.187	377.737
Avril	135.718	85.554	159.520	380.792
Mai	159.568	92.521	165.466	417.555
Juin	150.786	85.627	151.997	388.410
Juillet	116.170	74.159	164.391	354.720
Août	106.809	71.865	215.029	393.703
Septembre	167.367	96.340	169.206	432.913
Octobre	176.479	96.270	175.783	448.532
Novembre	157.678	87.073	151.987	396.738
Décembre	126.817	78.084	172.654	377.555
Moyenne	139.370	85.619	154.048	379.037
Total	1.672.445	1.027.422	1.848.580	4.548.447

Source : INS

■ COMMENTAIRES :

Les trois mois les plus fréquentés par ordre d'importance sont :
 . conférences, congrès et séminaires : octobre, septembre, mai
 . autres raisons professionnelles : mars, septembre, octobre
 . loisirs : août, octobre, décembre.

2.2.6/ Nuitées hôtelières par mois et par marché



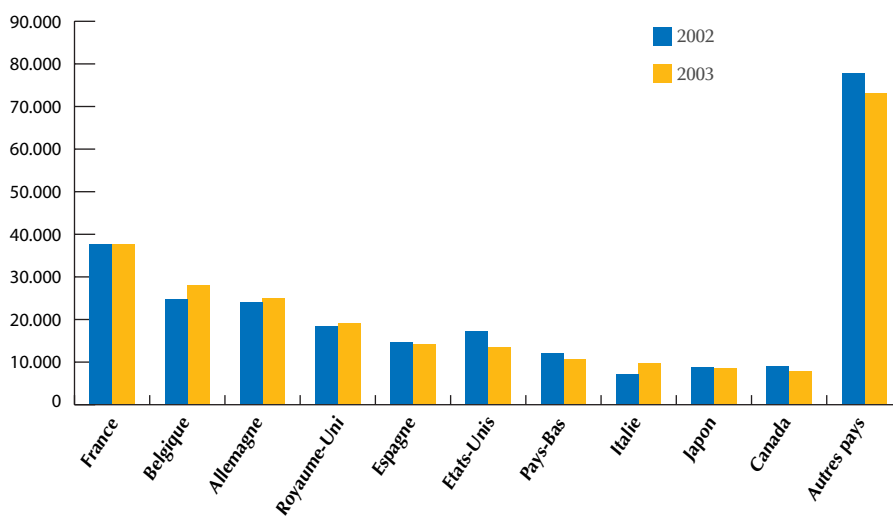
Source : INS

2.3/ Les hébergements pour jeunes

	2002	2003
Nombre de nuitées	249.311	244.910
Taux d'occupation	83,2%	81,7%
Nombre d'arrivées	165.551	162.623
Durée du séjour en nombre de nuits	1,51	1,51

Source : INS

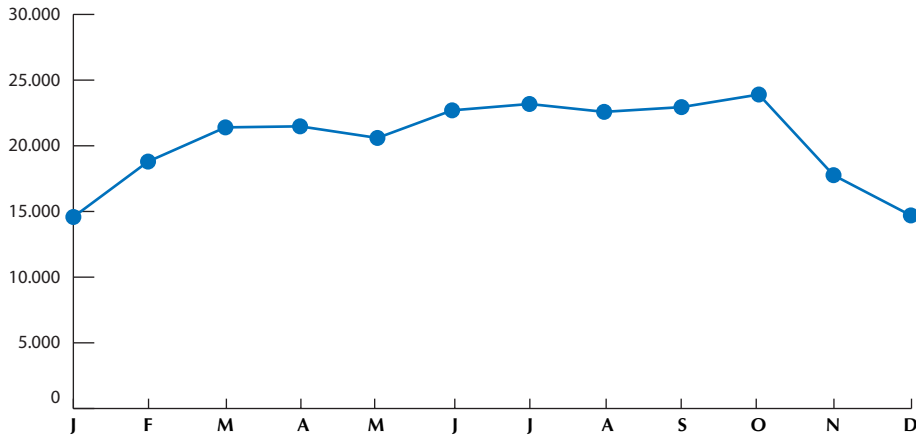
2.3.1/ Nombre de nuitées par pays d'origine



	2002	2003	%	Variation 2003/2002
France	37.373	37.354	15%	0%
Belgique	24.505	27.810	11%	13%
Allemagne	23.793	24.675	10%	4%
Royaume-Uni	18.244	18.974	8%	4%
Espagne	14.442	14.001	6%	-3%
Etats-Unis	17.056	13.207	5%	-23%
Pays-Bas	11.960	10.410	4%	-13%
Italie	7.011	9.440	4%	35%
Japon	8.590	8.378	4%	-2%
Canada	8.731	7.674	3%	-12%
Autres pays	77.606	72.987	30%	-6%
Total	249.311	244.910	100%	-2%

Source : INS

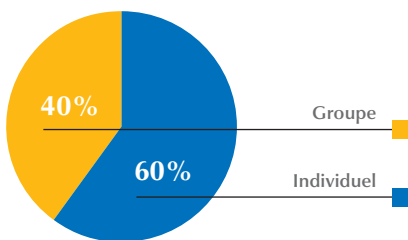
2.3.2/ Nombre de nuitées en hébergement pour jeunes par mois



Mois	2002	2003	%	Variation 2003/2002
Janvier	18.005	14.580	6%	- 20%
Février	20.157	18.798	8%	- 7%
Mars	22.985	21.402	9%	- 7%
Avril	23.750	21.481	9%	- 10%
Mai	24.960	20.597	9%	- 16%
Juin	19.780	22.698	9%	15%
Juillet	21.713	23.183	9%	7%
Août	23.470	22.583	9%	- 4%
Septembre	18.218	22.944	9%	26%
Octobre	21.588	23.603	10%	11%
Novembre	18.251	17.763	7%	- 3%
Décembre	16.434	14.699	6%	- 11%
Moyenne	20.776	20.361	8%	- 2%
Total	249.311	244.331	100%	- 2%

Source : INS

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



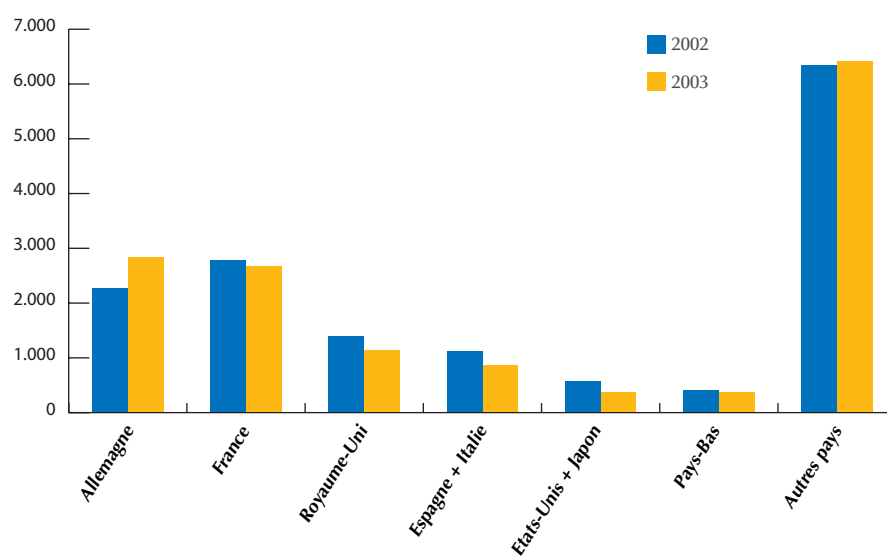
Source : Loger Jeunes (4 établissements ont répondu)

2.4/ Les chambres d'hôtes

	2002	2003
Nombre de nuitées	15.132	14.542
Nombre d'arrivées	2.290	3.561
Durée moyenne du séjour en nombre de nuits	6,6	4

Source : Bed & Brussels et Taxi Stop

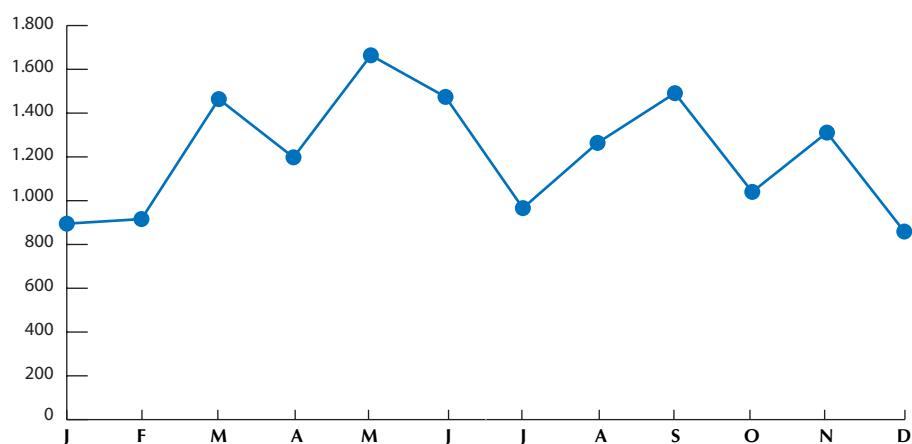
2.4.1/ Nombre de nuitées par pays d'origine



	2002	2003	%	Variation 2003/2002
Allemagne	2.248	2.813	19%	25%
France	2.772	2.664	18%	-4%
Royaume-Uni	1.373	1.117	8%	-19%
Espagne + Italie	1.102	848	6%	-23%
Etats-Unis + Japon	559	355	2%	-36%
Pays-Bas	392	351	2%	-10%
Autres pays	6.319	6.394	44%	1%
Total	14.765	14.542	100%	-2%

Source : Bed & Brussels et Taxi Stop

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



	2002	2003	%	Variation 2003/2002
Janvier	1.020	865	6%	-15%
Février	1.259	916	6%	-27%
Mars	1.723	1.464	10%	-15%
Avril	1.543	1.198	8%	-22%
Mai	1.382	1.664	11%	20%
Juin	1.528	1.474	10%	-4%
Juillet	1.234	966	7%	-22%
Août	1.010	1.264	9%	25%
Septembre	1.729	1.491	10%	-14%
Octobre	1.087	1.040	7%	-4%
Novembre	1.013	1.311	9%	29%
Décembre	604	859	6%	42%
Moyenne	1.261	1.212	8%	-4%
Total	15.132	14.542	100%	-4%

Source :
Bed & Brussels et Taxi Stop

2.4.3/ But du séjour de la clientèle

But du séjour	2002	2003
Tourisme	31%	26%
Affaire	33%	45%
Stage	29%	24%
Non précisé	7%	5%

Source : Bed & Brussels et Taxi Stop

3 / RÉFLEXIONS GÉNÉRALES

1. BRUXELLES-CAPACITE D'ACCUEIL

en nombre de personnes à Bruxelles est de 32.862
 en nombre de personnes dans les hôtels : 31.854
 en nombre de personnes dans les
 hébergements pour jeunes : 821
 en nombre de personnes dans les chambres d'hôtes : 187

2. BRUXELLES-OFFRE HOTELIERE

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

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

58% des nuitées sont passées sur Bruxelles-ville et donc 42% dans les autres communes : 14% à St Josse, 10% à St Gilles, 7% à Ixelles et 3% à Schaerbeek.

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

Depuis 1998, l'offre hôtelière a augmenté de 11,7%, le nombre de lits de 11,5%, la fréquentation hôtelière de 17,4% et le taux d'occupation des chambres a diminué de 7%.

Le nombre important d'hôtels, la baisse du taux d'occupation et le faible prix moyen par chambre à Bruxelles laisse, selon le courtier Richard Ellis⁶, supposer, malgré tout, que Bruxelles en tant que statut de capitale européenne et l'accessibilité croissante va vers une future croissance du tourisme international⁶ et donc de l'hôtellerie.

En 2004, Marriott à Evere (190 chambres) a été inauguré.

Actuellement, il y a 15 projets hôteliers potentiels à Bruxelles. Dont :

Sofitel (149 chambres)

Radisson Nexcity (150 chambres)

Accor à la gare du Midi (228 chambres)

Dorint à Woluwe (150 chambres)

Accor au Casino (150 chambres)

3. BRUXELLES-DESTINATION

Pour l'ensemble des nuitées, Bruxelles a progressé de 20% de 1997 à 2003, soit plus de 800.000 nuits.

En 2003, les nuitées à Bruxelles ont augmenté de 2,3% par rapport à 2002, soit plus de 107.000 nuits.

La durée moyenne de séjour en hôtel est de 1,9 nuits.

En regard des habitudes hôtelières, la durée moyenne de séjour en hébergement pour jeunes est de 1,5 et en chambres d'hôtes de 4 nuits.

4. BRUXELLES-CLIENTELE

Le classement des marchés :

Le Royaume-Uni (+0% par rapport à 2002)
 La France (+11% par rapport à 2002)
 La Belgique (+5% par rapport à 2002)
 L'Allemagne (+6% par rapport à 2002)
 Les Pays-Bas (+8% par rapport à 2002)
 Les Etats-Unis (-3% par rapport à 2002)

Les marchés prioritaires (Royaume-Uni, France, Allemagne et Pays-Bas) représentent 44% du total des nuitées hôtelières, 37% du total des nuitées en hébergements pour jeunes et 47% 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 80% du total des nuitées hôtelières, 70% du total des nuitées en hébergements pour jeunes et 56% du total des nuitées en chambres d'hôtes.

L'origine des autres clients est très diversifiée.

5. BRUXELLES-TOURISME DE LOISIRS

Les séjours de loisirs ont progressé de 48% en 2003 par rapport à 1997 et encore de 13% par rapport à 2002.

Hôtels :

les quatre saisons se répartissent comme suit : Hiver (17%), Printemps (26%), Eté (30%) et Automne (27%).

Les trois mois les plus importants sont :

août, octobre et décembre.

Les trois mois les moins importants sont :

janvier, février et mars.

Hébergements pour jeunes :

la saison s'étire du mois de mars à octobre.

Chambres d'hôtes :

les mois les plus fréquentés sont les mois de mars, mai, d'août à septembre et novembre.

Le classement des marchés loisirs :

Le Royaume-Uni (+12% par rapport à 2002)
 La France (+36% par rapport à 2002)
 Les Pays-Bas (+26% par rapport à 2002)
 L'Allemagne (+20% par rapport à 2002)
 La Belgique (+17% par rapport à 2002)
 Les Etats-Unis (+3% par rapport à 2002)

⁶ "Y a-t-il trop d'hôtels à Bruxelles" Le Soir du 17/09/2004

6. BRUXELLES-MICE

Les séjours d'affaires ont diminué de 5% en 2003 par rapport à 1997. Les nuitées de type meetings (séminaires, congrès, ...) ont augmenté de 60%. Les nuitées de type autres déplacements professionnels ont diminué de 43%.

Une hypothèse pour ces évolutions est le retour le même jour du voyageur professionnel (France) et le développement des visioconférences et autres moyens multimédia. En 2003, les séjours d'affaires ont diminué de 5% par rapport à 2002. Les nuitées de type meetings (séminaires, congrès, ...) ont augmenté de 3%. Les nuitées de type autres déplacements professionnels ont diminué de 15,6%. La saison haute pour les séjours d'affaires s'étale au mois de mars, du mois de mai au mois de juin et du mois de septembre au mois de novembre.

Le classement des marchés pour les nuitées de type meetings (séminaires, congrès, ...) :

Le Royaume-Uni	(-1% par rapport à 2002)
Les Etats-Unis	(-6% par rapport à 2002)
L'Allemagne	(+6% par rapport à 2002)
La France	(+6% par rapport à 2002)
La Belgique	(+12% par rapport à 2002)
L'Italie	(+13% par rapport à 2002)

Le classement des marchés pour les nuitées de type autres déplacements professionnels :

La Belgique	(-8% par rapport à 2002)
La France	(-16% par rapport à 2002)
Le Royaume-Uni	(-21% par rapport à 2002)
L'Allemagne	(-18% par rapport à 2002)
Les Pays-Bas	(-21% par rapport à 2002)
L'Espagne	(-9% par rapport à 2002)

7. BRUXELLES-CONCURRENCE

La variation de la fréquentation par rapport à 2002 est la suivante :

Barcelone :	+4,7%
Berlin :	+2,8%
Bruxelles :	+2,3%
Copenhague :	-0,8%
Amsterdam :	-5,1%
Paris :	-6,4%.

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 "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;
- 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 voyageurs complétés par quelques campagnes media de notoriété.

La COMPETITIVITE devrait 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.

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, l'instabilité internationale due aux risques d'attentats, l'épidémie SRAS et un euro fort ont affecté l'hôtellerie haut de gamme.

LA DISPARITION DE SABENA à l'étranger prive le tourisme belge d'un allié dont le rôle dans le développement de l'attractivité de notre destination, en particulier pour les marchés lointains.

La Belgique se retrouve coincée entre la France, les Pays-Bas, la Grande-Bretagne et l'Allemagne qui offrent des liaisons sans escale. Cet effet se marque encore dans le recul du nombre de passagers MICE à destination de l'aéroport de Bruxelles National.

Le secteur M.I.C.E.¹ 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 2003 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.

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

² Dans le catalogue "Let's meet in Brussels", il y a énumération de 65 hôtels sans identification du nombre de salles.

³ Les "Special venues" sont des salles se situant dans un bâtiment à caractère culturel ou historique.

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

1 / L'OFFRE EN SALLES DE RÉUNION

	Etablissements	Nombre de salles
Salles de conférence	16	101
Salles pour les expositions et salon	5	23
Salles dans les hôtels MICE ²	30	320
Special venues ³ :	142	
Théâtres	16	
Musées	19	
Centres culturels	32	
Châteaux	8	
Centres sportifs	7	
Hébergements pour jeunes	5	
Général	6	
Autres	49	

Source : Brochure
"Let's meet in Brussels 2004"

Remarque : Pour la catégorie "special venues" répertoriée dans la brochure "Let's meet in Brussels 2004", 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

Sur base d'un fichier créé par le WES, l'Observatoire du Tourisme et le WES⁴ ont envoyé une enquête auprès de 174 prestataires bruxellois. 60 prestataires ont répondu à l'enquête. Le questionnaire est composé de questions fermées sur la fréquentation de salles de réunion et sur le profil de la clientèle MICE à Bruxelles.

⁴WES = Westvlaams
Ekonomisch
Studiebureau -
consultant.

2.1/ Nombre de réunions MICE

	Centres de conférences	Salles dans les hôtels	Special venues	Total
Nombre de répondants	19	24	17	60
Meetings	2.878	12.413	585	15.876
Incentives	71	379	20	470
Congrès, conférences	201	343	87	631
Foires, salons et événements	80	21	1	102
Total	3.249	13.180	710	17.139

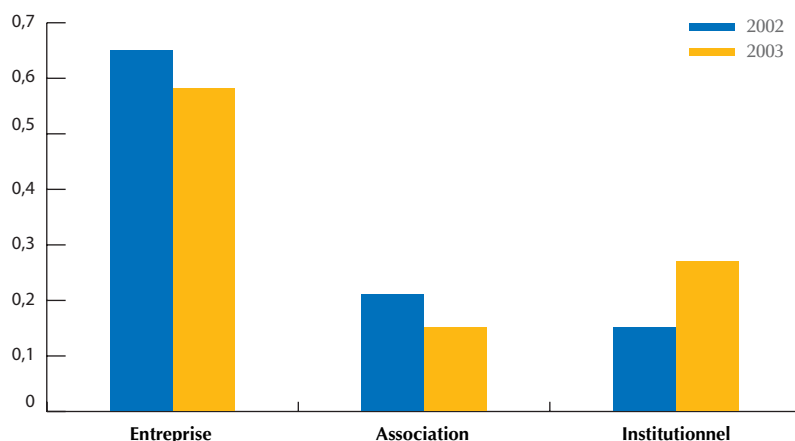
2.2/ Nombre de participants aux réunions MICE

	Centres de conférences	Salles dans les hôtels	Special venues	Total
Meetings	86.402	1.142.754	11.995	1.241.151
Incentives	26.430	18.934	100	45.464
Congrès, conférences	37.543	44.207	11.783	93.533
Foires, salons et événements	2.051.660	3.050	12.000	2.066.710
Total	2.202.035	1.208.945	35.878	3.446.858
Taille moyenne des réunions	678	92	50	201

2.3/ Nombre de réunions - avec ou sans séjour

	Nb de réunions avec séjour	Nb de réunions sans séjour	Ne sait pas	Total
Total	1.405	2.330	1.473	5.208
	27%	45%	28%	100%

2.4/ Nombre de réunions par type de clientèle

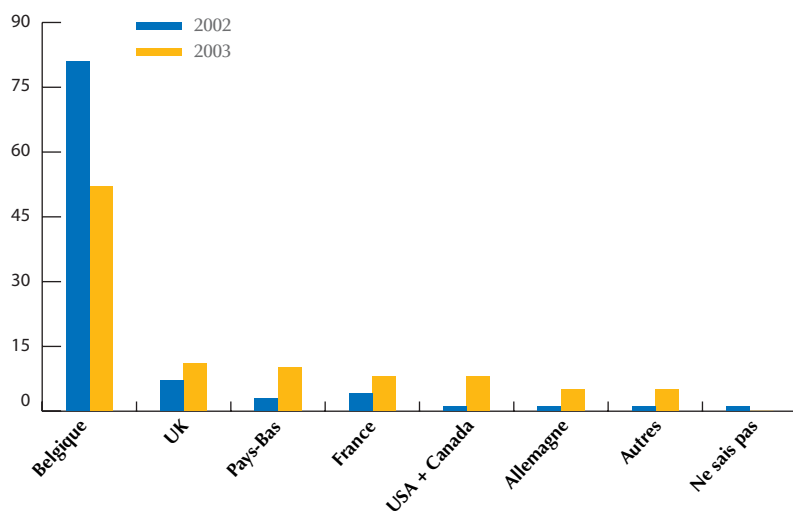


	Strictement national	Strictement international	Total
Entreprises	569 40%	261 18%	830 58%
Associations	165 12%	47 3%	212 15%
Institutionnel	359 25%	26 2%	385 27%
Total	1.093 77%	334 23%	1.427 100%

2.5/ Nombre de réunions par type d'organisateur de réunion

	Clients directs	Agences	Autres	Total
2002	86%	13%	1%	
2003	1.017	240	14	1.271
	80%	19%	1%	100%

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



	Venues	Salles dans les hôtels	Special venues	Total
Belgique	113 3%	1.611 46%	112 3%	1.836 52%
UK	6 -	393 11%	0 -	399 11%
Pays-Bas	4 -	349 10%	0 -	353 10%
France	1 -	263 8%	1 -	265 8%
USA + Canada	0 -	284 8%	0 -	284 8%
Allemagne	2 -	172 5%	0 -	174 5%
Autres	1 -	177 5%	0 -	178 5%
Ne sait pas	0 -	13 -	0 -	13 0%
Total	127 4%	3.262 93%	112 3%	3.502 100%

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

	2002	2003	
Commercial	36%	800	47%
Scientifique	20%	525	31%
Art	14%	164	10%
Politique	11%	93	5%
Autres	19%	127	7%
Total	100%	1.709	100%

2.8/ Nombre de réunions par catégorie de nombre de personnes

< 50 pax	51-99 pax	100-249 pax	250-499 pax	500-999 pax	1.000-1.999 pax	> 2.000	Total
1.832	522	704	256	11	6	2	3.333
55%	16%	21%	8%	-	-	-	100%

Pax = personne

■ COMMENTAIRES :

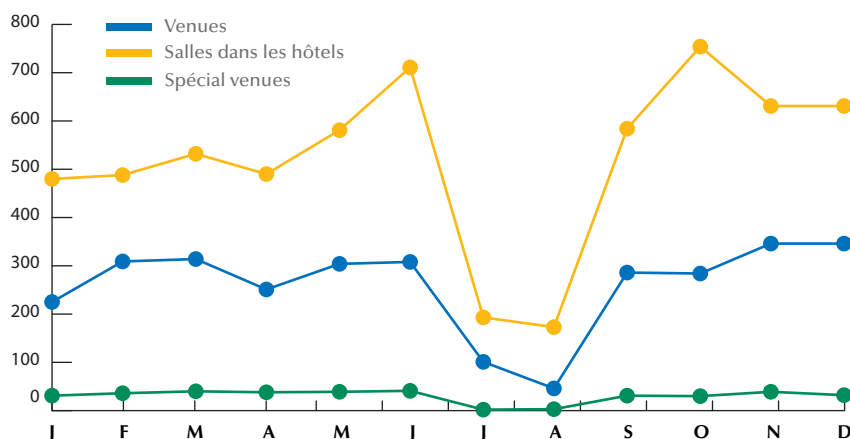
Les deux réunions de plus de 2.000 participants ont été organisées au Palais des Congrès de Bruxelles.

2.9/ Nombre de réunions par nombre de jours

	2002	2003
1 jour	64%	43%
2 jours	24%	34%
3 jours	7%	15%
> 3 jours	6%	8%

2.10/ Nombre de réunions par mois

	Centres de conférences	Salles dans les hôtels	Special venues	Total	%
Janvier	225	480	31	736	8%
Février	309	488	36	833	9%
Mars	314	532	40	886	9%
Avril	251	490	38	779	8%
Mai	304	581	39	924	10%
Juin	308	711	41	1.060	11%
Juillet	101	193	2	296	3%
Août	46	173	3	222	2%
Septembre	286	584	31	901	9%
Octobre	284	754	30	1.068	11%
Novembre	346	631	39	1.016	10%
Décembre	346	631	32	1.009	10%
Total	3.120	6.248	362	9.730	100%



3 / FOIRES & SALONS

Nom	Lieu	Dates	Nombre de visiteurs ⁵
Batibouw 2003	Brussels Expo	22/02-2/03	335.000
Salon des Vacances	Brussels Expo	13-17/03	78.337
Foire aux livres	Pyramid Convention Center	19-23/03	60.000
Art Brussels	Brussels Expo	4-8/04	31.140
Media Planet	Brussels Expo	17-20/10	22.380
Labelexpo Europe	Brussels Expo	24-27/09	+/- 20.000
Salon du Meuble	Brussels Expo	2-5/11	+/- 20.000
Estetika Automne	Brussels Expo	4-6/10	16.000
Estetika Printemps	Brussels Expo	22-24/03	13.000
Decosit	Brussels Expo	6-9/09	12.500
Chocoa	Brussels Expo	27-29/04	3.075
Telecom City	Brussels Expo	20-22/05	8.370
Post Expo 2003	Brussels Expo	7-9/10	4.600

Source :
sites Internet des organisateurs

⁵Le nombre de visiteurs ne comprend ni le nombre d'exposants ni le nombre de journalistes.

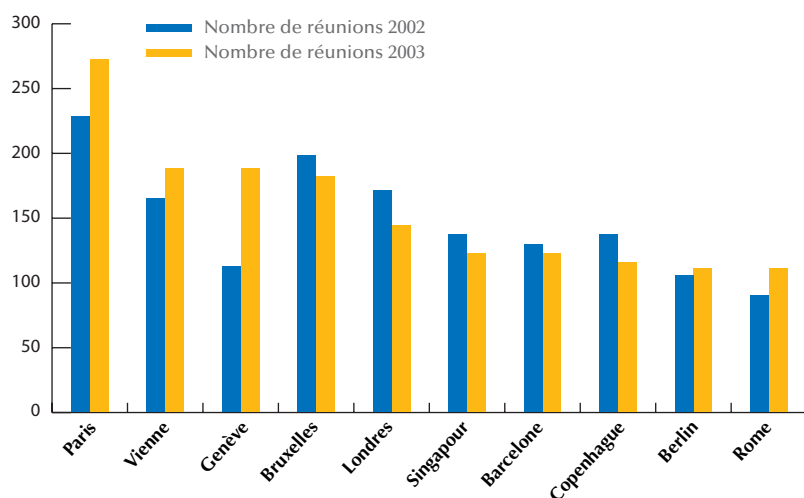
4 / LES RÉUNIONS INTERNATIONALES

4.1 / 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

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



Ville	Nombre de réunions 2002	Nombre de réunions 2003	Part du marché mondial	Variation 2003/2002
Paris	228	272	2,88%	19%
Vienne	165	188	1,99%	14%
Genève	112	188	1,99%	68%
Bruxelles	198	182	1,93%	-8%
Londres	171	144	1,52%	-16%
Singapour	137	122	1,29%	-11%
Barcelone	129	122	1,29%	-5%
Copenhague	137	115	1,22%	-16%
Berlin	105	111	1,18%	6%
Rome	90	111	1,18%	23%

Source : UIA - International Meetings Statistics 2003

4.1.2/ Position des réunions des associations internationales pour les principales villes de 1993 à 2003

	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%
2003	272	2,88%	182	1,93%	144	1,52%	188	1,99%

Source : UIA - International Meetings Statistics 2003

4.1.3/ Nombre de réunions internationales dans les principales villes belges

Villes	Nombre de réunions internationales	%
Bruxelles	182	64%
Gand	16	6%
Anvers	11	4%
Bruges	10	4%
Louvain	9	3%
Ostende	6	2%
Liège	5	2%
Louvain-la-Neuve	3	1%
Autres	41	14%
Belgique	283	100%

Source : UIA - International Meetings Statistics 2003

4.2/ 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
2003	89	41	34	15
Position	1 ^{ère}	12 ^{ème}	18 ^{ème}	42 ^{ème}

Source : Statistics Report - International Association and Corporate Meetings Market 2003 - ICCA Data

5 / LES AGENCES DE CONGRES

Note méthodologique

Enquête menée par et auprès des membres de la BAPCO. La BAPCO rassemble les agences liées à l'organisation des congrès, appelés les PCO. 8 membres sur 10 ont répondu au questionnaire. Les chiffres couvrent la période s'étalant de l'année 2000 à 2003.

5.1/ Nombre de réunions et de participants (entre 2000 et 2003)

	2000	2001	2002	2003
Nombre total des réunions organisées par les PCO	82	92	89	82
Nombre de réunions organisées à Bruxelles	39	45	45	42
	48%	49%	51%	51%
Nombre de participants dans les réunions réalisées à Bruxelles	19.004	11.080	12.673	12.798

Source : BAPCO

5.2/ Part des réunions réalisées entre 2000 et 2003 par pays

Belgique	73%
France	5%
Allemagne	4%
Etats-Unis	2%
Australie	2%
Pays-Bas	2%
Royaume-Uni	2%
Autres	10%

Source : BAPCO

5.3/ Durée des réunions réalisées entre 2000 et 2003

	Nombre de réunions	%
1 jour	80	23%
2 jours	93	27%
3 jours	87	25%
> 3 jours	87	25%
Total	346	100%

Source : BAPCO

5.4/ Type de réunions MICE réalisées entre 2000 et 2003

	Nombre de réunions	%
Meetings	289	83%
Evénements	10	3%
Foires	8	2%
Autres	12	3%
Inconnu	27	8%
Total	347	100%

Source : BAPCO

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 deuxième fois. Plusieurs prestataires s'y sont associés.

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"**.

• En 2003, il y a eu 17.139 réunions avec 3.446.858 participants. Cela représente en moyenne 201 participants par réunion.

• Pour les centres de conférences, 3.249 réunions ont amené 2.202.035 participants, c'est-à-dire en moyenne 678 personnes par réunion.

• Pour les salles dans les hôtels, 13.180 réunions ont attiré 1.208.945 personnes, c'est-à-dire en moyenne 92 participants par réunion.

• Près de 73% des réunions n'impliquent pas un hébergement marchand.

Les réunions avec séjour se passent plutôt dans les hôtels.

Les activités dans les "special venues" sont plutôt liées aux cocktails, réceptions de fin d'année.

⁹Le Soir du 29 septembre 2004 - "Bruxelles garde la cote" François Robert.

- En 2003, le nombre de réunions réalisées par les associations et par les entreprises a diminué respectivement de 6% et de 7% par rapport à 2002. Par contre, le nombre de réunions réalisées par l'institutionnel a augmenté de 12%.
- 77% des réunions sont uniquement nationales et 23% sont internationales.
- 80% des clients s'adressent directement aux prestataires bruxellois, 20% font appel à un intermédiaire (agence MICE). Par rapport à 2002, le nombre de réunions demandées directement aux prestataires a diminué de -6% et le nombre de réunions passant par une agence a augmenté de 6%.
- Les principaux marchés étrangers sont la Grande-Bretagne (11%), les Pays-Bas (10%), la France (8%), les Etats-Unis - Canada (8%) et l'Allemagne (5%). Le marché des Etats-Unis - Canada a augmenté de 7% par rapport à 2002.
- 71% des réunions rassemblent moins de 100 personnes.
- Les courbes mensuelles de fréquentation des venues, special venues et hôtels ont sensiblement les mêmes profils, les mois les plus creux sont janvier, avril, juillet et août.
- En 2003, les agences PCO ont organisé 42 réunions et accueilli 12.798 personnes à Bruxelles. La durée moyenne des réunions est de 2,5 jours.

2 / Le positionnement international de Bruxelles

- Bruxelles est la 4^{ème} destination mondiale pour les réunions d'associations derrière Paris, Vienne et Genève mais devant Londres, 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 64% par rapport aux autres villes belges pour les réunions d'associations devant Anvers (6%).
- Bruxelles est la 42^{ème} 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 1^{er} rang, Paris le 12^{ème} et Londres le 18^{ème}.

- Le courtier Cushman & Wakefield a publié le rapport "European Cities Monitor". Ce rapport mesure le degré d'attractivité des villes européennes selon divers critères tels que le coût du travail, l'accessibilité aux marchés, l'équipement en télécommunication, le climat d'investissement, la qualité de vie, etc. Bruxelles se positionne à la 4^{ème} place, derrière Londres, Paris et Francfort et devant Amsterdam, Barcelone et Madrid. Les points positifs sont, entre autres, la position géographique, les télécommunications, la qualité des employés, la pratique des langues et les bureaux. Les points négatifs sont, entre autres, la fiscalité et le coût par employé. "Pourtant, il y a de mauvais indices qui altèrent l'image de notre capitale. Jusqu'il y a peu, notre ville était citée comme une des meilleures places de congrès, derrière Paris, Francfort et Londres. Ce n'est plus vrai aujourd'hui (c'est sans doute lié à la fermeture du Palais des Congrès) : Barcelone l'a détrôné. De même, l'indice de qualité de vie se dégrade à Bruxelles (14^{ème} place)."¹⁶

3 / La perception de Bruxelles comme destination MICE

- La perception a priori de Bruxelles reste très moyenne (données 2002). 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.

4 / La fermeture du Palais des Congrès

Depuis mai 2003, le Palais des Congrès de Bruxelles a dû fermer ses portes pour des raisons de restauration et de réaménagement du lieu.

Actuellement, cette fermeture se ressent dans :

- Le retrait dans les statistiques de l'ICCA : Bruxelles passe de la 20^{ème} place en 2002 à la 41^{ème} place en 2003 pour les réunions de moins de 50 participants
- La stagnation des nuitées MICE à Bruxelles
- La baisse des activités liées au secteur MICE telles que les agences (PCO, DMC, ...), les restaurants, les compagnies de taxi, les marchands de souvenirs et de pralines, les traducteurs, ...

Pour en savoir plus, l'Observatoire du Tourisme a mené un sondage dans le secteur des agences. L'objectif de ce

sondage était de percevoir quelle destination a choisi le client et ensuite s'il existait d'autres potentialités.

Il en ressort que clairement la fermeture provisoire a une influence dans la baisse de leur activité.

De plus, les solutions alternatives bruxelloises ne conviennent pas nécessairement pour des raisons de calendrier, d'espaces trop grands ou peu adaptables, ... Les destinations concurrentes comme Düsseldorf, Lyon, Liège, Louvain-la-Neuve, Londres, Prague... offrent actuellement des infrastructures plus efficaces.

Enfin, le secteur est en attente sur la date de réouverture, des tarifs qui seront appliqués et les services offerts.

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", "Conférences", "Conventions" et les "Exhibitions", "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"⁷ 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 perfor-

mance 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)

⁷ Travel & Tourism Intelligence, The MICE Industry

- *“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 soient 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”*
- *“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.

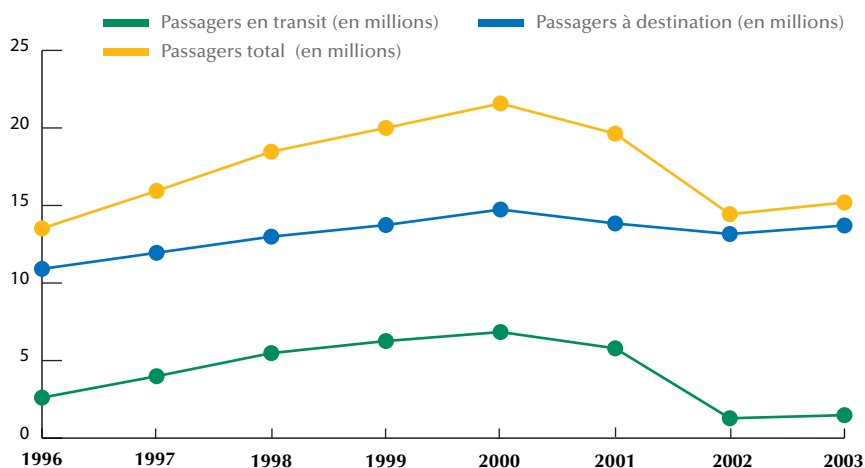
Les bons DMC essaient toujours d'être créatifs : ils présentent de nouvelles idées, développent de nouveaux produits et thèmes, et offrent au client ce petit plus.

Modes de transport	Les acteurs	Les sources
■ Transport aérien	BIAC ¹	BIAC
■ Transport ferroviaire	S.N.C.B. ² 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 2003



¹ Brussels International Airport Company
² Société Nationale des Chemins de fer Belges

Année	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Variation 2003/2002
Passagers à destination (en millions)	10,91	11,95	12,99	13,74	14,74	13,84	13,16	13,71	4%
Passagers en transit (en millions)	2,61	3,99	5,48	6,26	6,84	5,79	1,28	1,48	16%
Passagers total (en millions)	13,52	15,94	18,48	20,01	21,59	19,64	14,44	15,19	5%

Source : Brutrends 2003 - BIAC

1.1.2/ Mouvements de vols sur l'aéroport de Bruxelles National en 2002 et 2003

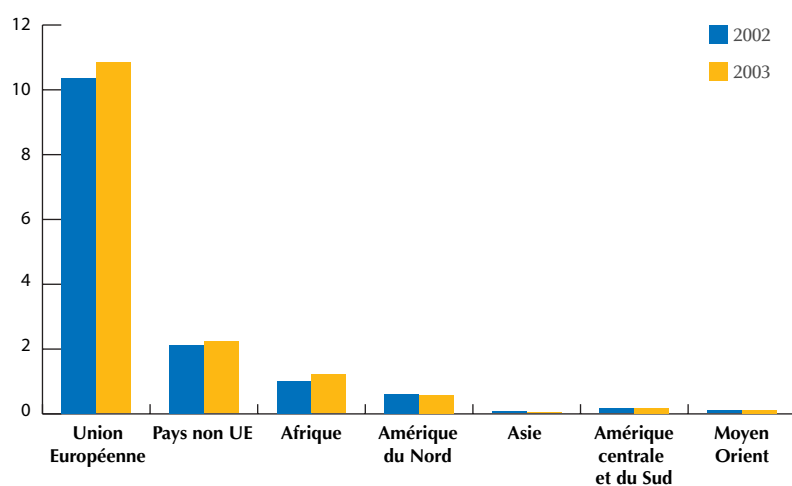
Types de vols	2002	2003	Part en %	Variation 2003/2002
Vols de passagers (régulier et charter)	215.800	231.377	84%	7%
Vols cargo	21.700	23.000	8%	6%
Vols de l'aviation générale	12.000	13.200	5%	10%
Vols militaires	7.400	7.600	3%	3%
Total	265.900	275.177	100%	7%

Source : Brutrends 2003 - BIAC

1.1.3/ Nombre de passagers

Nombre de passagers (en millions)	2002	2003	Part en %	Variation 2003/2002
Union Européenne	10,35	10,82	72%	5%
Pays non UE	2,11	2,22	15%	5%
Afrique	1	1,2	8%	20%
Amérique du Nord	0,6	0,56	4%	-7%
Asie	0,06	0,02	0%	-67%
Amérique centrale et du Sud	0,15	0,17	1%	13%
Moyen Orient	0,09	0,1	1%	11%
Total	14,4	15,09	100%	5%

Source : Brutrends 2003 -
BIAC- transit inclus

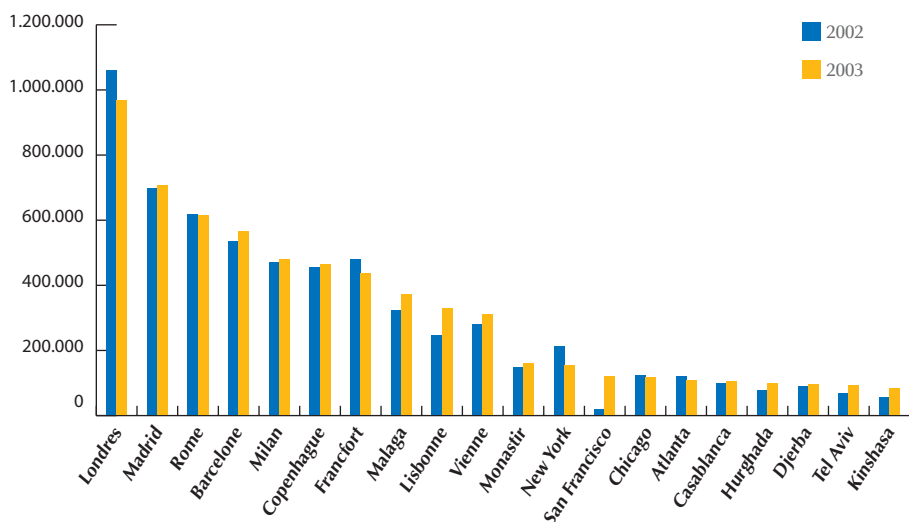


1.1.4/ Nombre de vols : top des 20 destinations

Europe	2002	2003	Variation 2003/2002
Londres	17.411	13.584	-22%
Madrid	6.543	7.143	9%
Copenhague	6.515	6.839	5%
Rome	5.756	6.638	15%
Munich	6.021	6.609	10%
Milan	6.965	6.600	-5%
Stockholm	4.525	5.938	31%
Francfort	6.048	5.636	-7%
Barcelone	5.036	5.572	11%
Vienne	5.465	5.425	-1%
Hors Europe			
Monastir	1.069	1.195	12%
New York	1.702	1.169	-31%
Casablanca	948	1.101	16%
Chicago	1.167	1.027	-12%
San Francisco	224	806	260%
Tel Aviv	546	799	46%
Djerba	677	772	14%
Atlanta	726	727	0%
Hurghada	479	595	24%
Kinshasa	453	525	16%

Source : Brutrends 2003 - BIAC (vols de passagers uniquement ; les années précédentes, le rapport reprenait les chiffres pour les vols de passagers et les vols cargo)

1.1.5/ Nombre de passagers : top des 20 destinations



Europe	2002	2003	Variation 2003/2002
Londres	1.057.837	966.937	-9%
Madrid	696.049	705.392	1%
Rome	616.464	611.381	-1%
Barcelone	533.533	564.753	6%
Milan	467.708	478.080	2%
Copenhague	452.775	461.458	2%
Francfort	476.407	435.073	-9%
Malaga	321.092	370.938	16%
Lisbonne	243.300	325.676	34%
Vienne	276.980	307.340	11%
Hors Europe			
Monastir	144.653	159.653	10%
New York	210.436	151.864	-28%
San Francisco	17.553	118.145	573%
Chicago	121.853	116.615	-4%
Atlanta	117.686	105.179	-11%
Casablanca	98.026	102.518	5%
Hurghada	75.098	96.886	29%
Djerba	86.787	92.812	7%
Tel Aviv	67.223	90.681	35%
Kinshasa	53.740	82.461	53%

Source : Brutrends 2003 - BIAC

1.1.6/ Hôtellerie à l'aéroport

	2002	2003	Variation 2003/2002
Nombre d'hôtels	10	10	
Nombre de nuitées	419.369	397.874	-5%
Taux d'occupation	63,6%	56,3%	

Source : Brutrends 2003 - 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 2003

Année	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Variation 2003/2002
Nombre de passagers	210.727	235.949	255.322	773.431	1.279.000	1.700.000	33%
Nombre de mouvements	62.539	60.305	57.055	57.216	64.237	63.140	-1,7%

Source : Brussels South Charleroi Airport

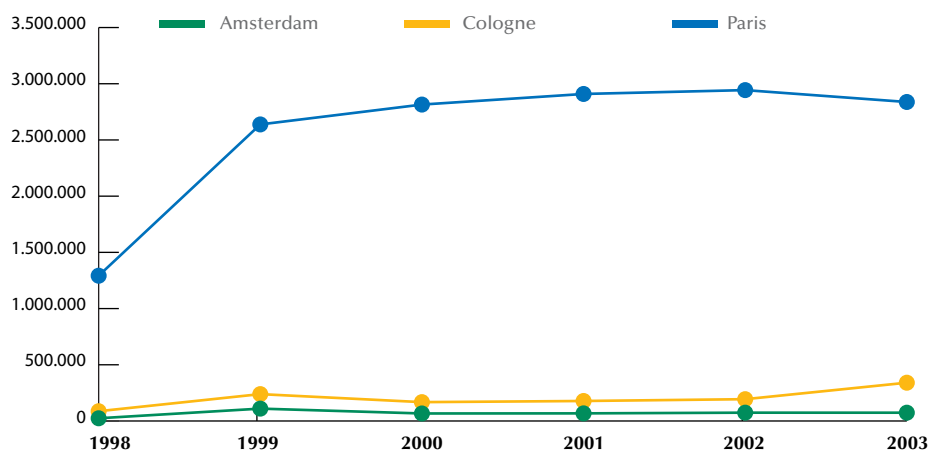
1.2.2/ Part des nationalités à Brussels South Charleroi Airport

Nationalité	%
Belgique	48%
Italie	13%
Pays-Bas	10%
France	9%
Royaume-Uni	6%
Pologne	5%
Allemagne	3%
Espagne	3%
Suède	1%
Etats-Unis	1%
Autres	1%

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 2003



Nombre de passagers	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Variation 2003/2002
Paris	1.292.300	2.638.000	2.814.700	2.909.048	2.943.340	2.837.669	-4%
Cologne	86.900	239.000	167.700	177.886	193.913	340.509	76%
Amsterdam	24.100	110.000	66.800	67.748	73.982	73.734	0%

Source : SNCB – Thalys International

Autres provenances/destinations	2002	2003	Variation 2003/2002
Marne la Vallée	172.185	168.063	-2%
Aéroport Charles de Gaulle	164.641	153.460	-7%
Rotterdam	15.882	14.673	-8%
Schipol	18.235	16.002	-12%
Autres	114.111	101.832	-11%

Source : SNCB

■ COMMENTAIRES :

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

Cela nous donne un total de **3.705.942 passagers** sur le réseau Thalys en 2003.

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%

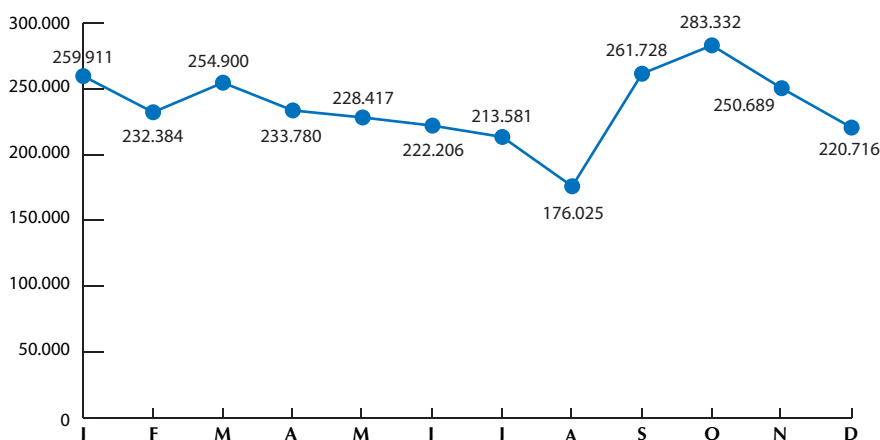
2.1.2/ Pourcentage des billets affaires / loisirs vendus sur Thalys de 2000 à 2003

Types de billets	2000	2002	2003
Affaires	43%	43%	44%
Loisirs	48%	57%	42%
Autres ³	9%	-	14%

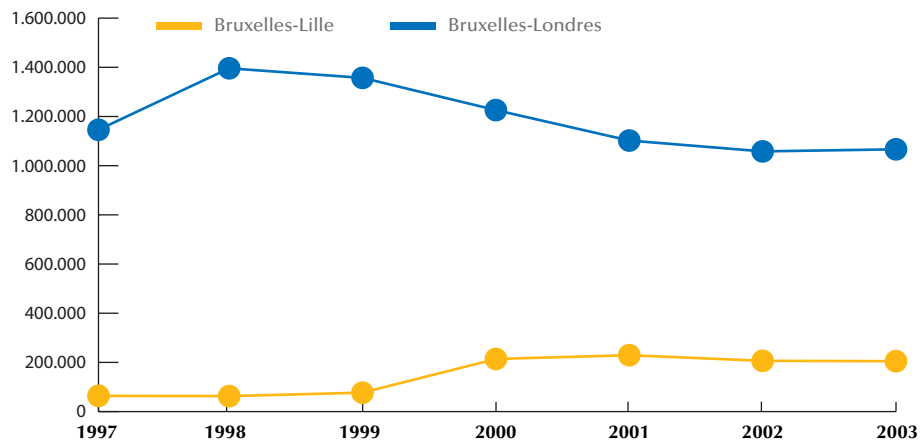
Source : Thalys International

³ Autres = tarifs groupes, tarifs Tour Opérateurs et les tarifs spéciaux (chiens, handicapés + accompagnateurs, VIP,...).

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



2.1.4/ Nombre de voyageurs sur Eurostar à partir de et vers Bruxelles de 1997 à 2003



Nombre de passagers	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Variation 2003/2002
Bruxelles - Londres	1.146.000	1.396.000	1.357.000	1.226.000	1.102.190	1.058.135	1.066.573	1%
Bruxelles - Lille	64.000	63.000	77.000	214.000	229.240	206.359	204.945	-1%
Total	1.210.000	1.459.000	1.434.000	1.440.000	1.331.430	1.264.494	1.271.518	1%

Source : SNCB

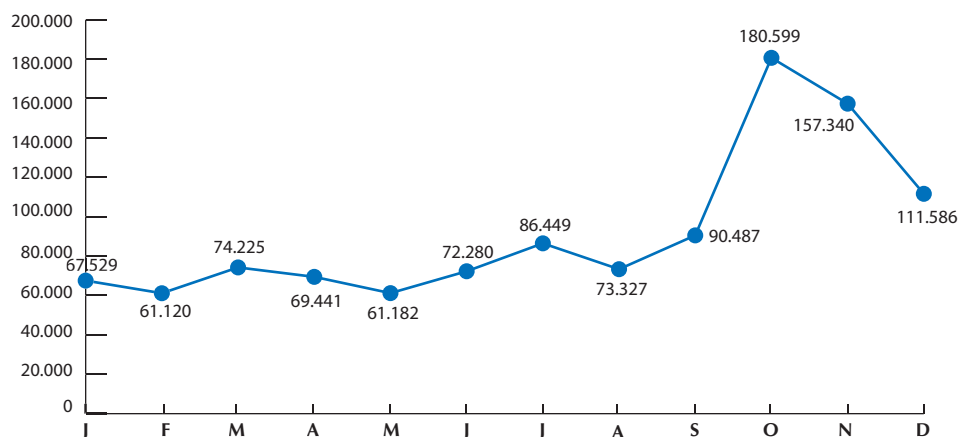
2.1.5/ Pourcentage des billets affaires / loisirs sur Eurostar de 2000 à 2003

Types de billets	2000	2001	2003
Affaires	20%	22%	27%
Loisirs	80%	78%	60%
Autres ⁴	-	-	13%

Source : SNCB

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

2.1.6/ 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 / 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 à Bruxelles-National a progressé de 26% de 1996 à 2003.

En 2003, le nombre de passagers a augmenté de 4% par rapport à 2002, ce qui représente la 1ère remontée du trafic depuis 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 passagers sont Londres, Madrid, Rome et Barcelone.

Les passagers de destinations de vacances représentent 6% du total des passagers à destination de l'aéroport tandis que les passagers de destinations de court séjour urbain représentent 32% de ce total.

Les nuitées dans les hôtels de l'aéroport ont diminué de 2002 à 2003. Elles représentent 8,3% du total des nuitées à Bruxelles.

L'aéroport de Brussels South à Charleroi

L'aéroport de Charleroi diversifie l'offre et positionne Bruxelles comme destination "low-cost"

La diversité de l'offre

En 2003, Ryanair a lancé trois nouvelles destinations qui ont d'emblée répondu aux objectifs escomptés :

Milan (Bergamo), Gérone et Stockholm (Skavsta).

Quelques progressions en nombre de passagers en 2003 par rapport à 2002 :

Carcassonne	(+55%)
Venise	(+52%)
Pise	(+21%)

Positionnement de Bruxelles

Le rayonnement vers Bruxelles est indéniable, vu que 65% des séjours se passent à Bruxelles. Les utilisateurs de ces compagnies bon marché ne sont pas uniquement des touristes d'agrément (76%) mais également des hommes d'affaires (16%).

Le transport ferroviaire par Thalys

Pour Paris, le nombre de passagers a augmenté de 7,6% sur la ligne Thalys de 1999 à 2003 mais a diminué de 4% par rapport à 2002.

La destination vers Cologne a pris son envol (+76%). Par contre, la destination Amsterdam se stabilise.

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

Les mois les moins fréquentés sont février, d'avril à août et décembre.

Les variations de transport sur Thalys-Paris peuvent être attribuées aux perturbations du trafic ferroviaire par les différentes grèves annoncées en France.

Le transport ferroviaire par Eurostar

Londres a diminué de 11% les passagers sur la ligne Eurostar de 1999 à 2003. 2003 a cependant enregistré une légère augmentation après le recul continu depuis 1998.

Les mois les plus fréquentés sont d'octobre à décembre. Les mois les moins fréquentés sont de janvier à septembre.

La variation de fréquentation du transporteur Eurostar est attribuée à l'inauguration fin septembre du premier tronçon d'une ligne à grande vitesse sur le sol britannique. La baisse du prix du péage du tunnel sous la Manche permettra une augmentation du trafic par la réduction du prix du billet.

1 / L'OFFRE

Les services culturels touristiques	Les acteurs	Les sources
■ Musées et attractions touristiques	Conseil Bruxellois des Musées ¹ Attractions et Tourisme ²	Conseil Bruxellois des Musées Observatoire du Tourisme à Bruxelles
■ Visites guidées culturelles	Guides Bruxelles Belgique ³ Voir et Dire Bruxelles ⁴ City Tours ⁵	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 81 musées, 4 attractions⁶ et 1 centre du visiteur.

1.2. Les visites guidées culturelles

Type d'associations	Nombre d'associations représentées	Nombre de circuits	Type de visites
Guides G.B.B.	1	30	Guides de tradition
Voir et Dire Bruxelles	5	82	Bruxelles autrement Les Chemins d'été
City Tours	3		Tour de ville
Autres			De la visite classique à la visite pointue

Source : Dépliants des associations

¹Le Conseil Bruxellois des Musées rassemble dans son association 84 musées et 2 partenaires - Mini-Europe et le musée de l'Ascenseur. 80 musées se situent en Région de Bruxelles-Capitale. Les 4 musées restants se trouvent dans le Brabant Wallon et le Brabant Flamand. Le 81^{ème} musée est la Fondation Jacques Brel qui n'est pas membre du Conseil Bruxellois des Musées.

²L'a.s.b.l. Attractions et Tourisme comprend 20 membres bruxellois avec 4 attractions touristiques, 1 parc de loisirs et 15 musées.

³Les 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.

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

⁵Sont compris dans les City Tours : De Boeck's sightseeing tours, Brussels by water et Helitour.

⁶Une nouvelle attraction s'est ouverte en juin 2003, The Brussels Balloon

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 : 15 musées et attractions.

	2001	2002	2003	Variation 2003/2002
Fréquentation d'un panel de 14 musées et attractions touristiques	2.367.098	2.605.445	2.540.567	-9%

Source : Observatoire du Tourisme et Conseil Bruxellois des Musées

Cette baisse de fréquentation provient entre autres du fait qu'il n'y a pas eu de grands événements à dimension internationale effectués dans ces 14 musées.

En collaboration avec l'Observatoire du Tourisme, le Conseil Bruxellois des Musées a interrogé l'ensemble des musées bruxellois. 52 musées et attractions nous ont renvoyé le questionnaire.

- Le nombre de visiteurs dans 52 musées et attractions en 2003 est de 2.799.136.
- 80% des entrées sont payantes et 20% sont gratuites
- 69% des visiteurs sont des individuels et 31% sont des groupes
- 89% des visiteurs sont des Belges et 11% proviennent de l'étranger
- En 2003, il y a eu 76 expos temporaires
- 58% des entrées proviennent des expositions temporaires.

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
24 musées / attractions	17 musées / attractions	4 musées / attractions	5 musées / attractions
<ul style="list-style-type: none"> . Bruxella 1238 . Centre d'Information de la Forêt de Soignes . Collection Pharmaceutique A. Couvreur . Collections du CPAS de Bruxelles . Expérimentarium . Jardin des plantes médicinales . Jardin des sculptures . Musée Antoine Wiertz . Musée Belge de la Franc-Maçonnerie . Musée Belge de l'Ascenseur . Musée Camille Lemonnier . Musée communal d'Evere . Musée communal du Comté de Jette . Musée Constantin Meunier . Musée de la Médecine . Musée de l'Eglise Orthodoxe . Musée de l'Imprimerie . Musée de l'informatique UNISYS . Musée des chemins de fer belges . Musée de Zoologie Auguste Lameere . Musée du Costume et de la Dentelle . Musée juif de Belgique . Musée Magritte . Musée Maurice Carême . Musée national de la Résistance . Musée David et Alice Van Buuren . Service Historique de la Police 	<ul style="list-style-type: none"> . Ancien Palais de Bruxelles Coudenberg . Autoworld . Bruxelles en scène . Maison du Roi . Musée Belge de la Radiologie . Musée Bruxellois de la Gueuze . Musée Charlier . Musée Communal de Woluwé St Lambert . Musée de la Banque Nationale de Belgique . Musée de la Witloof . Musée des Beaux-Arts d'Ixelles . Musée du Jouet . Musée Horta . Musée Scientastic . Musées Bellevue . Pavillon chinois . Tour Japonaise 	<ul style="list-style-type: none"> . Musée des Instruments de Musique . Musée du Cinquantenaire . Musées Royaux des Beaux-Arts de Belgique . Océade 	<ul style="list-style-type: none"> . Atomium . Centre Belge de la Bande Dessinée . Mini-Europe . Musée Royal de l'Armée et d'Histoire Militaire . Muséum des Sciences Naturelles de Belgique

2.2/ Les visites guidées culturelles

2.2.1/ Nombre de visites et nombre de visiteurs en 2003

	2002	2003
Nombre total de visites guidées	5.781	6.040

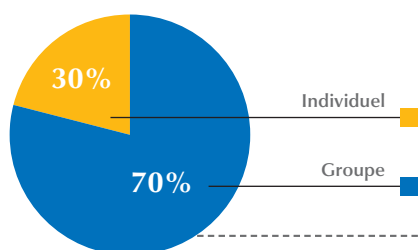
Source : Guides G.B.B.
et Voir et Dire Bruxelles

2.2.2/ Part des langues utilisées lors des visites guidées

Français	31%
Néerlandais	20%
Anglais	16%
Allemand	29%
Autres	5%

Source : Guides G.B.B

2.2.3/ Part des individuels et des groupes dans les visites guidées en 2003



Source : Voir et Dire Bruxelles

3 / LES ÉVÉNEMENTS PONCTUELS ET LES ÉVÉNEMENTS RÉCURRENTS À BRUXELLES

3.1 / Les événements ponctuels

	Lieu	Dates	Fréquentation 2003 - en nombre de visiteurs
Expo "Dig a Dino"	Muséum des sciences naturelles / IRSNB	25/10/02 au 25/05/03	188.210
Expo "Da Pompei a Roma - Europalia Italie"	MRAH	09/10/03 au 02/02/04	155.077
Expo "Brel, le droit de Rêver"	Fondation Internationale J. Brel	22/03/03 au 17/01/04	100.000 (au 13 nov 2003)
Expo "Giotto et l'art à Padoue au XIVème siècle. La chapelle des Scrovegni - Europalia Italie"	ING	23/10/03 au 11/01/04	44.676
Expo "Viet Nam. Art et cultures de la Préhistoire à nos jours"	MRAH	17/09/03 au 29/02/04	22.720
Expo "Au Pérou avec Tintin"	MRAH	Jusqu'au 27 avril 2003	20.629
Expo "Les Artistes de Pharaon"	MRAH	2 au 12/01/03	16.525
Expo "Il Futurismo - Europalia Italie"	Musée d'Ixelles	16/10/03 au 11/01/04	14.600
Expo "Chefs d'œuvre de l'art moderne. La collection Simon"	Musée d'Ixelles	5/6/2003 au 7/9/2003	12.430
Expo "Retrospective louis Van Lint"	Musée d'Ixelles	13/2/2003 au 4/5/2003	7.714
Expo "Kinmoto na Bruxelles - Quand Kinshasa réchauffe Bruxelles"	Hôtel de Ville de Bruxelles	6/05/03 au 14/09/03	5.000
Expo "Bruxelles et la littérature du XIVème au XVIIIème siècle"	Hôtel de Ville de Bruxelles	1/02/03 au 30/03/03	3.500
Expo "Luoghi d'Affezione - Europalia Italie"	Hôtel de Ville de Bruxelles	14/10/03 au 18/01/04	3.350
Expo "Dons des Muses. Musique et danse dans la Grèce ancienne"	MRAH	26/02/03 au 25/05/03	1.752

D'un point de vue touristique international, les événements-phares ont été Da Pompei et Brel.

3.2/ Les événements récurrents

	Lieu	Mois	Durée	Fréquentation 2003 - en nbre de visiteurs
Anima	Passage 44	Février	12 jours	35.000
Festival du Film Fantastique	Passage 44	Mars	16 jours	60.257
Ars Musica	Bruxelles	Mars	15 jours	12.000
Printemps Baroque du Sablon	Quartier du Sablon	Avril	1 semaine	3.000
Les Serres Royales	Palais Royal de Laeken	Avril - mai	12 jours	104.700
KunstenFestival des Arts	20 lieux culturels et salles de théâtre à Bxl	Avril - mai	12 jours	20.000
20 km de Bxl	Bruxelles	Mai	1 jour	22.500
Concours Reine Elisabeth	Conservatoire et Palais des Beaux-Arts de Bruxelles	Mai - juin	3 semaines	20.000
Couleur Café	Tour & Taxi	Juin	3 jours	67.000
Ommegang	Grand-Place	Juillet	2 jours	6.000 payants
Visite du Palais Royal	Palais Royal de Laeken	Juillet - Août	2 mois	182.292
Festival Bellone-Les Brigittines	Chapelle des Brigittines et Studio l'Envers	Août - sept.	2 semaines	2.693
Mémorial Ivo Van Damme	Stade Roi Baudouin au Heysel	Septembre	1 jour	47.000
Les Nuits Botanique	Botanique	Septembre	13 jours	22.307
Les Nocturnes des musées	Plusieurs musées à Bruxelles	Sept. à déc.	13 jours	12.000

4 / CARACTÉRISTIQUES DU VISITEUR

La Fondation Jacques Brel présentait du 22 mars 2003 au 17 janvier 2004 une évocation de la personnalité de Brel, d'un point de vue artistique et humain. Sur plus de 3.000 m², l'exposition a retracé le fruit de plus de 20 ans d'archivage et de rencontres avec le public.

Les partenaires de l'Observatoire du Tourisme à Bruxelles ont organisé une enquête à l'exposition phare de l'année Brel : "Brel, le droit de Rêver".

L'enquête⁷ menée dans le cadre de l'exposition "Brel, le droit de Rêver" a permis d'identifier quatre profils de visiteurs :

Le visiteur émotionnel : visiteur plutôt d'origine belge qui vient pour l'exposition Brel et qui ne fait rien après l'exposition ou uniquement du shopping. Il est venu expressément pour l'exposition dans le but de vivre une émotion.

Le touriste culturel : touristes étrangers (marchés lointains ou limitrophes) qui viennent à Bruxelles pour visiter l'exposition Brel. Cette manifestation culturelle est le prétexte pour venir ou pour revenir à Bruxelles. Ils réalisent plusieurs autres activités culturelles / de loisirs ou chinent dans les brocantes et les marchés.

Le touriste urbain : touristes provenant plutôt de pays limitrophes (France, Pays-Bas, Allemagne, Luxembourg, Grande-Bretagne) qui viennent voir l'exposition dans le cadre d'une visite de la ville de Bruxelles. Le motif du déplacement n'est pas principalement la visite de l'exposition mais bien la visite à des amis ou à de la famille. Ils participent à l'une ou l'autre manifestation sur les conseils de proches ou de l'office de tourisme dans le cadre de leur séjour.

Le visiteur occasionnel : visiteur plutôt d'origine belge qui vient pour l'exposition Brel mais qui profite de sa présence à Bruxelles pour aller manger au restaurant, aller au cinéma ou visiter la ville.

Méthodologie : Les enquêtes ont été menées par le consultant Sonecom. Au nombre de 1.694, réparties sur 4 vagues (mai-juin, juillet, septembre et décembre). Quatre thèmes ont été analysés : le type de touriste, les touristes en séjour, le tourisme à Bruxelles et l'exposition. Enfin, nous terminerons par une typologie de 4 profils de visiteurs.

⁷Etude "Le profil des visiteurs à l'exposition "Brel, le droit de Rêver" réalisée par Sonecom pour l'Observatoire du Tourisme à Bruxelles avec le soutien de la Commission communautaire française de la Région de Bruxelles-Capitale

Pays de résidence des visiteurs interrogés	Belgique	61%
	Wallonie	24%
	Bruxelles	23%
	Flandre	14%
	France	25%
	Pays-Bas	5%
	Canada	2,5%
	Suisse	1,6%
Age moyen	Moins de 25 ans	17%
	Entre 25 et 44 ans	32%
	Entre 45 et 64 ans	40%
	65 ans et +	10%
Niveau d'études	Ens. Inférieur	1%
	Humanité inférieure	7%
	Humanité supérieure	25%
	Ens. Sup. non univ.	27%
	Ens. Universitaire	39%
Taille du groupe	En couple	32%
	Avec amis	31%
	Avec de la famille	16%
	Seul	9%
	Voyage / groupe organisé	6%
	Autres	6%
Source d'information	Presse écrite	20%
	Par des amis, des collègues	19%
	Affichages publicitaires	13%
	Emission télévisée	11%
	Autres	37%
Structure du séjour (pour les non résidents en Belgique)	Séjour	74%
	Excursion	26%
Types d'hébergement pour les touristes en séjour	Dans la famille, chez des amis	28%
	Hôtel	54%
	Dont hôtel 3*	24%
	Hôtel 4*	11%
	Hôtel 2*	11%
	Chambres d'hôtes	7%
	Hébergements pour jeunes	5%
Moyens de transport pour les touristes en séjour	Voiture	47%
	Train - TGV	28%
	Thalys ou Eurostar	11%
	Avion	5%
	Autocar	5%
	Autres	4%
Activités lors du séjour pour les touristes en séjour	Restaurant	36%
	Tour libre de ville	17%
	Rien	10%
	Shopping	9%
	Autres musées	9%
Satisfaction de l'exposition	Très bonne	75%
	Bonne	22%
	Mauvaise	2%
	Très mauvaise	1%

Source : Etude « Le profil des visiteurs à l'exposition « Brel, le droit de Rêver » » réalisée par Sonocom pour l'Observatoire du Tourisme à Bruxelles avec le soutien de la Commission communautaire française de la Région de Bruxelles-Capitale

5 / OBSERVATIONS

L'offre touristique

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

Les services culturels touristiques sont éclectiques : 81 musées, 4 attractions touristiques, 1 centre du visiteur, 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.

L'image récurrente 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 se construit chaque jour à travers les expériences diverses proposées par "ma découverte" et les touristes n'en retiennent que les informations qui les confortent ou les heurtent.

Bruxelles est perçue principalement comme : la capitale de l'UE, une ville culturelle avec son patrimoine original d'Art Nouveau et BD, un village européen valorisé par l'accueil de ses habitants, une ville verte où il fait bon vivre, boire et manger, mais aussi une ville qui a la cote auprès des hommes d'affaires pour s'y réunir ou investir.

L'image temporaire de Bruxelles

"Le tourisme événementiel fait partie des segments d'activité qui sont les plus porteurs".⁸

Les grands événements sont des moments privilégiés pour "tirer la couverture médiatique" à soi et mobiliser les services publics, les habitants et les visiteurs. En tant que Capitale, Bruxelles doit se saisir de tels projets.

Ainsi, l'exposition Brel après Delvaux, Magritte, Ensor, a démontré l'impact d'une promotion touristique internationale sur l'attractivité de la destination auprès de la cible prioritaire du City Marketing : les couples de plus de 40 ans de la classe A-B.

L'Observatoire du tourisme a mené une réflexion 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 :

- Définir un thème fort et l'identifier à un lieu ;
- Diagnostiquer les besoins du lieu ;
- Gestion par des professionnels mais aussi soutien par la population locale ;
- Financement diversifié ;
- Mesurer la viabilité pas avant 3 ans - voire 5 ans ;
- Etre en mesure d'innover et de s'adapter constamment à l'attente du consommateur.

Les retombées, à moyen et à long terme, se jouent quant à elles essentiellement au niveau de la notoriété et de l'image.

L'événement peut permettre la prolongation d'un séjour et la fidélisation d'un public.

La communication par la presse et les forfaits commercialisés par les professionnels du voyage sont déterminants pour l'impact médiatique et économique des événements.

Le dynamisme d'une telle politique peut apporter une plus-value dans le domaine de l'emploi.

L'année à thème a pour rôle de valoriser un pilier de l'image de Bruxelles.

L'année à thème de 2003 était *Au Cœur de l'Architecture*.

En conclusion, dans le foisonnement européen d'offres culturelles multiples, les Événements Internationaux contribuent à générer des flux touristiques supplémentaires.

Mais, il faut se poser la "QUESTION-BILBAO" : pour faire la différence durablement ne faut-il pas plutôt ambitionner un grand œuvre permanent, un "GUGGENHEIM" à Bruxelles pour contrebalancer la notoriété politique de l'Institution UE et, à terme, lui donner aussi une place de Capitale touristico-culturelle.

⁸ Francis Scherly, consultant en tourisme à Montreux et professeur associé à l'Université de Lausanne (HEC).

LES PARTENAIRES DE L'OBSERVATOIRE

Fédération Horeca Bruxelles
Loger Jeunes
Bed & Brussels
Taxi Stop
INS
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
Brussels South Charleroi Airport

AVEC LA COLLABORATION DU :

GT4
OGM
Concours Reine Elisabeth
Sonecom

CONTACTS :

Béatrice Walgraeve
Chaussée de Charleroi, 111
1060 Bruxelles
T 02 504 02 36/ F 02 513 69 50
e-mail : info@obs.be

