



OBSERVATOIRE DU TOURISME A BRUXELLES

rapport annuel

2005

édition 2006



OBSERVATOIRE DU TOURISME A BRUXELLES
RAPPORT ANNUEL 2005

édition 2006



SOMMAIRE

SOMMAIRE

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

INTRODUCTION	6	2.3. Les hébergements pour jeunes	20	4.1.3. Nombre de réunions internationales dans les principales villes belges	32	4. CARACTÉRISTIQUE DU VISITEUR	50
l'Observatoire du Tourisme à Bruxelles : méthodologie et instruments de travail.		2.3.1. Nombre de nuitées par pays d'origine	20			RÉFLEXIONS GÉNÉRALES	51
		2.3.2. Nombre de nuitées par mois	21	4.2. International Congress & Convention Association	32	IV- LES TRANSPORTS	52
I- LES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES	8	2.4. Les chambres d'hôtes	22	5. LES AGENCES DE CONGRÈS	33	1. TRANSPORT AÉRIEN	52
1. L'OFFRE EN HÉBERGEMENT	8	2.4.1. Nombre de nuitées par pays d'origine	22	5.1. Nombre de réunions	33	1.1. Aéroport de Bruxelles National	52
1.1. L'offre hôtelière	8	2.4.2. Nombre de nuitées par mois	22	5.2. Part des réunions	33	1.1.1. Nombre de passagers et de passagers en transit sur l'aéroport de Bruxelles national	52
1.2. L'offre en hébergement pour jeunes	9	2.4.3. But du séjour de la clientèle	22	5.3. Durée des réunions	33	1.1.2. Nombre de passagers	53
1.3. L'offre en chambres d'hôtes	9	2.4.4. Les stagiaires à Bruxelles	22	5.4. Types de réunions	34	1.1.3. Nombre de passagers par région	53
1.4. L'offre en appart'hôtels	9	2.4.5. Nationalités des stagiaires	22	6. ANALYSE DE LA CLIENTÈLE MICE DE BRUXELLES ET LEUR PERCEPTION DE LA VILLE	34	1.1.4. Nombre de passagers : top des 20 destinations	54
1.5. L'offre touristique en hébergement en nombre d'établissement par commune	9	3. PROFIL DES TOURISTES EN DÉPLACEMENT DANS UN HÉBERGEMENT MARCHAND	22			1.1.5. Mouvements de vols sur l'aéroport de Bruxelles national	55
		RÉFLEXIONS GÉNÉRALES	23	7. RÉFLEXIONS GÉNÉRALES	39	1.1.6. Nombre de vols : top des 20 destinations	55
2. LA FRÉQUENTATION DES HÉBERGEMENTS	9	II- LE SECTEUR MICE	25	8. GLOSSAIRE	41	1.1.7. L'hôtellerie sur la commune de Zaventem	56
2.1. L'ensemble des hébergements touristiques	10	1. L'OFFRE EN SALLES DE RÉUNION	25	III : SERVICES CULTURELS TOURISTIQUES	43	1.1.8. Accès à l'aéroport	56
2.1.1. Total des nuitées de 1995 à 2005	10	2. LA FRÉQUENTATION DES SALLES DE RÉUNIONS	26	1. L'OFFRE	43	1.1.9. Profil des passagers	56
2.1.2. Total des nuitées de 1995 à 2005 - comparaison des courbes	10	2.1. Nombre de réunions MICE	26	1.1. Les musées et les attractions touristiques	43	1.2. Brussels South Charleroi Airport	57
2.1.3. Total des nuitées par commune de Bruxelles-Capitale	11	2.2. Nombre de participants aux réunions MICE	26	1.2. L'offre des musées et des attractions par commune	44	1.2.1. Nombre de passagers et de mouvements de vols à Brussels South Charleroi Airport	57
2.1.4. Total des nuitées des principales villes belges	12	2.3. Nombre de réunions – avec ou sans séjour	26	1.3. Les visites guidées culturelles	44	1.2.2. Profil des voyageurs	58
2.1.5. Les trois principaux marchés étrangers pour les principales villes belges	12	2.4. Nombre de réunions par types de clientèle	27	2. LA FRÉQUENTATION	44	2. TRANSPORT FERROVIAIRE	58
2.1.6. Total des nuitées pour quelques villes européennes	13	2.5. Nombre de réunions par types d'organisateur de réunion	27	2.1. Les musées et les attractions touristiques	44	2.1. Trafic international : Thalys	58
2.1.7. Nombre de nuitées des touristes nationaux et internationaux pour quelques villes européennes	13	2.6. Nombre de réunions par pays d'où provient la demande	28	2.1.1. La fréquentation cumulée du nombre de visiteurs	44	2.1.1. Nombre de voyageurs sur Thalys	58
2.1.8. Les trois principaux marchés étrangers pour quelques villes européennes	14	2.7. Nombre de réunions par type de secteur d'activité d'où provient la demande	29	2.1.2. La répartition en fonction du nombre de visiteurs	45	2.1.2. Pourcentage des billets d'affaires / loisirs vendus sur Thalys	59
2.2. L'hôtellerie	14	2.8. Nombre de réunions par catégorie de nombre de personnes	29	2.2. Les visites guidées culturelles	46	2.1.3. Nombre de passagers sur la ligne Paris – Bruxelles par mois	60
2.2.1. Nombre de nuitées hôtelières par catégorie d'étoiles	15	2.9. Nombre de réunions par nombre de jours	29	2.2.1. Nombre de visites et nombre de visiteurs	46	2.1.4. Profil de la clientèle	60
2.2.2. Nombre de nuitées hôtelières par pays d'origine	16	2.10. Nombre de réunions par mois	29	2.2.2. Part des langues utilisées lors des visites guidées	46	2.2. Trafic international : Eurostar	61
2.2.3. Nombre de nuitées hôtelières par pays d'origine et par but de voyage	17	3. FOIRES ET SALONS	30	2.2.3. Part des individuels et des groupes dans les visites guidées	46	2.2.1. Nombre de voyageurs sur Eurostar	61
2.2.4. Nuitées hôtelières par mois et par but de séjour	18	4. LES RÉUNIONS INTERNATIONALES	31	3. LES ÉVÉNEMENTS PONCTUELS ET LES MANIFESTATIONS PERMANENTES À BRUXELLES	48	2.2.2. Pourcentage des billets d'affaires / loisirs vendus sur Eurostar	61
2.2.5. Nuitées hôtelières par mois et par marché	19	4.1. L'Union Internationale des Associations	31	3.1. Les événements ponctuels	48	2.2.3. Nombre de passagers sur Eurostar vers et de Bruxelles par mois	62
2.2.6. Taux d'occupation de l'hôtellerie pour quelques villes européennes	19	4.1.1. Nombre de réunions d'associations internationales pour les principales villes	31	3.2. Les événements récurrents	49	2.3. Trafic international : Autres	62
		4.1.2. Position des réunions des associations internationales pour les principales villes de 1994 à 2005	32			RÉFLEXIONS GÉNÉRALES	63

INTRODUCTION

INTRODUCTION

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

2005 aura été marqué par l'organisation des **Assises du tourisme à Bruxelles** et par la réalisation des études sur le tourisme de loisirs et MICE dans la capitale de l'Europe.

Celles-ci ont eu largement recours aux données collectées sur plusieurs années par l'Observatoire.

Un des enseignements majeurs des Assises est l'affirmation d'un positionnement de Bruxelles sur les thèmes de l'Europe, de la culture et de l'Art de vivre afin de rassembler les acteurs touristiques et de renforcer l'image de Bruxelles sur les différents marchés.

Pour les aider à mieux maîtriser le développement du tourisme urbain et une évolution de plus en plus marquée par la concurrence entre les destinations, les grandes villes européennes se sont dotées de moyens d'évaluation et d'analyse de plus en plus sophistiqués à l'instar de Vienne, par exemple.

A Bruxelles, depuis 1998, l'Observatoire du Tourisme est la concrétisation de partenariats entre les acteurs touristiques.

Partenariats institutionnels :

- Bruxelles International – Tourisme & Congrès
- Office de Promotion du Tourisme de Wallonie et de Bruxelles (OPT)
- 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.

Les analyses de l'Observatoire 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 Horeca 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 et au travail de méthodologie mis en œuvre, l'Observatoire du tourisme est devenu la référence en terme de **données statistiques** et de leur **analyse** pour les différents secteurs touristiques bruxellois.

- Depuis 2004, le partenariat avec la Fédération Horeca Bruxelles et l'expertise de l'Observatoire ont permis d'élaborer une méthode de calcul des **taux d'occupation**, en distinguant les résultats pour la semaine et le week-end, des **prix moyens nets** et du **revenu par chambre** (REVPAR).

Cet outil de gestion communiqué un mois après les prestations constitue une avancée essentielle et répond à une demande du secteur hôtelier de disposer d'une information fiable dans un délai court.

- Cependant **les investissements et les efforts des partenaires doivent se poursuivre** afin d'améliorer la qualité des données statistiques disponibles, particulièrement concernant le secteur MICE et les déplacements d'affaire individuels.

L'OBSERVATOIRE DU TOURISME A BRUXELLES : METHODOLOGIE 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 (benchmarking)** 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".

■ 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.

En effet, 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 continuer à s'étoffer.

Ce rapport annuel a pour objectifs :

Ce rapport annuel a pour objectifs :

- de comparer les données à court terme (2005 / 2004) et à moyen terme (2005 / 2000) ;
- 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 2006, les Lettres ont couvert les sujets suivants :

- "Les chiffres clés du tourisme en 2005"

■ Etudes spécifiques

- **Enquête** dans les musées ayant un restaurant,
- **Enquête** sur le profil des visiteurs dans les attractions à Bruxelles,

■ Site Internet de l'Observatoire

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

<http://www.observatoiretourisme.irisnet.be> ou

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

Hervé BOSQUET

Directeur, Bruxelles International – Congrès

Viviane JACOBS

Directeur général,

Office de Promotion du Tourisme de Wallonie et de Bruxelles

Wim VANSEVEREN

Administrateur général, Toerisme Vlaanderen

André VRYDAGH

City Marketing & Tourisme de Bruxelles

HÉBERGEMENTS

1. HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES

1. L'offre en hébergement

Modes d'hébergement	Les acteurs	Les sources
Hôtels	Fédération Horeca Bruxelles Commission communautaire française Toerisme Vlaanderen	Direction générale Statistique et Information Economique (DGSIE) Catalogue Hôtels Fédération Horeca
Centres d'hébergements pour jeunes	Loger Jeunes ¹	DGSIE 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 DG SIE	Capacité max. d'accueil en nombre de places-lits	Nombre d'établissements membres d'Horeca situés à BXL
*****	18	3.839	18	8.385	18
****	36	5.147	44	10.231	34
***	49	3.901	48	9.570	39
**	26	688	26	1.591	15
*	10	227	13	556	4
Total hôtels reconnus	139	13.802	149	30.333	110
Autres ²			17	949	1
Total général	139	13.802	166	31.282	111
Source :	Catalogue Hôtels BI-TC 2006 (reconnaissance 2005)		Direction générale Statistique et Information Economique 2005		Fed. Ho.Re.Ca Bruxelles 2005

■ Commentaires :

En 2005, 139 établissements ont été reconnus par la Commission communautaire française de la Région de Bruxelles-Capitale et par Toerisme Vlaanderen.

En 2001, la Direction générale Statistique et Information Economique 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 2005.

L'année de référence pour la Direction générale Statistique et Information Economique : les hôtels reconnus en 2006.

Ceci explique les différences observées entre les deux bases de données pour les hôtels reconnus.

De plus, la Direction générale Statistique et Information Economique 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".

Les membres de la Fédération Ho.Re.Ca. sont à la fois des hôtels situés en Région de Bruxelles-Capitale et dans les Brabants (flamand et wallon). La Fédération Ho.Re.Ca. comprend 71% des hôtels reconnus de Bruxelles (hors hôtels du Brabant wallon et du Brabant flamand). 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	918

Source : Loger Jeunes 2005

1.3. L'offre en chambres d'hôtes

	Nombre de familles	Nombre de chambres	Capacité max. d'accueil en nombre de places-lits
Chambres d'hôtes reconnues (1)	55	83	165
Chambres d'hôtes inscrites dans les associations (2)	181	282	536

Source : (1) Commission communautaire française de la Région de Bruxelles-Capitale (reconnaissance 2005)

(2) Bed & Brussels et Taxi Stop 2005

1.4. L'offre en apparthôtels

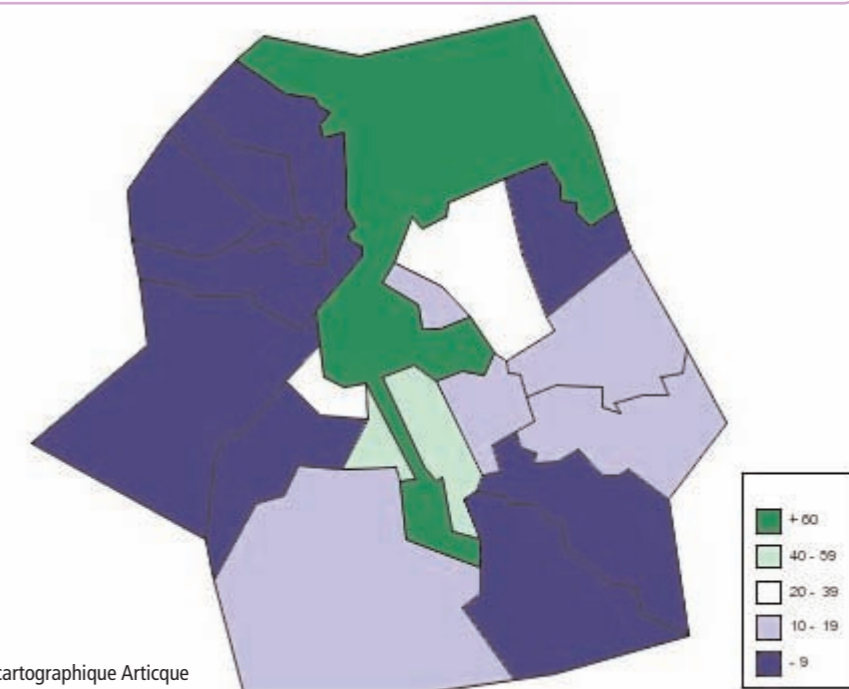
Les apparthôtels peuvent prendre différentes formes. Certains hôtels possèdent un service apparthôtel.

Une part des apparthôtels 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 la Direction générale Statistique et Information Economique.

Une autre part des apparthôtels est répertoriée comme "apparthôtels" par la Direction générale Statistique et Information Economique et est identifiée dans la catégorie "autres".

1.5. L'offre touristique en hébergement en nombre d'établissements (hôtels, hébergements pour jeunes et chambres d'hôte) par commune



- 1 Loger Jeunes est une association qui reprend les 5 centres d'hébergement pour jeunes de la Communauté française et de la Communauté flamande.
- 2 La rubrique "Autres" comprend les apparthôtels et les hôtels en cours de reconnaissance.

Source cartographique Articque

HEBERGEMENTS TOURISTIQUES

commune	Hôtels	HJ*	CH*	Total
Bruxelles	76	3	22	101
Saint-Josse-ten-Noode	10		2	12
Saint-Gilles	12		24	36
Ixelles	14		27	41
Evere	2		3	5
Schaerbeek	5		24	29
Anderlecht	3		2	5
Woluwe-Saint-Lambert	0		15	15
Etterbeek	3		12	15
Auderghem	0		9	9
Berchem-Ste-Agathe	0		3	3
Forest	1		2	3
Ganshoren	1		0	1
Jette	0		5	5
Koekelberg	0		3	3
Molenbeek-St-Jean	0	1	0	1
Uccle	2		22	24
Watermael-Boitsfort	2		6	8
Woluwe-St-Pierre	4		13	17
TOTAL	135	4	194	333

Source : Direction générale Statistique et Information Economique et Observatoire du tourisme
 *HJ: Hébergement pour jeunes - *CH: Chambres d'hôtes

2. La fréquentation des hébergements

Modes d'hébergement	Les acteurs	Les sources
Hôtels	Fédération Horeca Bruxelles	DGSIE* Fédération Horeca
Centres d'hébergements pour jeunes	Loger Jeunes	DGSIE* Loger Jeunes
Chambres d'hôtes	Bed & Brussels Taxi Stop	Bed & Brussels Taxi Stop

*Direction générale Statistique et Information Economique

3 Tous les types d'hébergements (hôtels, appart'hôtels, hébergements pour jeunes) hormis les chambres d'hôtes
 4 En juin 2005, l'Observatoire a chargé M. Dutilleul, stagiaire, d'étudier la qualité des données fournies par le secteur hôtelier à la Direction générale Statistique et Information Economique

Note méthodologique⁴ relative aux données de la Direction générale Statistique et Information Economique :

Les données statistiques récoltées par les hôteliers sont enregistrées dans un programme informatique (de type Fidelio) pour 66%, via une fiche individuelle (25%) ou autre (8%).

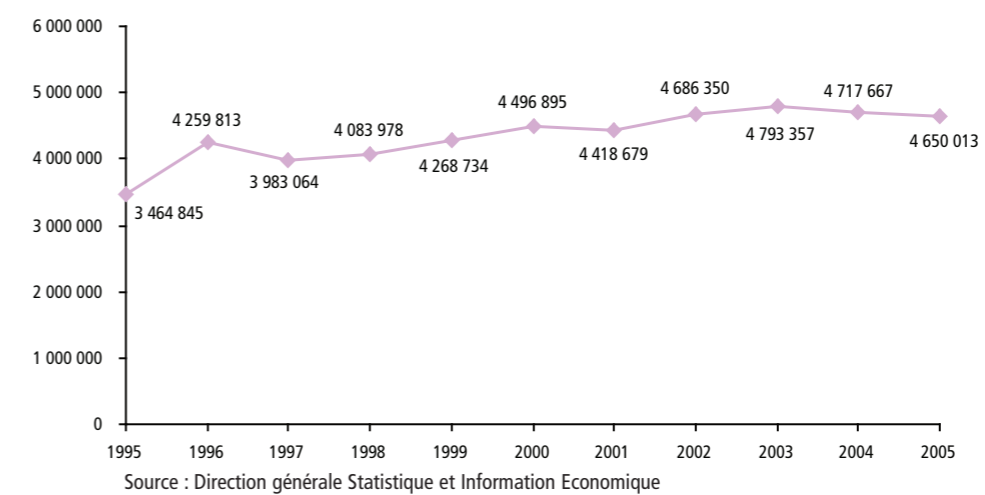
La demande se fait au moment du check-in (50%), de la réservation (30%), lors du check-out (6%), autre (4%) et 7% ne savent pas.

L'item "nationalité" pour les clients individuels correspond à la fiche de police (82%), au check-in (14%), lors de la réservation (3%) et en discutant (1%). Pour les groupes, l'identification de la nationalité se fait soit par un contrôle individuel (35%), la nationalité du TO (31%) ou celle du groupe (20%), selon la rooming list envoyée par le Tour Operator (7%) et autre (7%).

Pour l'item "motivation", la demande n'est pas clairement identifiée (87%) pour le touriste individuel. Elle est faite en fonction soit de l'origine de la demande (entreprise / TO) (37%), soit de la période (32%), soit de l'Observation (14%), selon le tarif (8%), pas intéressé (6%) et autre (3%). Par contre, pour les groupes, la motivation est identifiée (83%) : en supposant (58%), en s'informant directement (39%) et d'autres ne savent pas (3%).

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

2.1.1. Total des nuitées de 1995 à 2005

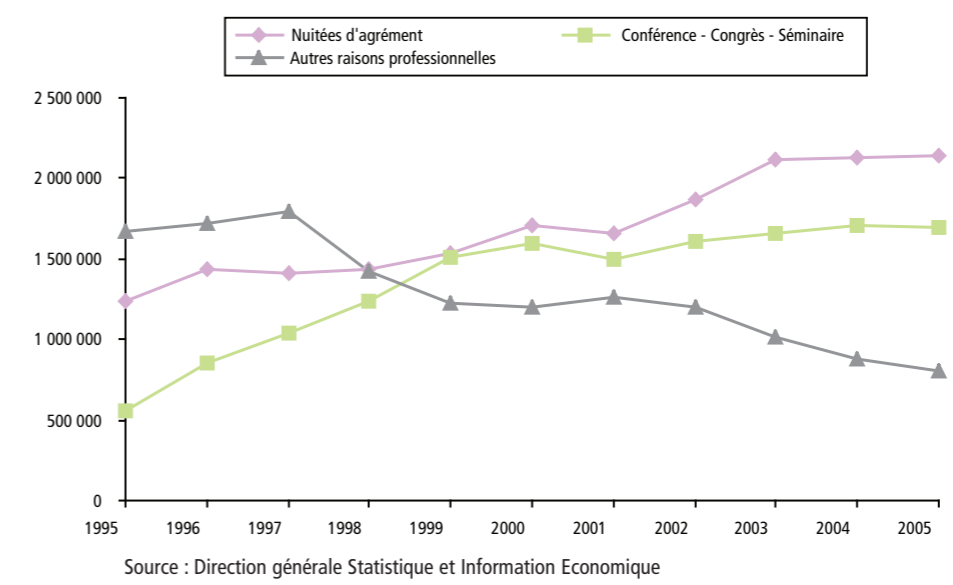


Une nuitée désigne une nuit passée dans un hébergement par un visiteur. Une nuitée d'agrément comprend les motifs de visite pour vacances et loisirs. Une nuitée d'affaire comprend les motifs de visite pour d'une part une conférence, un congrès, un séminaire et d'autre part une autre raison professionnelle.

Pour la région Bruxelles-Capitale, le nombre de nuitées est de 4.650.013 en 2005.

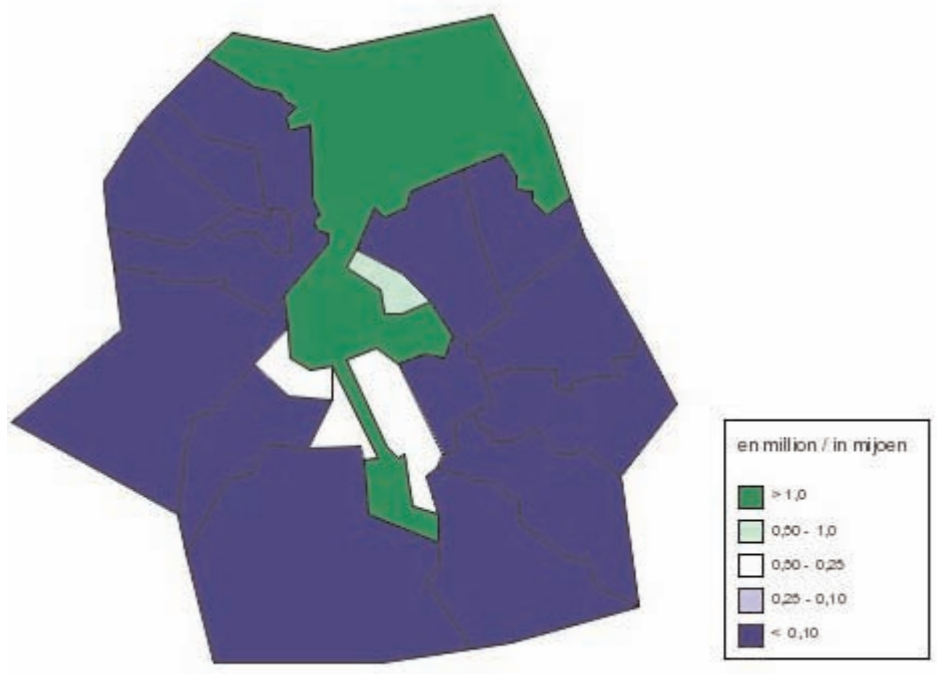
Les nuitées ont diminué de -1,4% en 2005 par rapport à 2004.

2.1.2. Total des nuitées de 1995 à 2005 : comparaison des courbes : nuitées liées aux séjours de loisirs, nuitées liées aux conférences, congrès et séminaires et nuitées liées à d'autres raisons professionnelles.



HEBERGEMENTS TOURISTIQUES

2.1.3. Total des nuitées hôtelières par commune de Bruxelles-Capitale



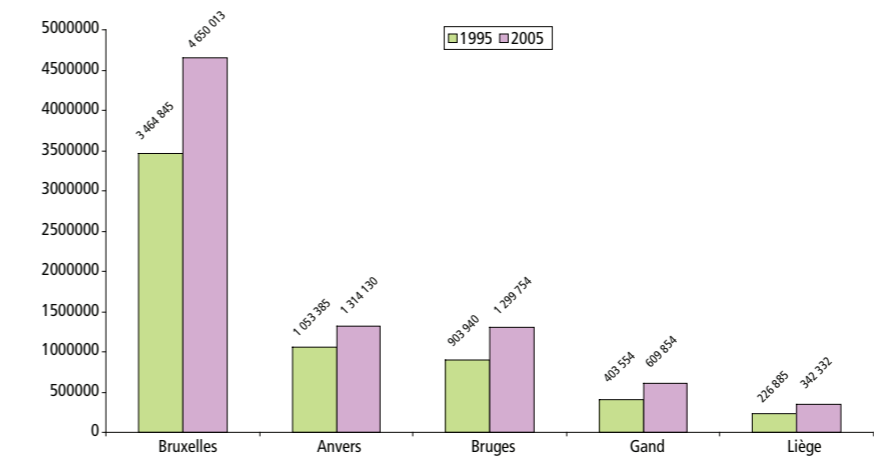
Source cartographique Artique

	Arrivées	Nuitées	Part des nuitées (%)
Bruxelles	1.465.784	2.746.800	58%
Saint-Josse-ten-Noode	366.400	640.703	14%
Saint-Gilles	240.221	458.949	10%
Ixelles	156.251	306.393	7%
Evere	69.075	112.000	2%
Schaerbeek	48.192	103.081	2%
Anderlecht	44.976	86.714	2%
Woluwe-Saint-Lambert	26.413	44.269	1%
Etterbeek	25.219	45.199	1%
Autres	53.319	105.905	3%
Total	2.495.850	4.650.013	100%

Source : Direction générale Statistique et Information Economique

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 2005).



	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
2004	4.717.667	1.345.426	1.312.797	616.753	327.146
2005	4.650.013	1.314.130	1.299.754	609.854	342.332

Source : Direction générale Statistique et Information Economique

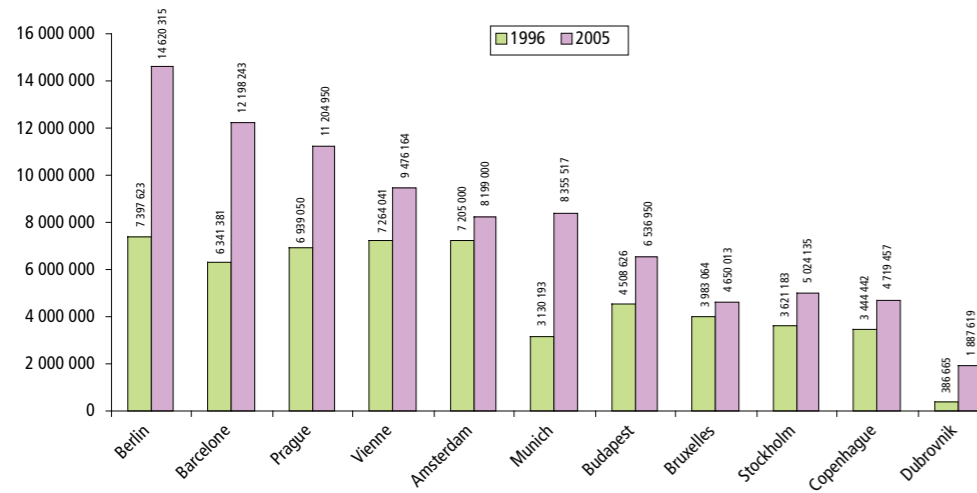
2.1.5. Les trois principaux marchés étrangers pour les principales villes belges

Villes	Marché	Nuitées	%
Bruxelles	Royaume-Uni	656.716	14%
	France	566.420	12%
	Allemagne	349.918	8%
Anvers	Pays-Bas	356.697	27%
	Allemagne	138.768	11%
	Royaume-Uni	125.637	10%
Bruges	Royaume-Uni	392.349	30%
	France	186.088	14%
	Pays-Bas	159.249	12%
Gand	Pays-Bas	164.359	27%
	Royaume-Uni	81.163	13%
	Allemagne	59.327	10%
Liège	France	82.214	24%
	Royaume-Uni	33.373	10%
	Allemagne	18.145	5%

Source : Direction générale Statistique et Information Economique

HEBERGEMENTS TOURISTIQUES

2.1.6. Total des nuitées pour quelques villes européennes (comparaison entre 1996 et 2005)

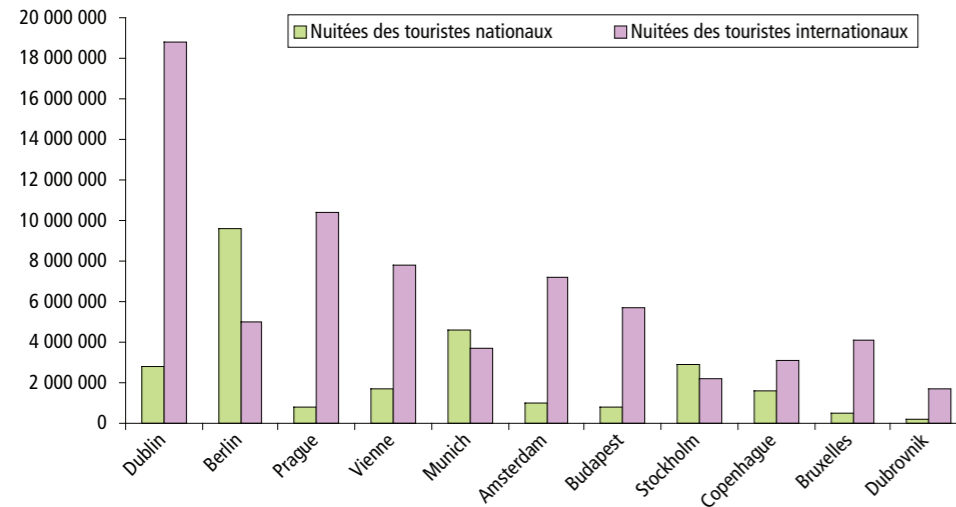


Source : European Cities Tourism in TourMis (<http://www.tourmis.info/>).

Commentaires :

TourMis est un système d'information marketing. Il est associé à 110 destinations européennes, repris par l'Union Européenne et l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) via le réseau des Villes Européennes de Tourisme (ECT).

2.1.7. Nombre de nuitées des touristes nationaux et internationaux pour quelques villes européennes



Le tourisme est devenu une industrie internationale pour les grandes villes.

Ville	Nuitées des touristes nationaux	Part des nuitées des touristes nationaux	Nuitées des touristes internationaux	Part des nuitées des touristes internationaux	Total des nuitées
Dublin	2.817.000	13%	18.821.000	87%	21.638.000
Berlin	9.594.319	66%	5.025.996	34%	14.620.315
Prague	836.379	7%	10.368.571	93%	11.204.950
Vienne	1.659.952	18%	7.816.212	82%	9.476.164
Munich	4.632.740	55%	3.722.777	45%	8.355.517
Amsterdam	995.000	12%	7.204.000	88%	8.199.000
Budapest	814.344	12%	5.720.606	88%	6.536.950
Stockholm	2.872.680	57%	2.151.455	43%	5.024.135
Copenhague	1.618.041	34%	3.101.416	66%	4.719.457
Bruxelles	531.638	11%	4.118.375	89%	4.650.013
Dubrovnik	150.011	8%	1.737.608	92%	1.887.619

Source : European Cities Tourism in TourMis

2.1.8. Les trois principaux marchés étrangers pour quelques villes européennes

Villes	Marché	Nuitées
Dublin	Royaume-Uni	5.655.000
	Etats-Unis	2.395.000
	Italie	993.000
Berlin	Royaume-Uni	610.295
	Etats-Unis	470.675
	Italie	436.847
Prague	Royaume-Uni	1.654.864
	Allemagne	1.434.450
	Italie	1.001.020
Vienne	Allemagne	2.185.044
	Italie	682.154
	Etats-Unis	630.406
Munich	Etats-Unis	583.887
	Italie	402.920
	Royaume-Uni	340.041
Amsterdam	Royaume-Uni	1.862.000
	Etats-Unis	1.087.000
	Allemagne	503.000
Budapest	Allemagne	777.617
	Royaume-Uni	733.887
	Italie	472.016
Stockholm	Royaume-Uni	256.909
	Allemagne	246.716
	Etats-Unis	225.078
Copenhague	Suède	467.544
	Royaume-Uni	431.160
	Norvège	356.925
Bruxelles	Royaume-Uni	656.716
	France	566.420
	Allemagne	349.918

Source : European Cities Tourism in TourMis

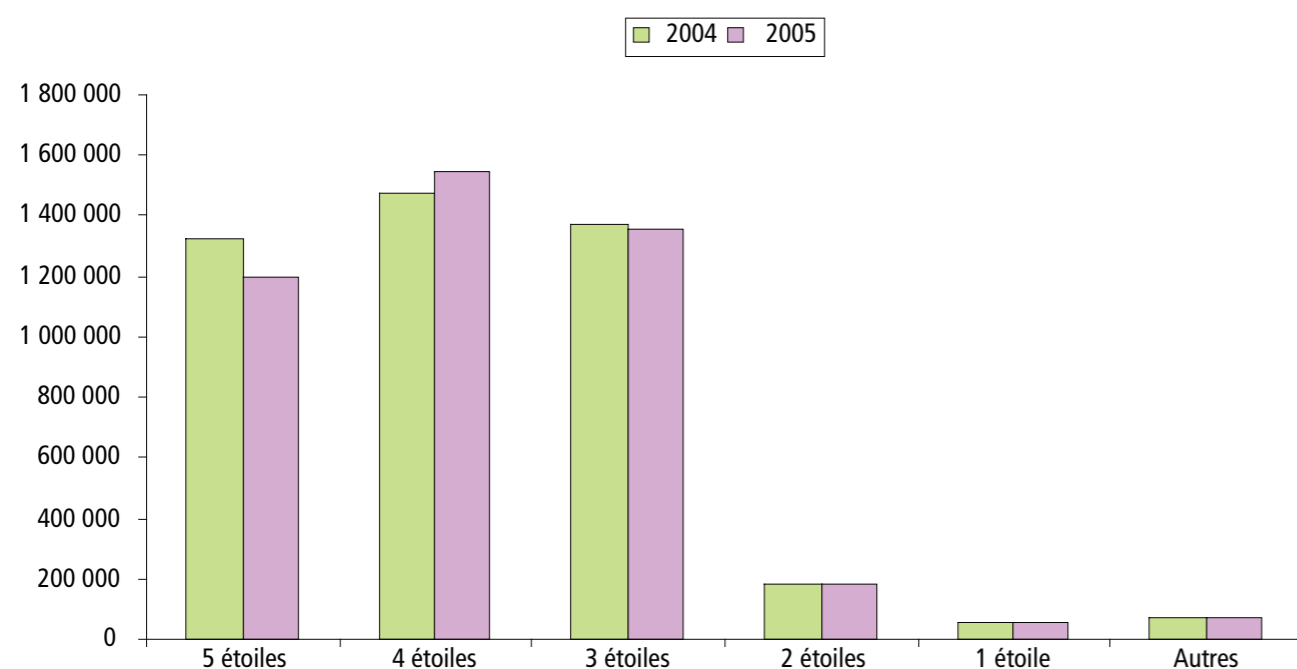
2.2. L'hôtellerie

	2004	2005
Nombre de nuitées pour la catégorie "hôtels"	4.478.093	4.404.279
Taux d'occupation (2)	66,43%	65,81%
Prix moyen brut par chambre d'hôtel (2)	92,29€	92,07€
Nombre d'arrivées pour la catégorie "hôtels" (1)	2.377.570	2.330.792
Durée moyenne du séjour en nombre de nuits pour la catégorie "hôtels" (1)	1,9	1,9
REVPAR (2)	61,99€	61,23€

Source : (1) Direction générale Statistique et Information Economique – (2) Observatoire du Tourisme à Bruxelles

HEBERGEMENTS TOURISTIQUES

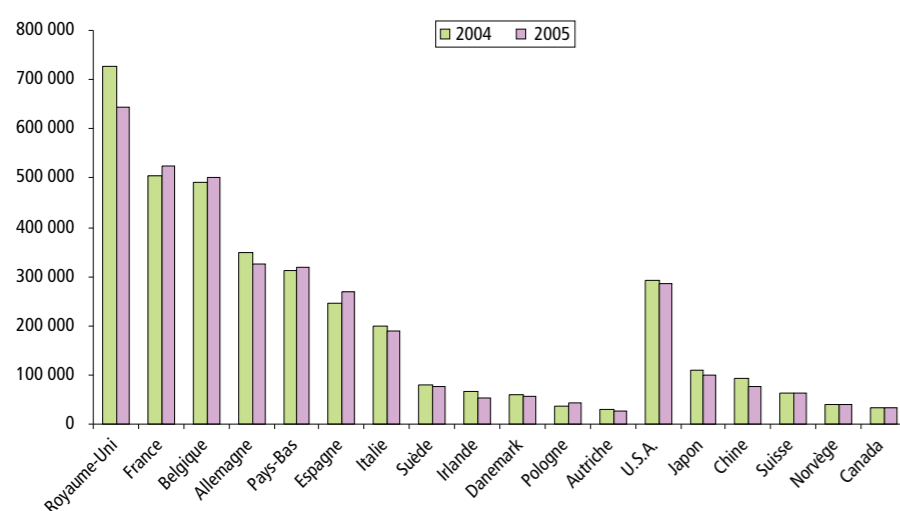
2.2.1. Nombre de nuitées hôtelières par catégorie d'étoiles



	Nuitées 2004	Arrivées 2005	Nuitées 2005		Variation 2005/2004
5 étoiles	1.327.881	615.022	1.199.779	27%	-9,6%
4 étoiles	1.475.196	845.440	1.543.692	35%	4,6%
3 étoiles	1.372.570	699.779	1.355.391	31%	-1,3%
2 étoiles	180.202	97.166	185.213	4%	2,8%
1 étoile	54.573	37.745	51.731	1%	-5,2%
Autres	67.671	35.640	68.473	2%	1,2%
Total	4.478.093	2.330.792	4.404.279	100%	-1,6%

Source : Direction générale Statistique et Information Economique

2.2.2. Nombre de nuitées hôtelières par pays d'origine



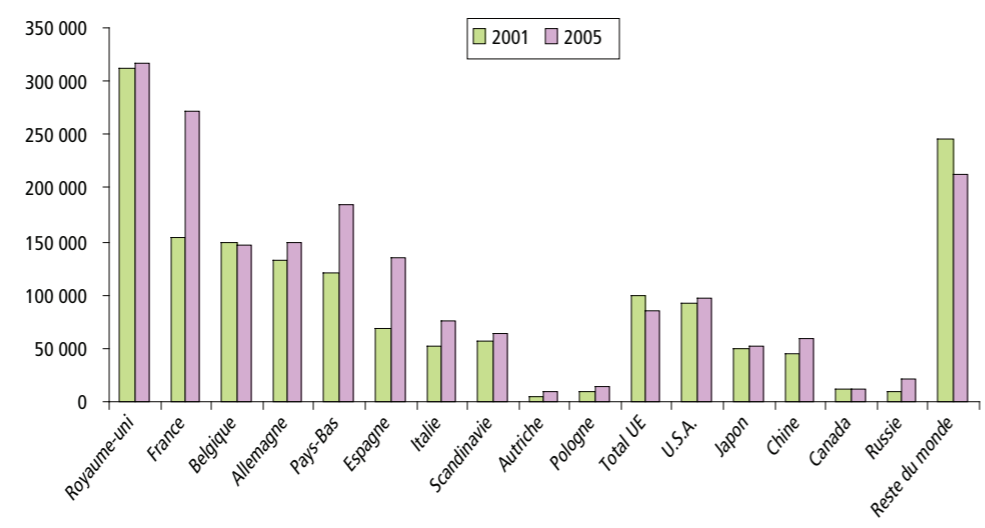
	2004	2005		Variation 2005/2004
Royaume-Uni	725.396	644.048	15%	-11%
France	504.671	524.317	12%	4%
Belgique	490.761	500.655	11%	2%
Allemagne	347.134	325.827	7%	-6%
Pays-Bas	312.051	319.466	7%	2%
Espagne	246.268	267.613	6%	9%
Italie	200.509	188.398	4%	-6%
Suède	78.863	75.340	2%	-4%
Irlande	64.819	53.175	1%	-18%
Danemark	59.457	56.470	1%	-5%
Grèce	49.755	50.073	1%	1%
Portugal	41.634	42.308	1%	2%
Finlande	38.803	41.089	1%	6%
Pologne	37.762	41.636	1%	10%
Autriche	31.059	27.212	1%	-12%
Hongrie	23.104	23.770	1%	3%
Luxembourg	22.514	24.494	1%	9%
Tchéquie	16.288	17.222	0%	6%
Lituanie	13.288	14.465	0%	9%
Estonie	7.841	7.917	0%	1%
Slovaquie	7.832	7.237	0%	-8%
Slovénie	7.758	7.158	0%	-8%
Chypre	7.239	8.289	0%	15%
Malte	6.267	7.236	0%	15%
Lettonie	4.990	4.873	0%	-2%
TOTAL UE	3.346.063	3.280.288	74%	-2%
U.S.A.	293.137	286.226	6%	-2%
Japon	110.305	99.771	2%	-10%
Chine	92.348	76.385	2%	-17%
Suisse	61.981	61.597	1%	-1%
Norvège	39.608	39.153	1%	-1%
Canada	33.085	33.603	1%	2%
Russie	31.445	41.991	1%	34%
Turquie	25.007	32.203	1%	29%
Reste du monde	445.114	453.062	10%	2%
TOTAL étrangers	3.987.332	3.903.624	89%	-2%
TOTAL GENERAL	4.478.093	4.404.279	100%	-2%

Source : Direction générale Statistique et Information Economique

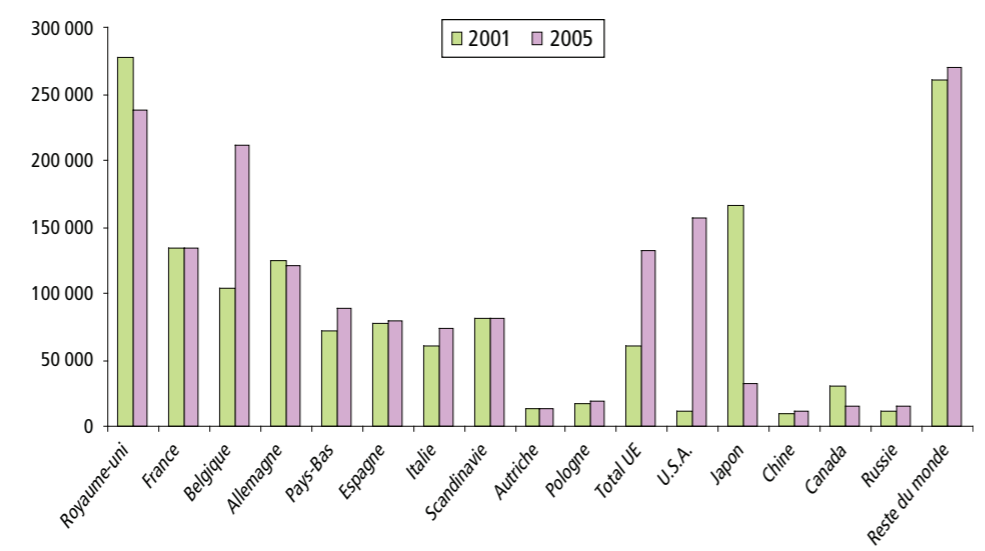
HEBERGEMENTS TOURISTIQUES

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

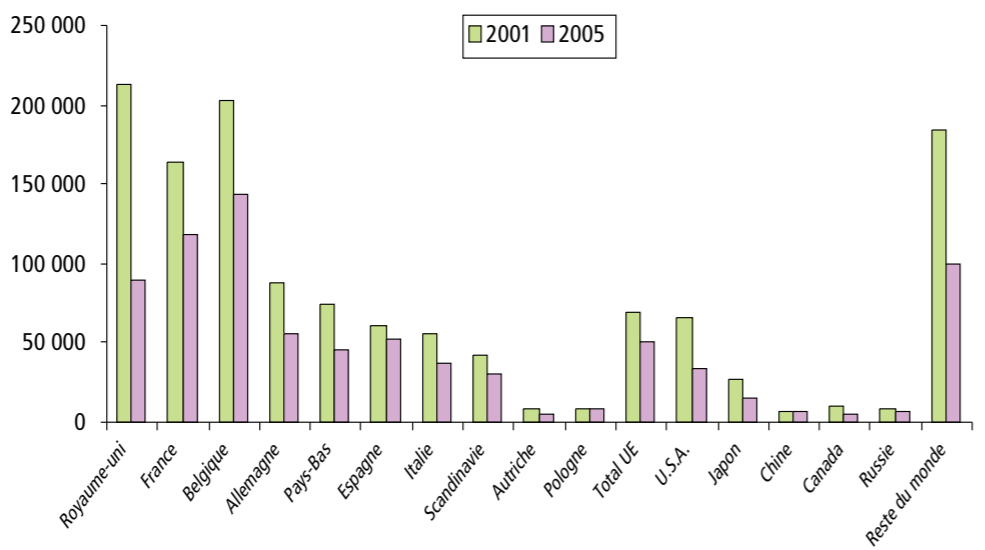
Déplacement "loisirs"



Déplacement dans le cadre d'une conférence, congrès ou séminaire

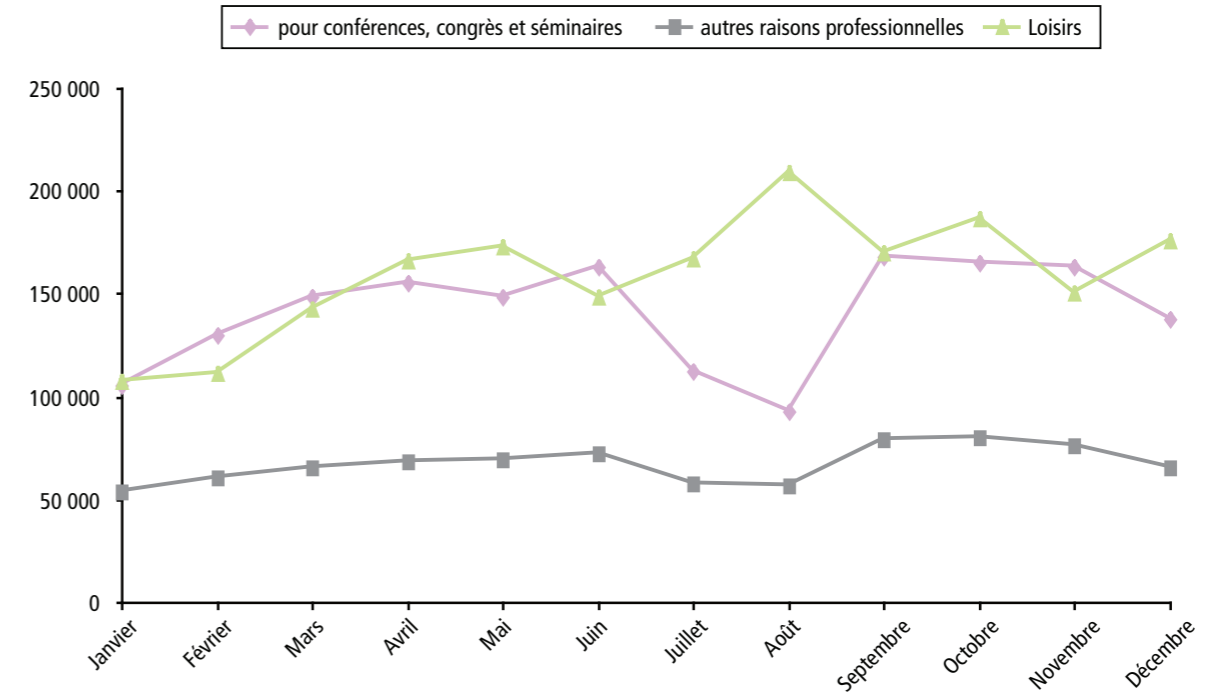


Tout autre type de déplacement professionnel



Source : Direction générale Statistique et Information Economique

2.2.4. Nuitées hôtelières par mois et par but de séjour



Mois	Nuitées pour conférences, congrès et séminaires	Nuitées pour autres raisons professionnelles	Nuitées de loisirs	Total des nuitées
Janvier	105.790	53.390	107.724	266.904
Février	129.994	60.915	111.722	302.631
Mars	148.353	65.342	142.715	356.410
Avril	155.104	68.609	166.258	389.971
Mai	148.866	69.737	172.446	391.049
Juin	163.209	72.572	148.235	384.016
Juillet	112.517	57.895	167.363	337.775
Août	92.790	56.471	208.618	357.879
Septembre	168.427	79.349	170.176	417.952
Octobre	164.857	80.337	186.234	431.428
Novembre	162.838	76.147	150.209	389.194
Décembre	137.528	65.448	176.094	379.070
Moyenne	140.856	67.184	158.983	367.023
Total	1.690.273	806.212	1.907.794	4.404.279

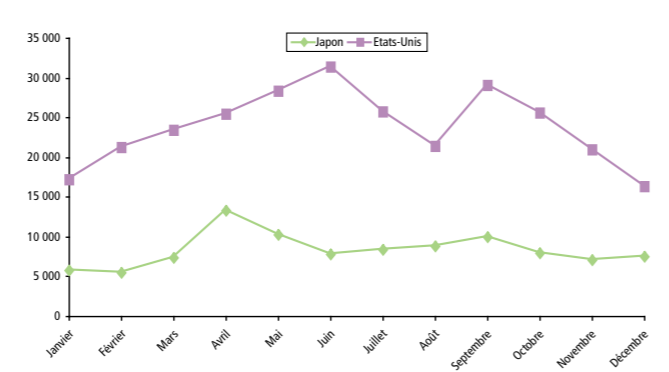
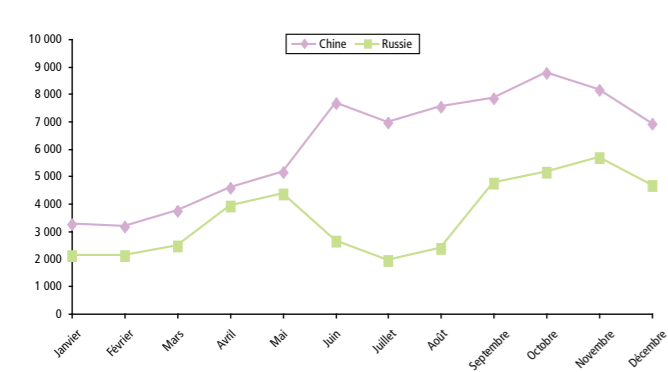
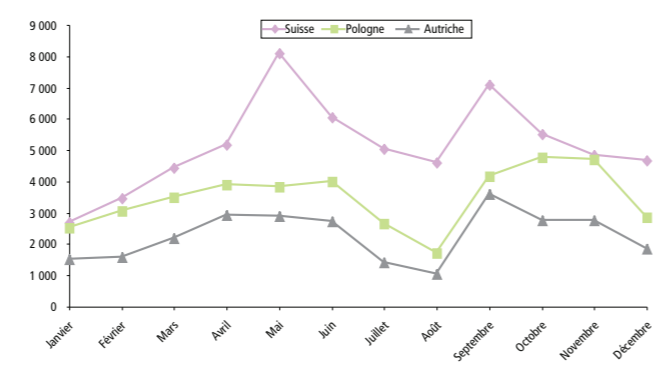
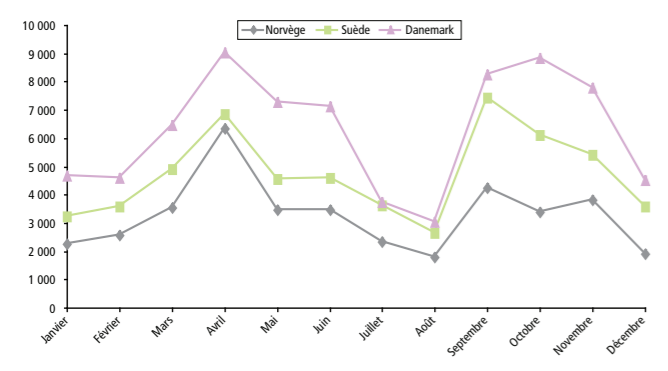
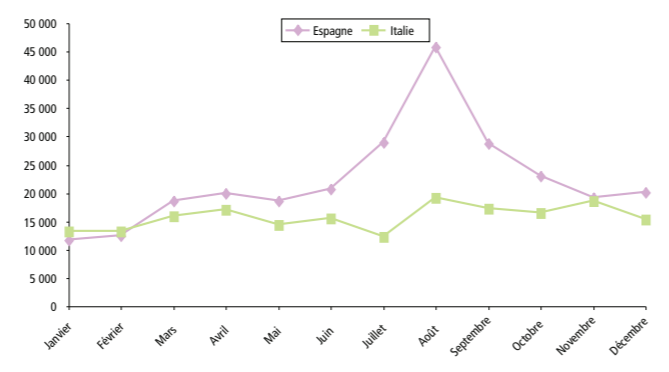
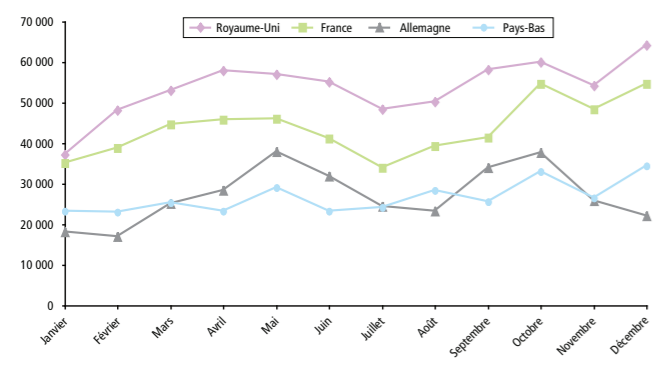
Source : Direction générale Statistique et Information Economique

Commentaires :

- Les trois mois les plus fréquentés en fonction de la motivation (ordre décroissant) sont :
- conférences, congrès et séminaires : juin, octobre, septembre.
 - loisirs : décembre, octobre, août.
 - autres raisons professionnelles : novembre, septembre, octobre

HEBERGEMENTS TOURISTIQUES

2.2.5. Nuitées hôtelières par mois et par marché



Source : Direction générale Statistique et Information Economique

2.2.6. Taux d'occupation de l'hôtellerie pour quelques villes européennes

Barcelone	53%
Bruxelles	66%
Budapest	50%
Berlin	48%

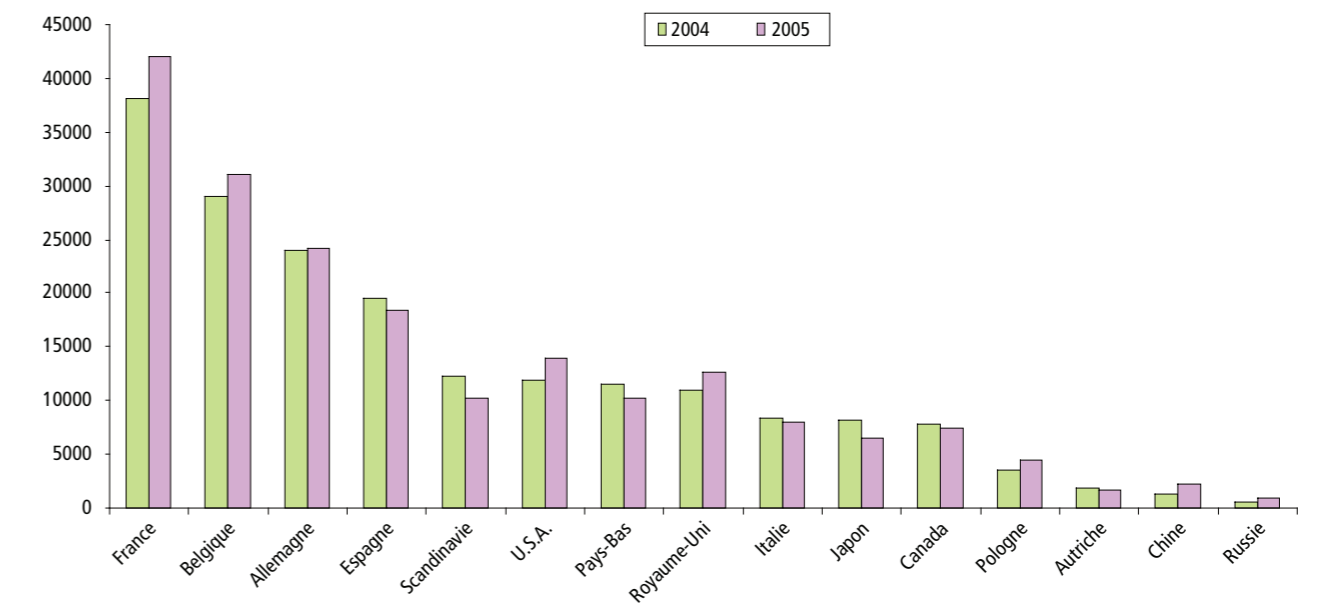
Source : Tourmis

2.3. Les hébergements pour jeunes

	2004	2005
Nombre de nuitées	239.574	245.734
Taux d'occupation	87%	90%
Nombre d'arrivées	158.746	165.058
Durée du séjour en nombre de nuits	1,51	1,49

Source : Direction générale Statistique et Information Economique

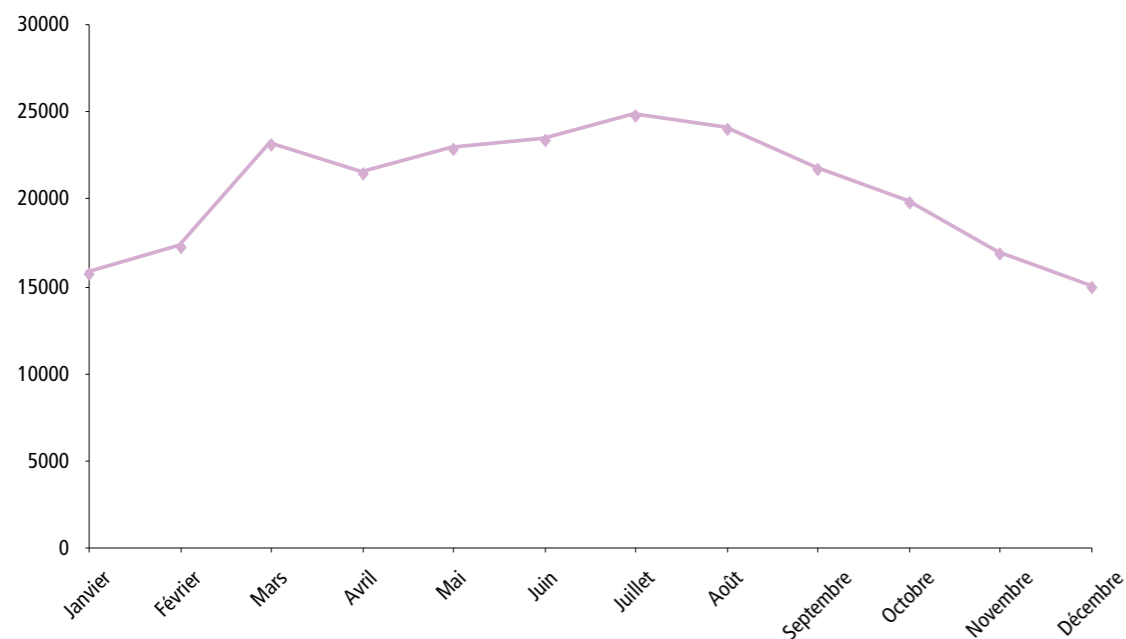
2.3.1. Nombre de nuitées en hébergement pour jeunes par pays d'origine



	2004	2005	%	Variation 2005/2004
France	38.198	42.103	17%	10%
Belgique	29.048	30.983	13%	7%
Allemagne	24.001	24.091	10%	0%
Espagne	19.515	18.435	8%	-6%
Scandinavie	12.319	10.218	4%	-17%
U.S.A.	11.913	13.925	6%	17%
Pays-Bas	11.448	10.284	4%	-10%
Royaume-Uni	10.971	12.668	5%	15%
Italie	8.418	7.931	3%	-6%
Japon	8.113	6.591	3%	-19%
Canada	7.791	7.494	3%	-4%
Pologne	3.539	4.393	2%	24%
Autriche	1.851	1.720	1%	-7%
Chine	1.386	2.291	1%	65%
Russie	565	888	0%	57%
Reste du monde	50.498	51.719	21%	2%
Total	239.574	245.734	100%	3%

Source : Direction générale Statistique et Information Economique

■ 2.3.2. Nombre de nuitées en hébergement pour jeunes par mois



Mois	2004	2005	%	Variation 2005/2004
Janvier	14.737	15.722	6%	7%
Février	17.975	17.186	7%	-4%
Mars	21.184	23.081	9%	9%
Avril	21.631	21.454	9%	-1%
Mai	20.663	22.877	9%	11%
Juin	19.093	23.342	10%	22%
Juillet	24.565	24.822	10%	1%
Août	21.739	23.996	10%	10%
Septembre	23.138	21.719	9%	-6%
Octobre	22.263	19.730	8%	-11%
Novembre	17.889	16.818	7%	-6%
Décembre	14.694	14.987	6%	2%
Moyenne	19.965	20.478		3%
Total	239.574	245.734	100%	3%

Source : Direction générale Statistique et Information Economique

■ 2.4. Les chambres d'hôtes

	2004	2005
Nombre de nuitées	11.577	14.033
Nombre d'arrivées	3.138	3.643
Durée moyenne du séjour en nombre de nuits	3,69	3,85

Source : Bed & Brussels et Taxi Stop

■ 2.4.1. Nombre de nuitées en chambres d'hôtes par pays d'origine

	2004	2005	%	Variation 2005/2004
Belgique	2.606	3.083	22%	18%
France	1.725	2.674	19%	55%
Espagne + Italie	2.790	1.543	11%	-45%
Allemagne	903	1.338	10%	48%
Royaume-Uni	411	1.151	8%	180%
Autres pays	3.142	4.244	30%	35%
Total	11.577	14.033	100%	21%

Source : Bed & Brussels et Taxi Stop

■ 2.4.2. Nombre de nuitées en chambres d'hôtes par mois

Mois	2004	2005	%	Variation 2005/2004
Janvier	600	934	7%	56%
Février	932	978	7%	5%
Mars	1.015	911	7%	- 10%
Avril	818	1.241	9%	52%
Mai	1.144	1.310	9%	15%
Juin	937	1.099	8%	17%
Juillet	758	1.218	9%	61%
Août	1.103	1.131	8%	3%
Septembre	1.096	1.597	11%	46%
Octobre	1.095	1.599	11%	46%
Novembre	1.110	1.319	9%	19%
Décembre	967	695	5%	- 28%
Moyenne	965	1.169	8%	21%
Total	11.577	14.033	100%	21%

Source : Bed & Brussels et Taxi Stop

■ 2.4.3. But du séjour de la clientèle en chambres d'hôtes

But du séjour	2004	2005
Tourisme	36%	46%
Affaire	40%	28%
Stage	17%	14%
Non précisé	7%	12%

Source : Bed & Brussels et Taxi Stop

HEBERGEMENTS TOURISTIQUES

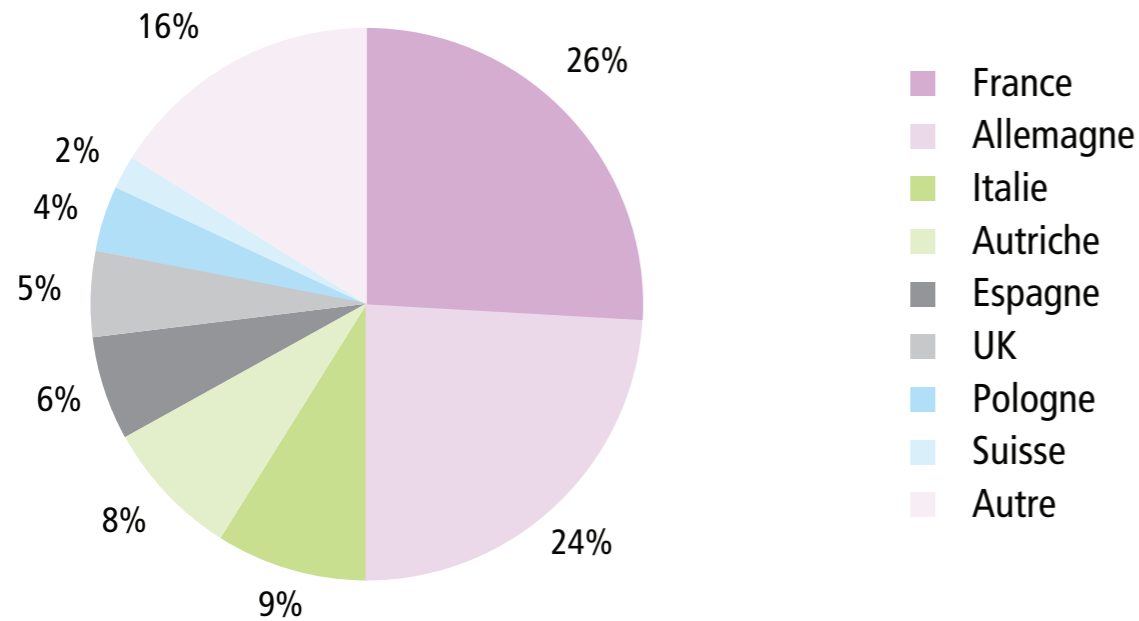
2.4.4. Les stagiaires à Bruxelles

	2004	2005
Nombre de nuitées	-	19.500
Nombre d'arrivées	92	393

Source : BDLF

Les stagiaires liés aux institutions internationales, aux échanges Erasmus, aux stages en entreprise... sont pris en charge par entre autre, l'association Bruxelles Destination Langue Française (BDLF).

2.4.5. Nationalités des stagiaires



Source : BDLF

3. Profil des touristes en déplacement dans un hébergement marchand

Le service Planning & Onderzoek de **Toerisme Vlaanderen** a réitéré l'étude relative aux touristes en séjour à Bruxelles en 2005.

Note méthodologique : Les personnes interrogées sont des touristes en séjour d'agrément dans un hébergement commercial. Elle ne couvre donc ni les personnes qui viennent en seconde résidence ou logent chez des amis, la famille ou des connaissances, ni les hommes d'affaires, les participants aux congrès, les excursionnistes. Les répondants avaient au moins 18 ans. Le nombre de personnes interrogées en face-à-face pour Bruxelles se monte à 871.

Pays de résidence des visiteurs interrogés	
Allemagne	21%
France	16%
Grande-Bretagne	12%
Etats-Unis	12%
Espagne	12%
Pays-Bas	12%
Italie	7%
Japon	6%
Pays Scandinaves	4%
Belgique	4%
Age moyen	
18-24 ans	17%
25-34 ans	23%
35-44 ans	14%
45-54 ans	17%
55-64 ans	18%
65 ans et +	11%
Niveau d'études	
Humanité inférieure	9%
Humanité supérieure	26%
Ens. Sup. non univ.	22%
Ens. Universitaire	43%
Structure du séjour	
Une nuit	22%
Deux nuits	41%
3 nuits	22%
4 à 5 nuits	12%
> 5 nuits	3%
Hébergement	
Hôtel	88%
★★★★★ / ★★★★★	39%
★★★	53%
★★	6%
★	2%
Hébergement pour jeunes	12%
Moyens de transport	
Avion	31%
Voiture	28%
TGV, Thalys ou Eurostar	16%
Autocar	16%
Train	18%
Autres	1%

Activités lors du séjour (choix multiples)	
Promenades	92%
Visiter les monuments	78%
Restaurant	64%
Shopping	55%
Visiter les musées	43%
Déguster des spécialités	25%
Gastronomie	19%
Tour de ville en bus touristique	18%
Visiter une exposition	7%
Dépenses (comprenant l'hébergement, repas, attractions/loisirs, shopping, déplacements sur place et autres dépenses)	
	138,60 €
Image de Bruxelles	
Beauté de la ville	70%
Ambiance urbaine	30%
Multiculturel	15%
Architecture	27%
Richesse historique et culturelle	17%
Accueil chaleureux	9%
Calme, reposant	4%
Equipements Horeca et de shopping	14%
Points négatifs (bruit, circulation, gris, cher...)	18%
Motivation au déplacement	
Proximité	20%
Position centrale en Belgique	17%
Notoriété	17%
Patrimoine historique	14%
Ville intéressante	29%
Diversité culturelle	15%
Expérience précédente positive	11%
Nouvelle expérience	23%
Sur recommandation	12%

Source : De recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden. Focus op evolutie Brussel 2000 – 2005- Planning & Onderzoek – Toerisme Vlaanderen – Augustus 2006.

HEBERGEMENTS TOURISTIQUES

RÉFLEXIONS GÉNÉRALES

1. BRUXELLES-CAPACITE D'ACCUEIL

en nombre de personnes à Bruxelles est de 32.327
 en nombre de personnes dans les hôtels : 31.282
 en nombre de personnes dans les hébergements pour jeunes : 918
 en nombre de personnes dans les chambres d'hôtes : 191

2. BRUXELLES-OFFRE HOTELIERE

Le nombre d'établissements de catégories 5, 4 et 3 étoiles a augmenté, les établissements de catégorie 1 étoile ont diminué et les établissements de catégorie 2 étoiles restent stables.
 La Fédération Ho.Re.Ca. comprend 71% des hôtels reconnus de Bruxelles.
 59% des nuitées sont passées sur Bruxelles-ville et donc 41% dans les autres communes : 14% à St Josse, 10% à St Gilles, 7% à Ixelles et 2% à Schaerbeek.
 Les hôtels de catégories 4 et 5 étoiles représentent 63% des nuitées hôtelières.
 Depuis 1998, l'offre hôtelière a augmenté de 6,1%, le nombre de lits de 9,5%, la fréquentation hôtelière de 14,3% et le taux d'occupation des chambres hôtelières a perdu 4 points.

Depuis 2002, "les hôteliers reconnaissent une augmentation sensible du taux d'occupation vu la progression des nuitées mais ne nous réjouissons pas trop vite car nous sommes face à une solde permanente⁵". Deux raisons peuvent être considérées comme responsables de cette situation : la pression des Tour-operators pour vendre les nuitées sur Internet, d'où peu de bénéfice pour le touriste et l'hôtelier et la structure du parc hôtelier bruxellois considéré comme des moins chers accentue la spéculation immobilière, même si cela ne rapporte pas.

Les hommes d'affaires désertent peu à peu Bruxelles car :

- une concurrence internationale devient de plus en plus accrue,
- la fermeture du palais des Congrès,
- la diminution du nombre de réunions "ad hoc" (due à la baisse des compensations) et des réunions OTAN,
- le développement du TGV, des téléconférences...

En 2005, seul le Radisson SAS EU Hotel Brussels (4 étoiles - 149 chambres) a été inauguré.
 En 2006, il y a eu le Sofitel Europe (5 étoiles - 149 chambres), Hôtel Alma Grand Place Brussels (4 étoiles - 37 chambres) et Hotel Orts (3 étoiles - 14 chambres).

3. BRUXELLES-DESTINATION

Pour l'ensemble des nuitées, Bruxelles a progressé de 34,2% de 1995 à 2005, soit plus de 1.185.000 nuitées. Par rapport à 1999, les nuitées ont augmenté de 3,4% en 2005, soit plus de 153.000 nuitées.
 En 2005, les nuitées à Bruxelles ont diminué de -1,4% par rapport à 2004, soit une perte de 68.000 nuitées.
 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 3,8 nuits.

4. BRUXELLES-CLIENTELE

Le classement des marchés :
 Le Royaume-Uni (-11% par rapport à 2004 et -16% par rapport à 2000)
 La France (+4% par rapport à 2004 et +9% par rapport à 2000)
 La Belgique (+2% par rapport à 2004 et +26% par rapport à 2000)
 L'Allemagne (-6% par rapport à 2004 et -6% par rapport à 2000)
 Les Pays-Bas (+2% par rapport à 2004 et +7% par rapport à 2000)
 Les Etats-Unis (-2% par rapport à 2004 et -22% par rapport à 2000)

Les marchés prioritaires (Royaume-Uni, France, Allemagne et Pays-Bas) représentent 43% du total des nuitées hôtelières, 36% du total des nuitées en hébergements pour jeunes et 40% du total des nuitées en chambres d'hôtes.
 Les marchés où l'Office de Promotion du Tourisme de Wallonie et de Bruxelles et / ou Toerisme Vlaanderen disposent d'un office de tourisme, représentent 69% du total des nuitées hôtelières, 65% du total des nuitées en hébergements pour jeunes et 70% 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 73,3% par rapport à 1995, de 25,7% par rapport à 2000 et de 0,7% par rapport à 2004.

- *Hôtels :*
 - Les quatre saisons se répartissent comme suit : Hiver (21%), Printemps (25%), Eté (27%) 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 septembre.
- *Chambres d'hôtes :*
 Les mois les plus fréquentés sont les mois d'avril, mai, juillet, septembre à novembre.

Le classement des marchés loisirs :
 Le Royaume-Uni (-9% par rapport à 2004 et +11% par rapport à 2000)
 La France (+17% par rapport à 2004 et +86% par rapport à 2000)
 Les Pays-Bas (+15% par rapport à 2004 et +34% par rapport à 2000)
 L'Allemagne (-1% par rapport à 2004 et +7% par rapport à 2000)
 La Belgique (-16% par rapport à 2004 et +11% par rapport à 2000)
 Les Etats-Unis (+1% par rapport à 2004 et -10% par rapport à 2000)

6. BRUXELLES-MICE

Les nuitées de type MICE (séminaires, congrès, ...) ont augmenté de 16% par rapport à 2000 et ont diminué de -4,2% par rapport à 2004.
 La saison haute pour les séjours d'affaires s'étale du mois de mars au mois de juin et du mois de septembre au mois de novembre.
Le classement des marchés pour les nuitées de type MICE (séminaires, congrès, ...) :
 Le Royaume-Uni (-9% par rapport à 2004 et -12% par rapport à 2000)
 Les Etats-Unis (-4% par rapport à 2004 et -10% par rapport à 2000)
 L'Allemagne (-6% par rapport à 2004 et +11% par rapport à 2000)
 La France (-2% par rapport à 2004 et -4% par rapport à 2000)
 La Belgique (+23% par rapport à 2004 et +62% par rapport à 2000)
 L'Italie (-12% par rapport à 2004 et -12% par rapport à 2000)

7. BRUXELLES - AUTRES RAISONS PROFESSIONNELLES

Les nuitées de type autres déplacements professionnels ont diminué de -14% par rapport à 2000 et de -17% par rapport à 2004.
 La saison haute pour les séjours de types autres déplacements professionnels s'étale du mois d'avril à juin et du mois de septembre au mois de novembre.
Le classement des marchés pour les nuitées de type autres déplacements professionnels :
 La Belgique (-1% par rapport à 2004 et +6% par rapport à 2000)
 La France (-7% par rapport à 2004 et -25% par rapport à 2000)
 Le Royaume-Uni (-24% par rapport à 2004 et -48% par rapport à 2000)
 L'Allemagne (-17% par rapport à 2004 et -31% par rapport à 2000)
 Les Pays-Bas (-18% par rapport à 2004 et -31% par rapport à 2000)
 L'Espagne (-7% par rapport à 2004 et -7% par rapport à 2000)

8. BRUXELLES-CONCURRENCE

La variation de la fréquentation par rapport à 2005 est la suivante:

Barcelone :	+5,1%
Berlin :	+5,2%
Bruxelles :	-1,5%
Copenhague :	+6,1%
Amsterdam :	+3,5%
Paris :	+2,3%
Vienne :	+4,3%
Budapest :	+8,3%
Stockholm :	+8,0%

9. 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, le design, les chocolats et bières ;
- les marchés et les quartiers à la mode.

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 voyagistes complétés par quelques campagnes media de notoriété.

La COMPETITIVITE en court séjour 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.

Le SUCCES de PLAISIRS D'HIVER et PLAISIRS D'ETE se confirme surtout auprès de la clientèle EXCURSIONNISTE et JEUNES.

L'incertitude des prix du pétrole et, par conséquent, des billets d'avion et du carburant en général et un euro fort ont affecté l'hôtellerie haut de gamme marquant une modification des comportements de consommation touristique.

5 "Bruxelles, ville d'affaires et de tourisme. Vraiment ?" L'Echo 24/09/2004 - Vincent Steinmetz

SECTEUR MICE

2. LE SECTEUR MICE

Le secteur M.I.C.E.⁶ 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 2005 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 congrès des associations (statistiques de l'Union des Associations Internationales) et concernant les réunions (statistiques de l'International Congress and Convention Association) ;
4. Les **activités des agences** (DMC, PCO et organisateurs d'événements) ;
5. La **perception de Bruxelles** comme destination MICE ;
6. Les **commentaires** analysant ces premiers résultats ;
7. Le traitement de ces données MICE faisant appel à un vocabulaire spécifique, cette partie du rapport est complétée par un **glossaire** des termes utilisés.

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

1. L'offre en salles de réunion

	Etablissements	Nombre de salles
Salles de conférence	32	147
Salles pour les expositions et salons	20	55
Salles dans les hôtels ⁷ MICE	89	259
Special venues ⁸ :	120	
Sites historiques	30	
Théâtre	12	
Musées	20	
Centres culturels	29	
Châteaux	5	
Centres sportifs	7	
Hébergements pour jeunes	5	
Autres	12	

Source: Brochure "Let's meet in Brussels 2006"

■ Remarque:

Pour la catégorie "special venues" répertoriée dans la brochure "Let's meet in Brussels 2005", le nombre de salles n'est pas toujours indiqué.

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

⁶ Les définitions de l'abréviation M.I.C.E. se trouvent à la fin de ce chapitre (point 7).

⁷ Dans le catalogue « Let's meet in Brussels », il y a énumération de 42 hôtels sans indication du nombre de salles.

⁸ Les « Special venues » sont des salles se situant dans un bâtiment à caractère culturel ou historique.

2. La Fréquentation des salles de réunion à Bruxelles

NOTE MÉTHODOLOGIQUE

Sur base d'un fichier inspiré par "Let's Meet in Brussels 2006"⁹, l'Observatoire du Tourisme a envoyé une enquête auprès d'un échantillon de 75 prestataires bruxellois. 38 prestataires ont répondu à l'enquête. **Les données ont été extrapolées par rapport à la population totale.**

Le questionnaire est composé de questions fermées sur la fréquentation de salles de réunion et sur le profil de la clientèle MICE à Bruxelles.

Le nombre de répondants auprès des centres de conférence et des salles dans les hôtels reste stable par rapport à l'année passée. Par contre, le nombre de répondants dans les special venues a augmenté et nous pouvons remarquer des profils globaux différents par rapport à l'année passée.

■ 2.1. Nombre de réunions MICE

	Centres de conférences	Salles dans les hôtels	Special venues	Total
Meetings	7.870	30.313	17.349	55.532
Incentives	116	362	549	1.027
Congrès, conférences	110	1.341	240	1.691
Foires, salons et événements	50	30	206	286
Lancement de produit	626	2.445	1.697	4.768
Total	8.772	34.491	20.040	63.304

■ 2.2. Nombre de participants aux réunions MICE

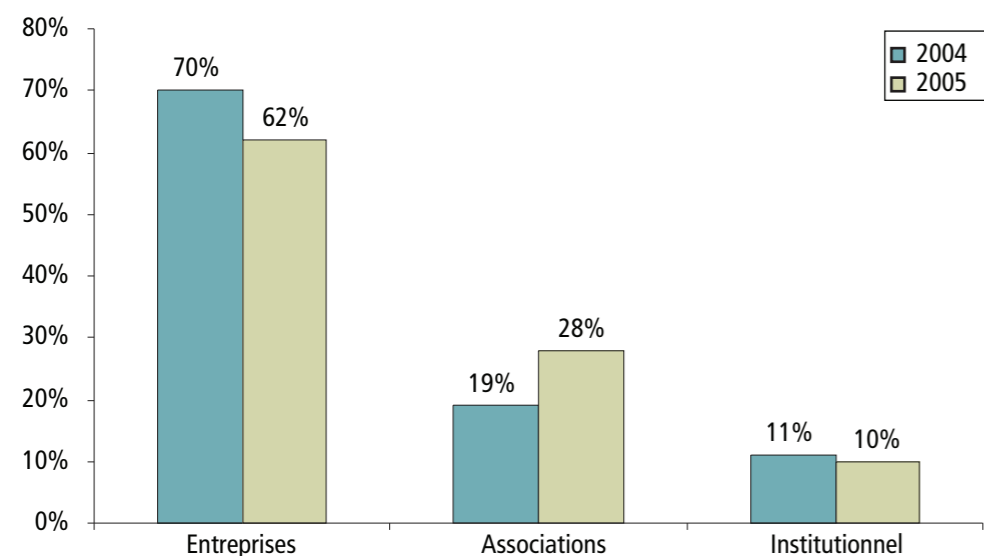
	Centres de conférences	Salles dans les hôtels	Special venues	Total
Meetings	452.215	873.891	374.960	1.701.066
Incentives	10.607	7.597	15.060	33.264
Congrès, conférences	68.370	87.633	20.000	176.003
Foires, salons et événements	3.299.718	1.907	n.c.	3.301.625
Lancement de produit	1.132.792	58.219	316.000	1.507.011
Total	4.963.702	1.029.247	726.020	6.718.969
Taille moyenne des réunions	566	30	32	102

■ 2.3. Nombre de réunions - avec ou sans séjour

	Nb de réunions avec séjour	Nb de réunions sans séjour	Ne sait pas	Total
%	27%	73%	0%	100%

⁹ Brochure sur le MICE publiée par Brussels International – Tourism and Congress

■ 2.4. Nombre de réunions par type de clientèle

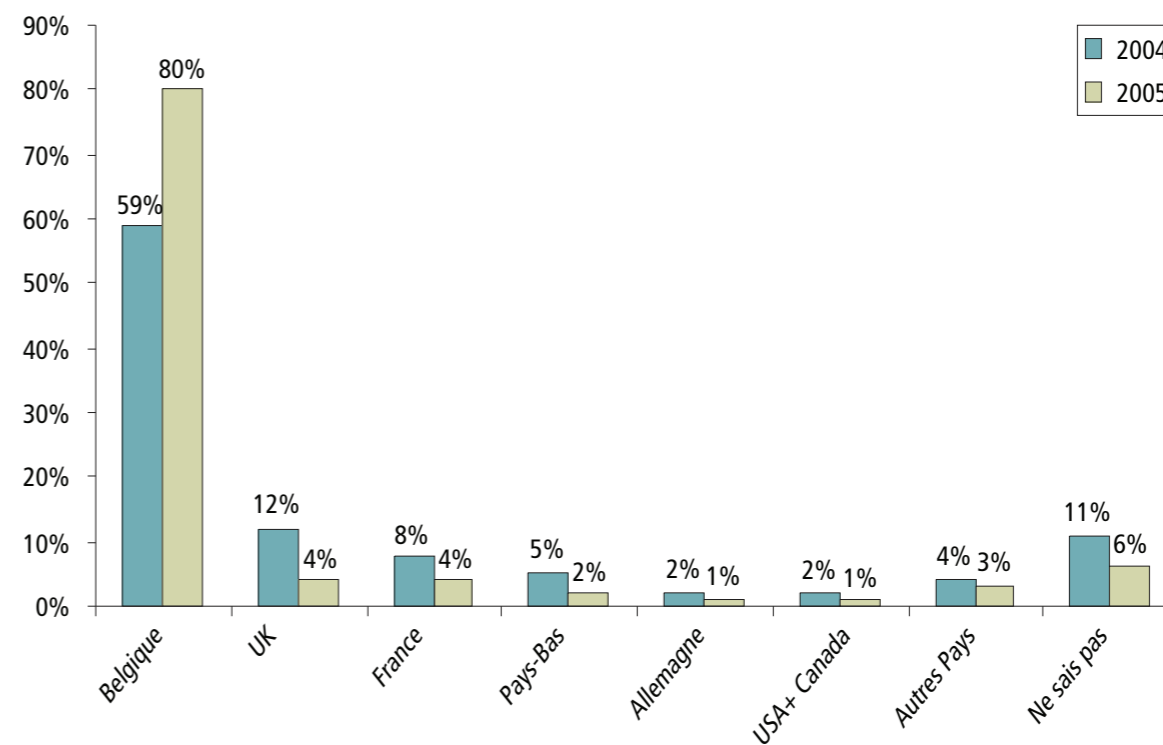


	2004	2005
Entreprises	70%	62%
Associations	19%	28%
Institutionnel	11%	10%
Total	100%	100%

■ 2.5. Nombre de réunions par type d'organisateur de réunion

	Clients directs	Agences	Autres	Total
2005	95%	4%	1%	100%
2004	80%	19%	1%	100%

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



	Salles dans les hôtels	Special venues	Salles de conférence	Total
Belgique	73,6%	96,9%	81,7%	80,3%
UK	8,1%	0,2%	1,9%	4,3%
Pays-Bas	3,3%	0,7%	0,5%	1,7%
France	7%	-	1,4%	3,6%
USA + Canada	1,6%	0,5%	0,1%	0,8%
Allemagne	1,1%	0,3%	0,8%	0,8%
Autres	4,5%	1,1%	1,5%	2,7%
Ne sait pas	0,8%	0,1%	12,2%	5,7%
Total	42,5%	13,8%	43,8%	100%

LE SECTEUR MICE

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

	2004	2005
Commercial	39%	28,6%
Scientifique	13%	23%
Art	7%	16,9%
Politique	14%	11,1%
Autres	27%	20,3%
Total	100%	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
64,6%	24,2%	7,9%	1,6%	1%	0,3%	0,4%	100%

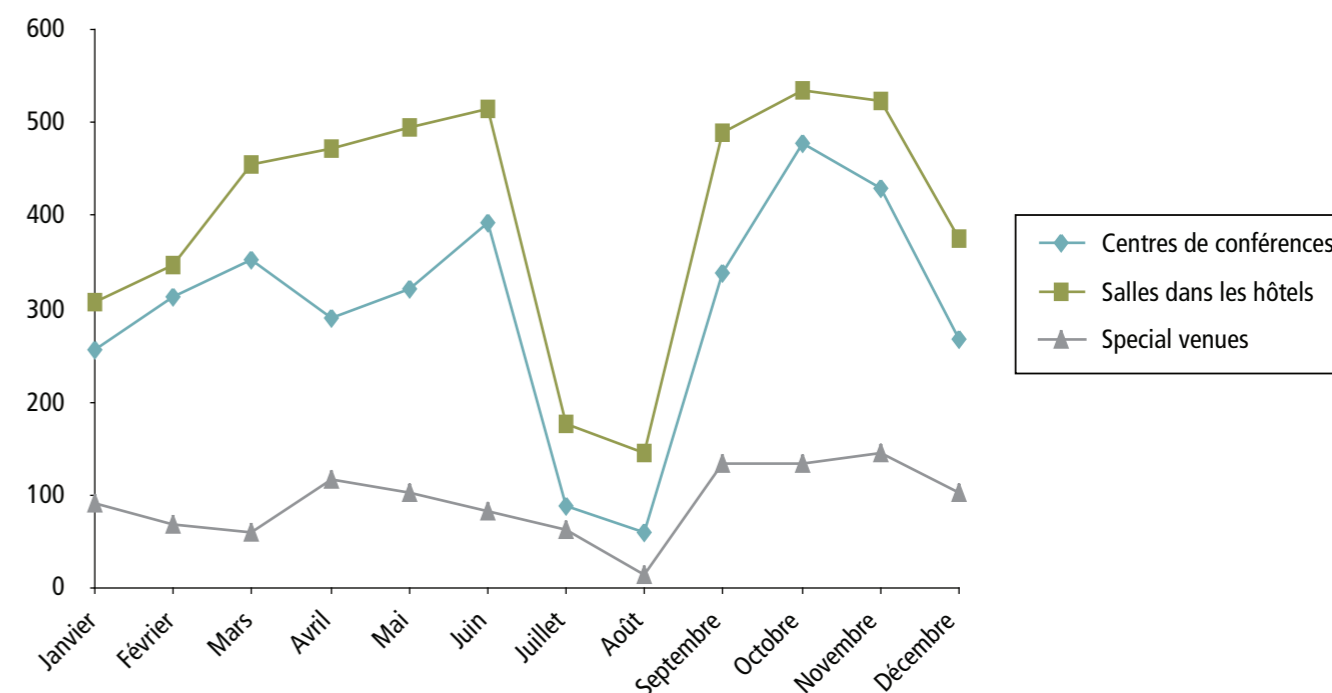
Pax = personnes

2.9. Nombre de réunions par nombre de jours

	2004	2005
1 jour	66%	77,5%
2 jours	27%	12,9%
3 jours	4%	3,8%
> 3 jours	3%	5,8%

2.10. Nombre de réunions par mois

	%
Janvier	6,9%
Février	7,6%
Mars	9,1%
Avril	9,2%
Mai	9,6%
Juin	10,4%
Juillet	3,4%
Août	2,3%
Septembre	10,1%
Octobre	12%
Novembre	11,5%
Décembre	7,8%
Total	100%



3. Foires & Salons

Nom	Lieu	Dates	Type	Nombre de visiteurs
Brussels International Motor Show	Brussels Expo	15/01-23/01	Grand Public	750.000
Batibouw	Brussels Expo	24/02-25/02	Mixte	350.424
Truck and Transport	Brussels Expo	14/01-17/01	Professionnel	320.000
Salon de l'alimentation	Brussels Expo	08/10-23/10	Grand Public	160.000
Agribex	Brussels Expo	06/12-11/12	Grand Public	146.284
Cocoon	Brussels Expo	19/11-27/11	Grand Public	99.092
Salon des vacances	Brussels Expo	03/02-07/02	Grand Public	95.000
Expo-Vélo	Brussels Expo	03/02-07/02	Grand Public	51.000
Zenith	Brussels Expo	15/11-19/11	Grand Public	40.012
Modelma	Brussels Expo	11/03-13/03	Grand Public	40.000
Salon Caravan/Motorhome	Brussels Expo	29/10-06/11	Grand Public	33.966
Art Brussels	Brussels Expo	15/04-18/04	Grand Public	32.500
Life²	Brussels Expo	11/03-13/03	Grand Public	30.645
Foire des Antiquaires de Belgique	Tour & Taxis	21/01-30/01	Mixte	30.000
Babyboom	Brussels Expo	07/10-09/10	Grand Public	30.000
Brussels retro festival	Brussels Expo	21/10-23/10	Grand Public	27.000
Eurantica	Brussels Expo	17/03-22/03	Grand Public	23.787
Labelexpo	Brussels Expo	21/09-24/09	Professionnel	23.126
European Seafood	Brussels Expo	26/04-28/04	Professionnel	23.000
Megavino	Brussels Expo	21/10-24/10	Grand Public	21.000
Europacado-Florex-Decoforce	Brussels Expo	06/02-09/02	Professionnel	20.000

Source : Observatoire du Tourisme à Bruxelles

3. Foires & Salons - suite

Nom	Lieu	Dates	Type	Nombre de visiteurs
Salon International du Meuble	Brussels Expo	06/11-09/11	Professionnel	20.000
Salon S.I.E.P	Tour & Taxis	24/11-26/11	Grand Public	18.000
Decontract-Decosit	Brussels Expo	10/09-13/09	Professionnel	17.848
Artisanart	Tour & Taxis	11/11-13/11	Grand Public	15.000
Eureka	Brussels Expo	16/11-20/11	Grand Public	15.000
Oriente	Brussels Expo	24/11-26/11	Grand Public	15.000
Belgian Bakery Event	Brussels Expo	18/09-22/09	Professionnel	14.104
Estetika printemps	Brussels Expo	12/03-14/03	Professionnel	12.000
Foire Internationale de l'Erotisme	Pyramid Convention Center	03/03-06/03	Grand Public	8.000
Indigo	Brussels Expo	10/09-13/09	Professionnel	7.000
CM2	Brussels Expo	11/05-12/05	Professionnel	6.106
Jobs 2005	Tour & Taxis	15/04-17/04	Grand Public	6.000
EMIF	Brussels Expo	11/05-12/05	Professionnel	6.000
Beurs van de Ondernemers	Tour & Taxis	23/03-24/03	Professionnel	5.000
Telecom cITY	Brussels Expo	10/05-12/05	Professionnel	5.000
Horecalife	Tour & Taxis	25/09-27/09	Professionnel	4.548
Brussels Travel Expo	Tour & Taxis	14/12-15/12	Professionnel	4.100
Chocoa	Brussels Expo	10/04-12/04	Professionnel	4.000
Mariage Bruxelles	Tour & Taxis	21/10-23/10	Grand Public	2.500
Financial One	Tour & Taxis	20/05-21/05	Mixte	1.550
Fashion First	Brussels Expo	31/01-02/02	Professionnel	1.246
Salon du Chat	Pyramid Convention Center	06 fév.	Grand Public	1.154

Source : Observatoire du Tourisme à Bruxelles

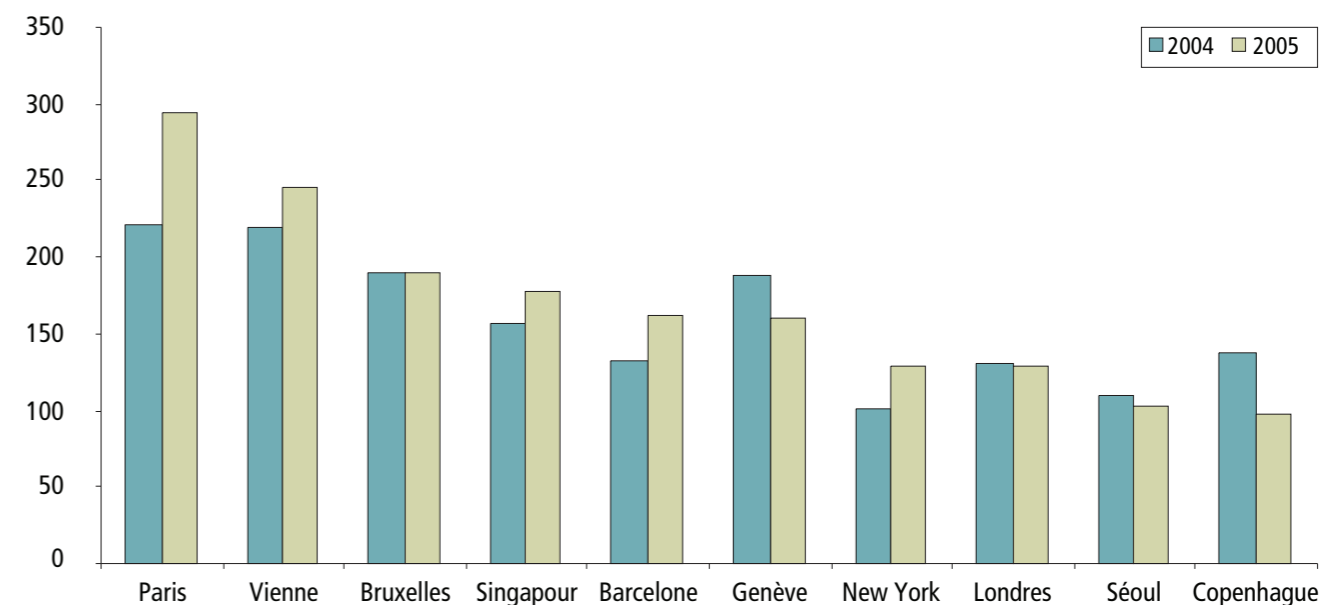
4. Les réunions internationales

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 en 2004	Nombre de réunions en 2005	Part du marché mondial	Variation 2005/2004
Paris	221	294	3,28%	33%
Vienne	219	245	2,74%	12%
Bruxelles	190	189	2,11%	-1%
Singapour	156	177	1,98%	13%
Barcelone	133	162	1,81%	22%
Genève	188	161	1,80%	-14%
New York	101	129	1,44%	28%
Londres	131	128	1,43%	-2%
Séoul	109	103	1,15%	-6%
Copenhague	137	98	1,09%	-28%

Source: UIA – International Meetings Statistics 2005

4.1.2. Position des réunions des associations internationales pour les principales villes de 1994 à 2005

	Paris		Vienne		Bruxelles		Londres	
	Nb de réunions	Part de marché	Nb de réunions	Part de marché	Nb de réunions	Part de marché	Nb de réunions	Part de marché
1994	224	2,54%	175	1,99%	165	1,88%	150	1,70%
1995	213	2,42%	175	1,99%	166	1,89%	153	1,74%
1996	277	3,15%	184	2,09%	176	2%	177	2,01%
1997	238	2,71%	170	1,93%	173	1,97%	196	2,23%
1998	229	2,60%	170	1,93%	172	1,95%	186	2,11%
1999	231	2,63%	150	1,70%	175	1,99%	150	1,71%
2000	258	2,93%	146	1,66%	194	2,21%	182	2,07%
2001	217	2,47%	133	1,51%	179	2,03%	181	2,06%
2002	228	2,50%	165	1,80%	196	2,10%	171	1,90%
2003	272	2,88%	188	1,99%	182	1,93%	144	1,52%
2004	221	2,41%	219	2,39%	190	2,07%	131	1,43%
2005	294	3,28%	245	2,74%	189	2,11%	177	1,43%

Source: UIA – International Meetings Statistics 2005

4.1.3. Nombre de réunions internationales dans les principales villes belges

Villes	Nombre de réunions internationales	%
Bruxelles	189	79%
Anvers	10	4%
Gand	12	5%
Bruges	5	2%
Louvain	4	2%
Liège	3	1%
Namur	3	1%
Autres	21	9%
Belgique	242	100%

Source: UIA – International Meetings Statistics 2005

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 dans au moins trois pays différents
- Rencontres avec au moins trois nationalités différentes

	Vienne	Barcelone	Paris	Londres	Bruxelles
2000	53	-	71	62	29
2001	57	-	51	45	17
2002	58	-	40	35	28
2003	89	-	41	34	15
2004	101	105	75	44	25
2005	129	116	91	62	52
Position	1 ^{ère}	3 ^{ème}	6 ^{ème}	13 ^{ème}	17 ^{ème}

Source: Statistics Report – International Association and Corporate Meetings Market 2005– ICCA Data

Note: En juillet 2005, l'Observatoire du Tourisme à Bruxelles a effectué une étude sur les données de l'ICCA afin de comprendre la faible position de Bruxelles dans ce classement comparé à la bonne position de la ville dans celui de l'UAI. Il semblerait que le critère de récurrence des réunions dans au minimum trois pays différents soit le principal facteur de ce faible positionnement. Le BITC a souhaité centraliser les informations à envoyer à l'ICCA autour de sa structure par l'intermédiaire de son MICE-Calendar, car il semblait que l'ensemble des réunions comptabilisables sur la ville de Bruxelles ne soit pas forcément recensé. Ce travail a permis d'améliorer la gestion des données MICE, ce qui se ressent dans la progression de Bruxelles au classement de l'ICCA.

5. Les organisateurs de congrès

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. 9 membres ont répondu au questionnaire. Les chiffres couvrent la période s'étalant de l'année 2000 à 2005.

5.1. Nombre de réunions réalisées entre 2000 et 2005

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Nombre total des réunions organisées par les PCO	82	92	89	82	98	132
Nombre de réunions organisées à Bruxelles	39	45	45	42	40	57
Part des réunions organisées à Bruxelles	48%	49%	51%	51%	41%	43%

Source : BAPCO

5.2. Part des réunions par pays récepteur (2005)

Pays	%
Belgique	69%
France	11%
Royaume-Uni	6%
Espagne	3%
Etats-Unis	2%
Autriche	2%
Autres	7%

Source : BAPCO

5.3. Durée des réunions

	Nombre de réunions	%
1 jour	31	23%
2 jours	29	22%
3 jours	24	18%
> 3 jours	48	36%
Total	132	100%

Source : BAPCO

La durée moyenne est de 3,8 jours.

5.4 Type de réunions MICE

	Nombre de réunions	%
Meetings	111	84%
Événements	15	12%
Foires	3	2%
Autres	3	2%
Total	132	100%

Source : BAPCO

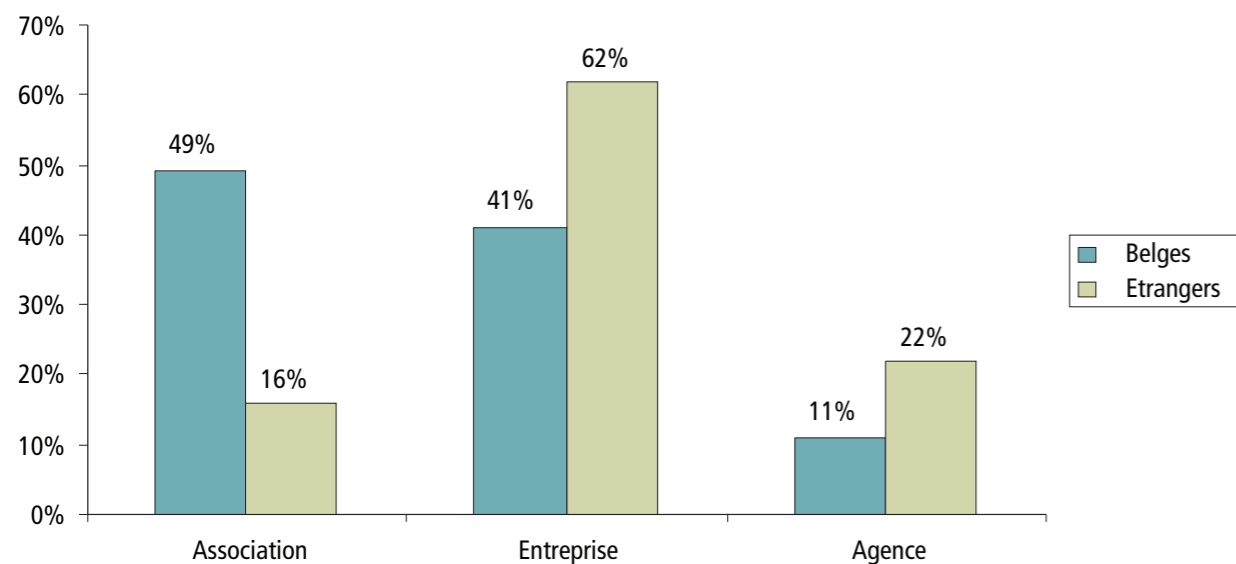
6. Analyse de la clientèle MICE de Bruxelles et leur perception de la ville

NOTE MÉTHODOLOGIQUE

L'Observatoire du Tourisme a commandité l'entreprise de télémarketing BBC (Bureau Bernadette Chardot) pour mener une enquête sur la perception de Bruxelles comme destination MICE. Cette étude fut menée l'année dernière et il nous semblait intéressant de la renouveler.

Cette enquête fut réalisée auprès de 74 établissements belges (dont 62 ont organisé une réunion sur Bruxelles dans l'année) et 82 établissements étrangers (français, hollandais, allemands, américains et anglais, dont 43 ont organisé une réunion sur Bruxelles dans l'année). Tous ces établissements avaient contacté Bruxelles International en 2005.

6.1. Quelle est la nature de l'organisation / société interrogée?



- 65% des sociétés / organisations interrogées sont des maisons mère.
- 84% des sociétés / organisations interrogées **en Belgique** sont des maisons mère.
- 40% des sociétés / organisations interrogées à **l'étranger** sont des maisons mère.
- Les grands secteurs représentés sont la communication, pharmaceutique, médical et chimique.

6.2. Quel type d'infrastructure de réunion possèdent les entreprises / organisations interrogées ?

- 58% des interrogés possèdent une salle de réunion.

Nombre de salles	%
1	41%
2-5	20%
6-10	9%
11-20	2%
21-50	1%
>50	1%
pas mentionné	25%

Capacité des salles	%
1-10	13%
11-20	36%
21-50	23%
51-100	13%
101-250	7%
>250	7%

Nombre de réunions par an	%
1-5	35%
6-10	17%
11-50	28%
51-100	10%
101-500	3%
501-1.000	4%
>1.000	2%
non spécifié	2%

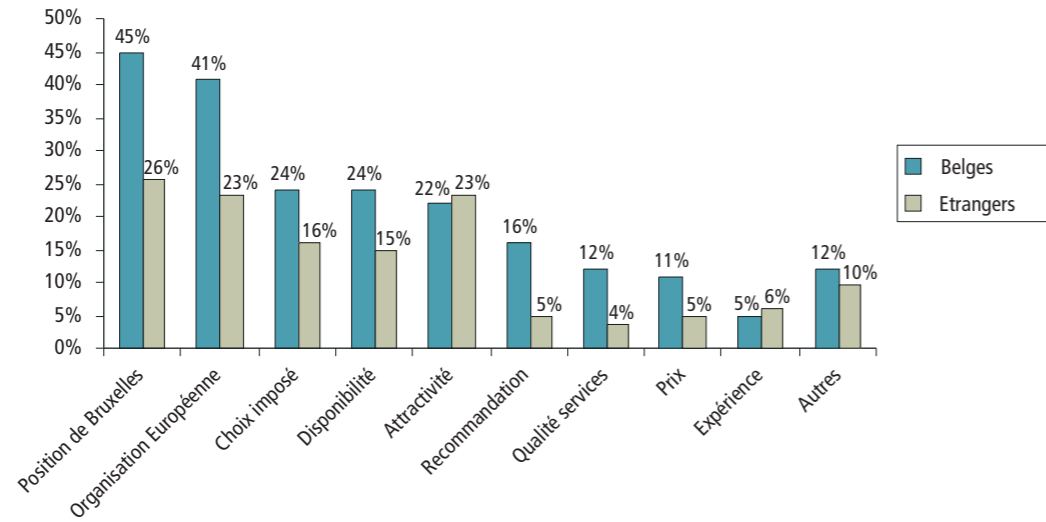
Taille des réunions	%
1-25	19%
26-50	14%
51-100	24%
101-250	20%
251-500	14%
501-1.000	3%
1.001-2.000	4%
>2.000	2%
autre	0%

Raison des réunions en externe	Belges	Etrangers	Total
Pour renforcer l'esprit d'équipe	50%	33%	41%
Pour récompenser les employés	32%	46%	40%
C'est bénéfique à l'ambiance de travail	11%	15%	13%
Manque de place dans l'entreprise	12%	11%	12%
Renforcer l'image de l'entreprise	8%	12%	10%
Autre	16%	17%	17%

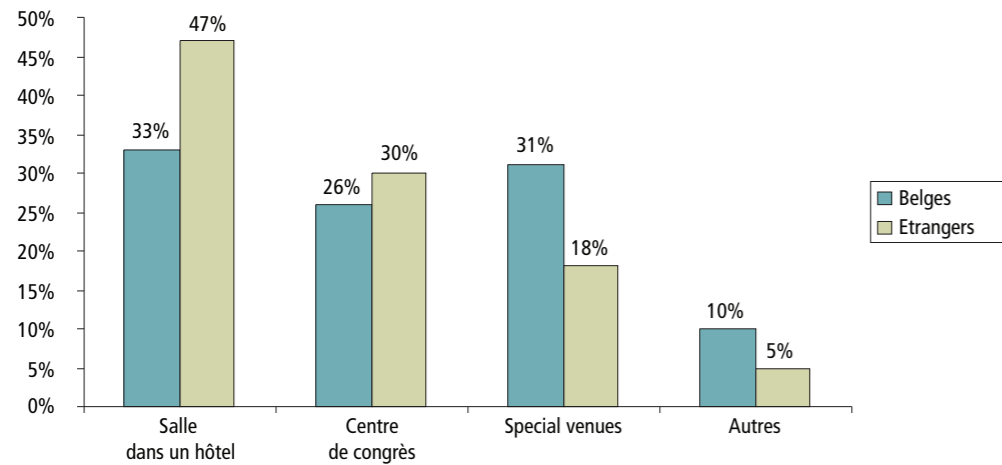
- 67% des répondants ont choisi Bruxelles
- 28% des répondants **étrangers** ont choisi Bruxelles

Style d'événement	Belges	Etranger	Total
Réunions/Séminaires	26%	17%	44%
Événement spécial	12%	6%	18%
Voyages d'Incentive	0%	6%	6%
Convention/Congrès/Conférence	17%	10%	28%
Foires & salons	1%	0%	1%
Autre	1%	3%	4%

6.3. Quelles ont été les motivations du choix de la destination ? (choix multiple)



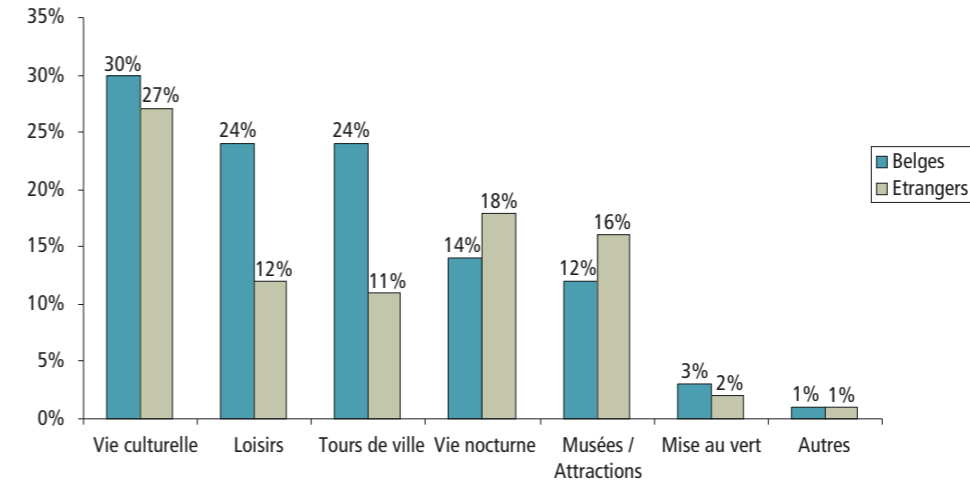
6.4. Quels types d'infrastructures ont été utilisés par les répondants ?



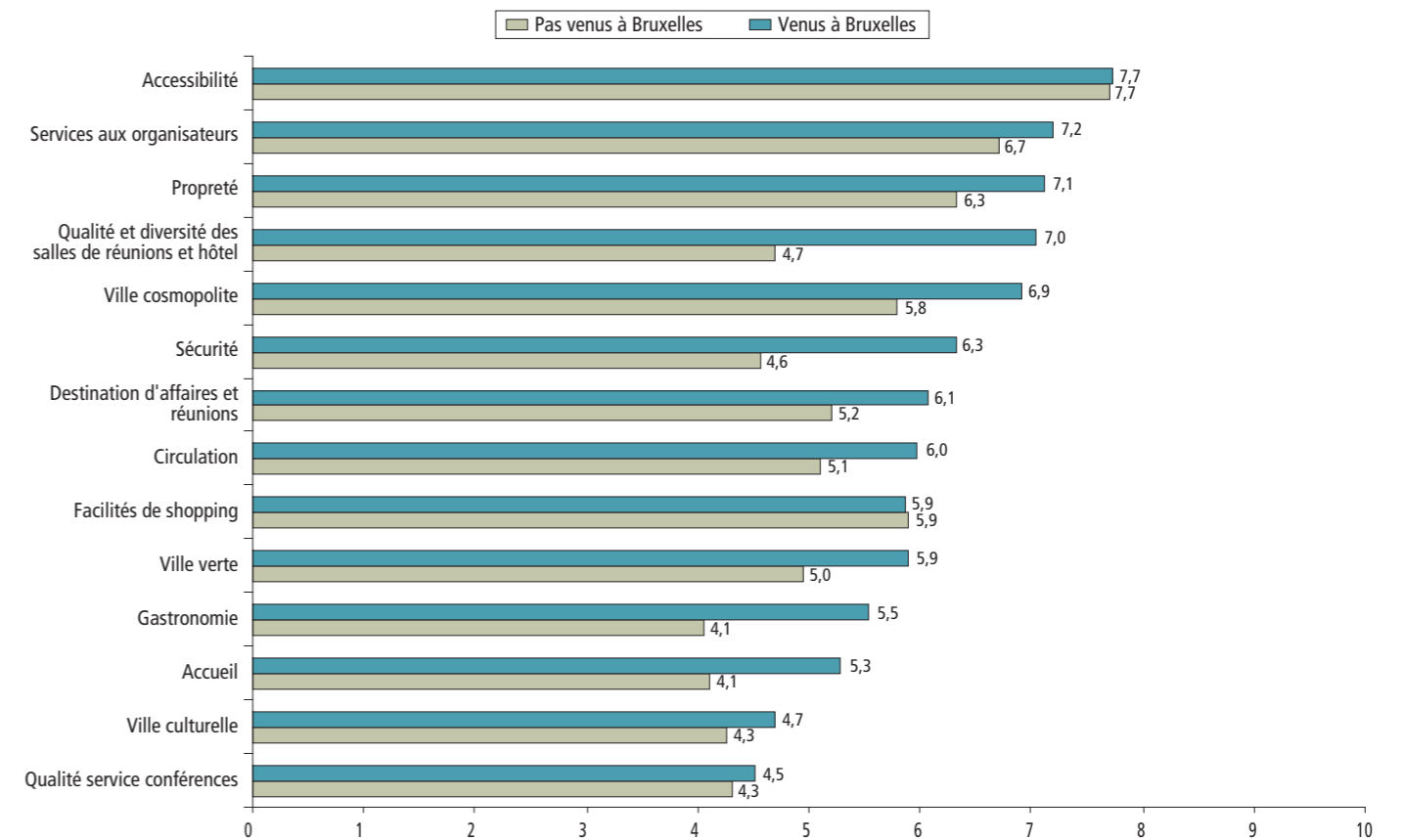
6.5. La qualité des infrastructures selon différents critères :

Critère	Excellent	Bien	Juste	Faible	Sans avis
La qualité des salles de réunion	36%	34%	12%	1%	16%
La qualité des réponses aux demandes	20%	48%	8%	1%	24%
La qualité et l'efficacité des services	20%	55%	7%	1%	17%
La disponibilité du personnel	21%	52%	9%	-	18%
Le rapport qualité / prix	9%	58%	13%	5%	15%
La qualité des équipements	12%	61%	8%	2%	17%
La qualité de la restauration	9%	61%	8%	-	23%
la qualité des infrastructures (Total)	18%	53%	9%	2%	18%
	71%				

6.6. Les différentes activités pré ou post réunion



6.7. La perception de Bruxelles comme destination MICE



7. 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 2005, ce processus a été lancé pour la quatrième fois. Plusieurs prestataires s'y sont associés.

1. Les réunions d'affaire à Bruxelles

- Le secteur hôtelier accueille le plus grand nombre de réunions. Le secteur des venues comptabilise le plus grand nombre de participants.
- En 2005, on estime à 65.995 réunions pour 6.718.969 participants. Cela représente une moyenne de 102 participants par réunion.
- Pour les centres de réunions, 8.772 réunions ont amené 4.963.702 participants, c'est-à-dire en moyenne 569 personnes par réunion.
- Pour les salles dans les hôtels, 34.491 réunions ont attiré 1.029.247 personnes, c'est-à-dire en moyenne 30 personnes.
- Pour les special venues, 22.732 réunions ont été comptabilisées avec 726.020 participants, avec une moyenne de 32 personnes par réunion.
- 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.
- En 2005, le nombre de réunions réalisées par des entreprises a diminué de 8 points, passant de 70% à 62%, alors que celles réalisées par des associations sont en augmentation de 9 points. Le nombre de réunions réalisées par l'institutionnel (Union Européenne, Gouvernement, ...) est constant par rapport à l'année passée, ne perdant qu'un point.
- 95% des clients s'adressent directement aux prestataires bruxellois, et seulement 4% font appel à un intermédiaire (agence MICE). Par rapport à 2004, le nombre de réunions demandées directement aux prestataires a augmenté de 10 points et le nombre de réunions passant par une agence a diminué de 15 points.
- 80% des réunions proviennent de structures originaires de la Belgique, les principaux marchés étrangers sont la Grande-Bretagne (4,3%), la France (3,6%), les Pays-Bas (1,7%) les Etats-

Unis - Canada (0,8%) et l'Allemagne (0,8%). Il est à noter la présence d'autres marchés comme l'Espagne, l'Italie et la Suède. Le marché belge a augmenté de 21 points depuis 2004, passant de 59% à 80% en 2005. Cette forte hausse est peut être à nuancer, les statistiques reprenant souvent la nationalité de l'organisateur et non celle des participants.

- Près de 89% 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 juillet et août, ne totalisant que 3,4% et 2,3% des réunions de l'année 2005.

2. Les professionnels belges du MICE

- Les organisateurs de congrès ont réalisé 132 réunions en 2005, dont 43 à Bruxelles. Cela représente une augmentation de 42,5% par rapport à 2004.
- Le marché demandeur principal est belge (69%). Les principaux marchés demandeurs étrangers sont la France (11%), le Royaume-Uni (6%) et l'Espagne (3%).
- Les demandes d'organisation proviennent des institutions internationales (39%), du secteur pharmaceutique (21%), des associations nationales (11%), de l'UE (10%), du gouvernement (8%) et du milieu universitaire (8%).

3. Le positionnement international de Bruxelles

- Bruxelles est la 3^{ème} destination mondiale pour les réunions d'associations derrière Paris (+33%) et Vienne (+12%) mais devant Singapour (+13%), Barcelone (+22%), Genève, New York et Londres. 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 est la 17^{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 2005, Vienne occupait, selon ICCA, le 1^{er} rang, Barcelone le 2^{ème}, Paris le 6^{ème} et Londres le 13^{ème}.

4. La perception de Bruxelles comme destination MICE

- Trois points sont positifs: l'accessibilité, le service des organisateurs professionnels et la propreté.
- Trois points restent négatifs: la qualité des services de conférence, la qualité "ville culturelle" et l'accueil.

- On remarque que la perception de la ville des personnes qui ont organisé une manifestation par rapport aux autres diffère peu excepté pour l'accueil, la qualité "ville verte" de la ville, une destination d'affaires et de réunions, une ville cosmopolite et la qualité / diversité des salles de réunions et des hôtels.

5. Profil et satisfaction des organisateurs belges du MICE

- 49% des établissements contactés sont des associations, 41% des entreprises et 11% des agences (PCO, DMC,...). Ce sont majoritairement les maisons mères qui ont contacté le BI-TC (84%).
- Les domaines d'activités les plus souvent rencontrés sont la communication (30%) et le médical (22%). D'autres domaines ont été également cités comme la finance et les organisations politiques.
- Ce sont généralement des petites et moyennes entreprises comptant de une à cinquante personnes (77% des répondants).
- 85% de ces structures organisent, toutes destinations confondues, relativement peu de réunions dans l'année (de 1 à 50 réunions/an). Ces réunions sont pour 64% comprises entre 1 et 100 personnes.
- Malgré qu'elles possèdent en grande partie une ou plusieurs salles de réunions internes (68%), les entreprises organisent des réunions externes à cause du manque de place (12%), mais aussi pour renforcer l'esprit d'équipe (41%) ou pour améliorer l'ambiance de travail (13%).
- Le choix de Bruxelles est motivé principalement par la position centrale en Belgique (35%). Son statut de capitale européenne est aussi un moteur attractif (32%).
- On vient principalement à Bruxelles pour des réunions/séminaires (46%) et des conventions/congrès (31%) installées dans les salles d'hôtels (33%), les "special venues" (31%) et les centres de congrès (26%).
- Les hommes d'affaires sont très majoritairement satisfaits des prestations MICE proposées à Bruxelles. Il y a tout de même 18% des personnes interrogées mécontentes du rapport qualité/prix et 10% de mécontents par rapport à la qualité des salles de réunions.
- Les hôtels sélectionnés sont au minimum des trois étoiles avec majoritairement des quatre étoiles dans lesquels la qualité des services et des chambres est très largement appréciée.
- Pour organiser leur réunion, 11% des établissements belges sont passés par un organisateur professionnel (PCO, DMC ou organisateur d'événements).
- 73% des établissements belges interrogés ont contacté le bureau de convention Bruxelles International Tourisme et Congrès. Les demandes portaient en règle générale sur la recherche de salles et d'activités pré- ou post-réunion et sur la recherche d'hôtel.
- Ils sont satisfaits à 91% du bureau de convention du BITC.
- Leurs attentes pré- ou post-réunions sont la vie culturelle (14%), les loisirs (10%), les tours de villes (9%) ou la vie nocturne (9%).

6. Profil et satisfaction des organisateurs étrangers (français, américains, allemands, anglais et néerlandais) du MICE

- 62% des établissements contactés sont des entreprises, 22% des agences (PCO, DMC,...) et 16% des associations. Ce sont majoritairement les filiales des entreprises qui ont contacté le BI-TC (61%).
- Les domaines d'activités les plus souvent rencontrés sont la communication (48%) et le médical (20%).
- 59% de ces structures comptent moins de 50 employés, 21% entre 50 et 100 personnes, 20% plus de 100 employés.
- 74% de ces structures accueillent, toutes destinations confondues, relativement peu de réunions dans l'année (de 1 à 50 réunions/an) et celles-ci recensent pour 55% de 1 à 100 personnes.
- 49% de ces entreprises possèdent au moins une salle de réunion interne. C'est à cause du manque de place dans l'entreprise (25%) qu'ils organisent des réunions à l'extérieur, mais aussi pour renforcer l'esprit d'équipe (13%), renforcer l'image de l'entreprise (12%) et pour récompenser les employés (11%).
- Le choix de Bruxelles est motivé principalement, pour les étrangers, par la position centrale de la ville (19%), mais aussi par le statut de capitale européenne et l'attractivité de la ville (18%).
- On vient à Bruxelles surtout pour des réunions/séminaires (41%) et des conventions/congrès (24%). Des événements particuliers peuvent aussi attirer la clientèle étrangère (15%). Les séjours incitatifs et les foires/salons représentent un attrait limité.
- Les salles dans les hôtels (47%) sont le plus souvent choisies ainsi que les centres de congrès (30%) et les "special venues" (18%) pour accueillir les manifestations.
- La satisfaction des hommes d'affaires étrangers est bonne en ce qui concerne la qualité des salles de réunions (77%), la qualité des équipements (75%) et la réponse à leurs attentes (74%). Les résultats restent très corrects pour la qualité des services et de la restauration, ainsi que pour la disponibilité du personnel (70%). Pour les étrangers aussi, le rapport qualité/prix reste la satisfaction la plus faible avec 16% de mécontents.
- Les quatre étoiles sont pour les étrangers le choix majoritaire en ce qui concerne l'hôtellerie, avec en règle générale une qualité de services et de chambres bien perçue.
- 7% des établissements étrangers sont passés par un organisateur professionnel (PCO, DMC ou organisateur d'événements) pour organiser leur manifestation et 81% ont fait appel au bureau de convention Bruxelles International Tourisme et Congrès pour des renseignements. Pour ce dernier, les demandes étaient identiques aux belges c'est-à-dire recherche de salles, activités,... et en sont satisfaits à hauteur de 83%.
- En ce qui concerne les activités pré- et post-réunions, les attentes des étrangers se portent principalement sur le tourisme culturel (visites de musées, tours de ville, ...) pour 64% d'entre eux. La vie nocturne est aussi recherchée (22%), ainsi que les loisirs (14%).

■ Remarques des enquêteurs:

- La France (principalement Paris) et les Pays-Bas (principalement Amsterdam) sont les destinations les plus souvent citées pour l'organisation de réunions. Des destinations comme l'Espagne et l'Italie reviennent aussi. Il est à noter l'émergence de destinations nouvelles pour le MICE comme la Pologne et la République Tchèque (principalement Prague).
- En Belgique, la destination la plus demandée reste Bruxelles, toutefois il faut noter le choix des néerlandophones parfois orienté vers Anvers, Ostende ou Gand. En Wallonie, la ville de Namur est une destination reconnue.
- Lors de ces entretiens, il fut remarqué la difficulté de trouver une salle de grande capacité (500 personnes et plus) à Bruxelles et le manque de personnel parfaitement bilingue (pour les néerlandophones).
- 96% des Belges et 95% des étrangers interrogés ne sont pas contre l'idée d'organiser ou de réorganiser une réunion sur Bruxelles.

■ 7. La fermeture du Palais des Congrès

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

Actuellement, cette fermeture se ressent dans :

- La position relativement faible de Bruxelles dans le classement de l'ICCA. Malgré une assez nette amélioration entre 2004 et 2005 (grâce au travail du BI-TC), Bruxelles ne se situe qu'au 17ème rang avec 52 réunions dénombrées, encore loin derrière Barcelone, Vienne ou Paris. Cette fermeture amène les personnes concernées à tenir leurs réunions dans les hôtels de la ville. Du fait de la concurrence entre eux, les hôteliers restent très discrets sur les réunions organisées dans leurs locaux et ne fournissent que très partiellement de renseignements sur celles-ci.
- Le manque d'un vecteur de communication fort permettant une bonne promotion du secteur MICE à Bruxelles. Ainsi les autres villes à fort attrait pour le tourisme d'affaire utilisent souvent leur Palais des Congrès comme symbole d'une ville dynamique et moderne, ce dont Bruxelles est privé temporairement.

En tourisme de congrès, le nouveau palais de Congrès ne suffira pas, il faut aussi ouvrir le chantier d'un "Centre Européen de Congrès" pour répondre aux besoins croissants de réunions et entrer dans la lutte des grands congrès.

8. GLOSSAIRE

La notion MICE recouvre différentes définitions qui correspondent

à des concepts clés. Le terme MICE combine les "Meetings", les "Incentive travel", les "Congrès", "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"¹⁰ a rassemblé un certain nombre de définitions liées aux différents termes du MICE :

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

L'incentive travel

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

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

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

La conférence

- "une conférence ou réunion est un événement qui implique 15 personnes ou plus et occupe un lieu de réunion pendant six heures ou plus au cours d'une journée, ou six heures ou plus par jour si l'événement est de plus d'une journée" (British Conference Market Trends Survey)
- "une réunion à l'extérieur du lieu de travail d'une durée de six heures minimum impliquant un minimum de huit personnes" (BTA)
- "un événement utilisé par une organisation pour se rencontrer et échanger des idées, transmettre un message, ouvrir un débat ou donner de la publicité à une frange de l'opinion sur un problème spécifique. Aucune tradition, continuité ou périodicité n'est requise pour convoquer une conférence. Bien qu'elles ne 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 véhicu-

le 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 - Professional Congress Organiser

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 - Destination Management Corporate

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.

¹⁰ Travel & Tourism Intelligence, The MICE Industry

3. SERVICES CULTURELS TOURISTIQUES

1. L'offre

Les services culturels touristiques	Les acteurs	Les sources
Musées et attractions touristiques	Conseil Bruxellois des Musées ¹¹ Attractions et Tourisme ¹²	Conseil Bruxellois des Musées Observatoire du Tourisme à Bruxelles
Visites guidées culturelles	Guides Bruxelles Belgique ¹³ Voir et Dire Bruxelles ¹⁴ Plateforme pour des visites urbaines à Bruxelles ¹⁵	Bruxelles International Voir et Dire Bruxelles Onthaal en Promotie Brussel
Événements ponctuels Événements récurrents		Best of 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 attractions¹⁶ et 1 centre du visiteur.

¹¹ Le 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.

¹² L'a.s.b.l. Attractions et Tourisme comprend 20 membres bruxellois avec 4 attractions touristiques, 1 parc de loisirs et 15 musées.

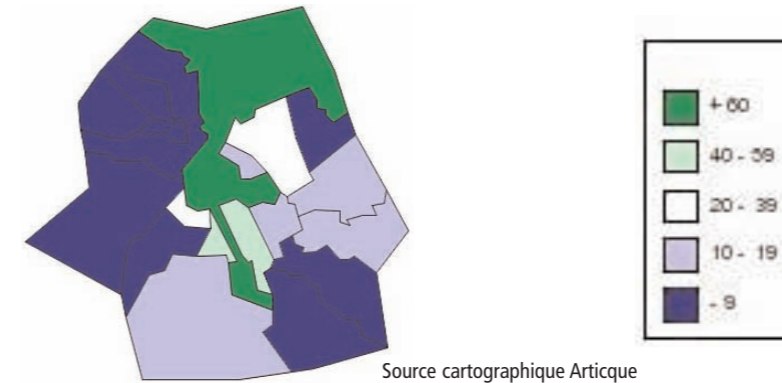
¹³ Les guides G.B.B. regroupent les guides diplômés officiels indépendants qui sont organisés administrativement par le BI-TC et créent des visites guidées pour groupes (prioritairement) et individuels.

¹⁴ L'association Voir et Dire Bruxelles regroupe les associations suivantes : l'ARAU, Arcadia, Bus Bavard, Pro-Vélo et Itinéraires.

¹⁵ Sont compris dans la Plateforme pour des visites urbaines à Bruxelles : Bruskelbinnenstebuiten, Coördinatie Zenne, Culturama, Jeugd & Vrede, Kerk en Toerisme Brussel, Klare Lijn, Korei, Polymnia, Seniorencentrum, StapStad, Tochten Van Hoop, Vereniging voor Brusselse Geschiedenis, Vízit en VTB-VAB Brusselgidsen.

¹⁶ Une nouvelle attraction s'est ouverte en juin 2003, The Brussels Balloon.

1.2 L'offre des musées et des attractions par commune



1.3. Les visites guidées culturelles

Type d'associations	Nombre d'associations représentées	Nombre de circuits	Type de visites
Guides G.B.B	1	33	Guides de tradition
Voir et Dire Bruxelles	5	82	Bruxelles autrement Les Chemins d'été
Plateforme pour des visites urbaines à Bruxelles	16	396	Tour de ville et De la visite classique à la visite pointue

Source : Dépliants des associations

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 : 16 musées et attractions.

	2003	2004	2005	Variation 2005/2004
Fréquentation d'un panel de 16 musées et attractions touristiques	2.222.337	2.358.908	2.412.428	+2,3%

Source : Observatoire du Tourisme et Conseil Bruxellois des Musées

■ 2.1.2. La répartition en fonction du nombre de visiteurs

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

Moins de 10.000 visiteurs	Entre 10.001 et 100.000 visiteurs	Entre 100.001 et 250.000 visiteurs	Plus de 250.000 visiteurs
32 musées	17 musées et 1 centre du visiteur	4 musées & 2 attractions	2 musées
-Bruxella 1238 -Cartothèque géographique - ULB -Centre de Recherches et d'Etudes Technologiques des Arts Plastiques -Collections du CPAS de Bruxelles -Jardin des plantes médicinales -Le Clockarium -Musée - Bibliothèque Michel de Ghelderode -Musée Art Fantastique -Musée Bruxellois de l'Industrie et du Travail, La Fonderie -Musée Camille Lemonnier -Musée Charlier -Musée communal d'Evere -Musée communal du Comté de Jette -Musée d'Architecture "La Loge" -Musée de Chine - Scheut -Musée de la Médecine -Musée de la Witloof -Musée de l'Art de la Reliure -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 des Plantes médicinales et de la Pharmacie -Musée des Sœurs Noires -Musée du Costume et de la Dentelle	-Ancien Palais de Bruxelles - Coudenberg -Autoworld -Bruxelles en scène -D'Ieteren Gallery -Expérimentarium -Maison Cauchie -La Monnaie -Musée Belge de la Radiologie -Musée Bruxellois de la Gueuze -Musée de la Banque Nationale de Belgique -Musée de la Ville de Bruxelles - Maison du Roi -Musée des Beaux-Arts d'Ixelles -Musée Horta -Musée Belge de la Franc-Maçonnerie -Musée Scientastic -Musées Belvue -Palais Charles de Lorraine -Planétarium	-Centre Belge de la Bande Dessinée -Mini Europe -Musée des Instruments de Musique -Musée Royal de l'Armée et de l'Histoire Militaire -Museum des Sciences Naturelles de Belgique -Océade	-Musée du Cinquenaire -Musées Royaux des Beaux-Arts de Belgique

Moins de 10.000 visiteurs	Entre 10.001 et 100.000 visiteurs	Entre 100.001 et 250.000 visiteurs	Plus de 250.000 visiteurs
32 musées	17 musées & 1 centre de visiteur	4 musées & 2 attractions	2 musées
-Musée Magritte -Musée Maurice Carême -Musée national de la Résistance -Musée Schaerbeekois de la Bière Belge -Musée David et Alice Van Buuren -Service Historique de la Police			

Source : Observatoire du Tourisme et Conseil Bruxellois des Musées

■ 2.2. Les visites guidées culturelles

■ 2.2.1. Nombre de visites et nombre de visiteurs en 2005

	2002	2003	2004	2005
Nombre total de visites guidées	5.781	6.040	7.196	9.205
Nombre total de visiteurs			237.412	293.624

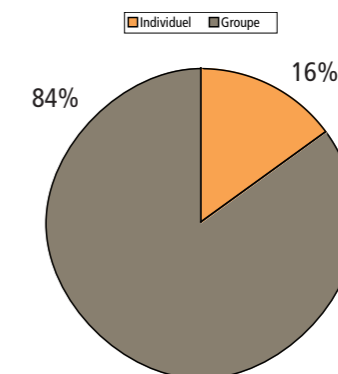
Source : Guides G.B.B., Voir et Dire Bruxelles et Onthaal en Promotie Brussel

■ 2.2.2. Part des langues utilisées lors des visites guidées

Français	46%
Néerlandais	22%
Anglais	20%
Allemand	8%
Autres	4%

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

■ 2.2.3. Part des individuels et des groupes dans les visites guidées en 2005



Source : Guides G.B.B., Voir et Dire Bruxelles et Onthaal en Promotie Brussel

3. Les événements ponctuels et les événements récurrents à Bruxelles

■ 3.1. Les événements ponctuels

Fréquentation 2005 - en nombre de visiteurs	Intitulé de l'exposition	Lieu	Dates
921.437 visiteurs	Europalia Russie	Palais des Beaux-Arts-BOZAR	10/05 – 02/06
372.000 visiteurs	Made in Belgium	Centre d'Art Dexia	08/03/05 – 31/12/05
100.000 visiteurs	Tintin Festival	Divers lieux dans la ville	20/07/05 – 23/07/05
96.742 visiteurs	Rétrospective Panamarenko	Musées royaux des Beaux-Arts de Belgique	30/09/05 – 30/01/06
70.000 visiteurs	La Belgique Visionnaire	Palais des Beaux-Arts-BOZAR	18/02/05 – 15/05/05
70.000 visiteurs	Einstein, l'autre regard	Tour et Taxis	15/12/05 – 01/05/06
64.000 visiteurs	Art Nouveau et Design, 1830-1958	Musées royaux d'Art et d'Histoire	25/05/05 – 31/12/05
45.000 visiteurs	Le Romantisme en Belgique	Musées Royaux des Beaux-Arts de Belgique, Espace Culturel ING et Musée Wiertz	18/03/05 – 31/07/05
30.000 visiteurs	Magritte et la photographie	Palais des Beaux-Arts-BOZAR	23/02/05 – 15/05/05
25.823 visiteurs	Biennale Art Nouveau	4 lieux (Ixelles, Cinquantenaire/Louise - Centre et Schaerbeek)	10/05 (4 W.E.)
25.655 visiteurs	Moules nature	Muséum des Sciences naturelles	04/05/05 – 30/06/05
22.000 visiteurs	Visions singulières	Palais des Beaux-Arts-BOZAR	18/02/05 – 15/05/05
20.047 visiteurs	De Cézanne à Dubuffet	Musée des Beaux-Arts d'Ixelles	15/02/05 – 31/05/05
6.000 visiteurs	Mussels Fair	Place Sainte-Catherine	04/09/05

■ 3.2. Les événements récurrents

Fréquentation 2005 - en nombre de visiteurs	Intitulé de la manifestation	Lieu	Mois	Durée
2,4 millions de visiteurs	Plaisirs d'Hiver	Divers lieux dans la ville	02/12/05 – 01/01/06	30 jours
1,4 à 1,5 millions de visiteurs	Kermesse de Bruxelles	Boulevard du Midi	15/07/05 – 15/08/05	30 jours
300.000 visiteurs	Bruxelles-les-Bains	Quai des Péniches	07/05 – 08/05	62 jours
300.000- 250.000 visiteurs	Brussels Jazz Marathon !	Divers lieux dans la ville	05/05	3 jours
187.707 visiteurs	Visite du Palais Royal	Palais Royal	07/05 – 09/05	40 jours
150.000 visiteurs	Les journées du Patrimoine	Divers lieux dans la ville	09/05	2 jours
150.000 visiteurs	Nuit Blanche	Divers lieux dans la ville	10/05	1 jour
120.000 visiteurs	Belgium's National Day	Parc Bruxelles	07/05	1 jour
102.230 visiteurs	Serres Royales	Laeken	20/04/05 – 15/05/05	25 jours
Env. 100.000 visiteurs	Journée porte ouverte au Parlement européen	Schuman	04/05	1 jour
100.000 visiteurs	Eu'ritmix	Divers lieux dans la ville	08/05	4 jours
70.000 visiteurs	Couleur Café	Tour et Taxis	07/05	3 jours
70.000 visiteurs	Week-end de la Bière	Grand-Place et environs	09/05	3 jours
60.000 visiteurs	23ème Festival International du Film Fantastique	Passage 44 et cinéma Nova	11/03/05 - 26/03/05	16 jours
47.000 spectateurs	Mémorial Van Damme	Stade Roi Baudouin	26/08/05	1 jour
35.000 visiteurs	BRXL Bravo	Divers lieux dans la ville	25/02/05 – 27/02/05	3 jours
35.000 visiteurs	Festival Anima	Flagey	03/02/05 – 13/02/05	10 jours
32.000 visiteurs	Art Brussels	Brussels Expo	15/04/05 – 18/04/05	4 jours
30.000 visiteurs	Kunstenfestivaldesarts	Une vingtaine de théâtres et autres lieux dans la ville	04/05/05 – 28/05/05	25 jours
30.000 visiteurs	Foire des Antiquaires	Tour et Taxis	21/01/05 – 30/01/05	10 jours
22.000 visiteurs	Nuits Botanique	Site du Botanique et Cirque Royal	06/05/05 – 14/05/05	9 jours
Env. 20.000 visiteurs	Brossela	Parc de verdure	09/07/05 – 10/07/05	2 jours
16.000 visiteurs	Les Nocturnes des musées	50 musées	10/05 – 12/05	12 jours
10.000 visiteurs	L'Ommegang	Du Sablon à la Grand-Place	30/06/05 – 02/07/05	3 jours
6.000 visiteurs	Roller Parade	Divers lieux dans la ville	07/05 – 09/05	13 jours
2.400 visiteurs	Hifi et Home Cinéma Show	Hôtel Sheraton	01/10/05 – 02/10/05	2 jours
45.000 visiteurs	La Patinoire	Sainte-Catherine	02/12/05 – 08/01/06	38 jours
94.700 visiteurs	Bruxelles, capitale royale	Place des Palais	21/07/05	1 jour
85.000 visiteurs	Bruxelles, ma découverte	Divers lieux dans la ville	05/05 – 10/05	

Source : Observatoire du Tourisme

4. Caractéristiques du visiteur

MÉTHODOLOGIE

En prévision de différents anniversaires, le 175ème anniversaire de la Belgique, le 100ème anniversaire des Etablissements Waucquez et le centenaire de la Maison Cauchie, les services publics du tourisme mettent en place le thème "Bruxelles, Vivre l'Art Nouveau".

Une enquête auprès des visiteurs a été réalisée par l'Institut Arthur Haulot et s'est déroulée de la fin mars à la fin de l'exposition. Ce sont 573 questionnaires qui ont ainsi été collectés.

L'enquête réalisée par entretien face à face pouvait se faire en français, néerlandais, anglais ou allemand et était réalisée après la visite de l'exposition.

Items		CBBB	Horta	Cinquantenaire
Le Visiteur				
Nationalité	Belgique	26%	25%	62%
	France	24%	18%	13%
	Allemagne	7%	8%	2,5%
	Royaume-Uni	5%	9%	8%
	Espagne	5%	3%	1,5%
	Etats-Unis	4%	5%	1,6%
	Canada	4%	3%	0,2%
	Pays-Bas	3%	7%	-
Age Moyen		36 ans	41,2 ans	48,7 ans
Accompagnant	Seul	18%	17%	17%
	Avec enfants	7%	4%	13%
	Avec amis / de la famille	37%	39%	70%
	En couple	27%	34%	
	En groupe scolaire	7%	3%	
	Autre groupe	4%	3%	
Niveau d'études	Universitaire	40%	47%	85%
	Supérieur non universitaire	31%	34%	-
	Professionnel	7%	7%	-
	Secondaire	10%	11,5%	12%
	Primaire	2%	0,5%	3%
Déplacement et motivation				
Motivation du déplacement si séjour	Loisirs	82%	84%	-
	Affaires	11%	12%	-
	Autres	7%	4%	-
Séjour / excursion	Séjour	93%	95%	65%
	Excursions	7%	5%	35%

Items		CBBB	Horta	Cinquantenaire
Hébergement	Hôtel 1*	8%	2,5%	-
	Hôtel 2*	9%	8%	-
	Hôtel 3*	25%	34%	-
	Hôtel 4*	13%	12%	-
	Hôtel 5*	6%	6%	-
	Auberges de jeunesse	8%	7%	-
	Gîtes / Chambres d'hôtes	4%	5,5%	-
	Autres	5%	2%	-
Durée du séjour		4,9 nuitées	4,3 nuitées	6,85 nuitées
Thématique Art Nouveau				
Connaissance thématique		23%	34%	52%
Perception des villes considérées comme Art Nouveau	Bruxelles seule	29%	12%	51%
	Pas Bruxelles	39%	56%	49%
	Bruxelles et d'autres villes	32%	32%	-
Source d'infos sur Art Nouveau	Aucune ou non réponse	47%	33,5%	-
	Site Internet	18%	26%	-
	Carte Promenade	16%	23%	-
	Dépliant	15%	15%	-
	Autre	13,5%	18%	-
Connaissance des activités Art Nouveau à Bruxelles	Aucune	76%	68%	-
	Exposition temporaire	12%	13%	33%
	Visites guidées	7,5%	12,5%	85%
	Week-end Art Nouveau	5%	12,5%	-
Sources d'infos des activités Art Nouveau à Bruxelles	Aucune ou non réponse	65%	52%	-
	Affiches publicitaires	11%	14,5%	15%
	Médias	9%	11,5%	-
	Offices de tourisme	8%	10%	4%
	Publicité métro	2,5%	2,5%	-
	Tram 92	0,5%	1,5%	-
	Autre	9%	16%	-
Visite				
Fréquentation	Première visite	80,5%	85%	21%
	Déjà Venu	10,5%	15%	79%
Satisfaction	Très Bien	30%	50%	8/10
	Bien	59%	46%	
	Faible	9%	4%	
	Mauvais	2%	-	

Source : 2005 Année Art Nouveau - par Thema et Observatoire du Tourisme à Bruxelles - 2006, "Art Nouveau & Design" - Enquête auprès du public du Cinquantenaire - par l'Observatoire du Public des institutions scientifiques fédérales - janvier 2006

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'offre muséale permanente est fondamentale dans une politique de ville.

"Les coquilles vides à l'architecture flamboyante, sans projet culturel, sont à ranger dans la catégorie des "monuments", pas dans celle des musées". Mais néanmoins, ne faut-il pas plutôt ambitionner une grande œuvre permanente, d'une cité de l'Europe à Bruxelles pour contrebalancer la notoriété politique de l'institution UE, à terme, lui donner aussi une place de Capitale touristico-culturelle.

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.

Cette image a été reprise lors des Assises¹⁸ du Tourisme avec l'axe : "Culture/Art de vivre / Europe". Plus concrètement, les Assises prônent de :

- Positionner le Mont des Arts comme produit culturel,
- Identifier Bruxelles comme destination "Europe",
- Valoriser le Cinquantenaire comme phare culturel,
- Mise en tourisme de 5 musées existants,
- Promouvoir la richesse de la création artistique contemporaine

L'image temporaire de Bruxelles

"Le tourisme événementiel fait partie des segments d'activité qui sont les plus porteurs"¹⁹. Les grands événements sont des moments privilégiés pour "tirer la couverture médiatique" à soi et mobiliser les services publics, les habitants et les visiteurs.

Les Assises préconisaient dans ce domaine le développement d'un calendrier à 10 ans de quatre grands événements internationaux, avec un thème fort, d'une ampleur internationale tous les 3 ans et un mois minimum à l'affiche.

Les expositions temporaires possèdent un pouvoir d'attraction sur le public, dû à son caractère exceptionnel. Son organisation est un enjeu à la fois culturel, éducatif, économique, dans la fidélisation du visiteur et social mais aussi touristique et médiatique dans une stratégie de distinction de villes concurrentes. C'est pourquoi une démarche globale d'intégration entre culture et tourisme paraît s'imposer.

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.

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

17 Claudine Chapsoul dans Question de public. - Les Cahiers Espaces novembre 2005.
 18 Recommandations pour le plan stratégique du tourisme bruxellois Assises 2005 du tourisme bruxellois - Ramboll Management
 19 Francis Scherly, consultant en tourisme à Montreux et professeur associé à l'Université de Lausanne (HEC).

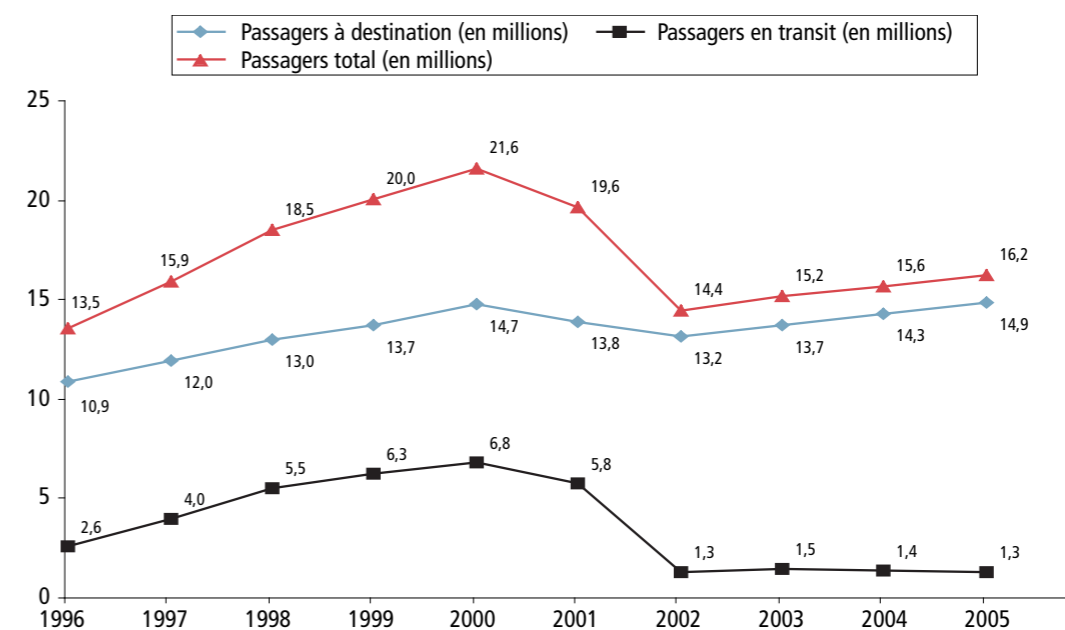
4. TRANSPORTS

Modes de transport	Les acteurs	Les sources
Transport aérien	BIAC ²⁰	BIAC
Transport ferroviaire	S.N.C.B. ²¹ 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 2005

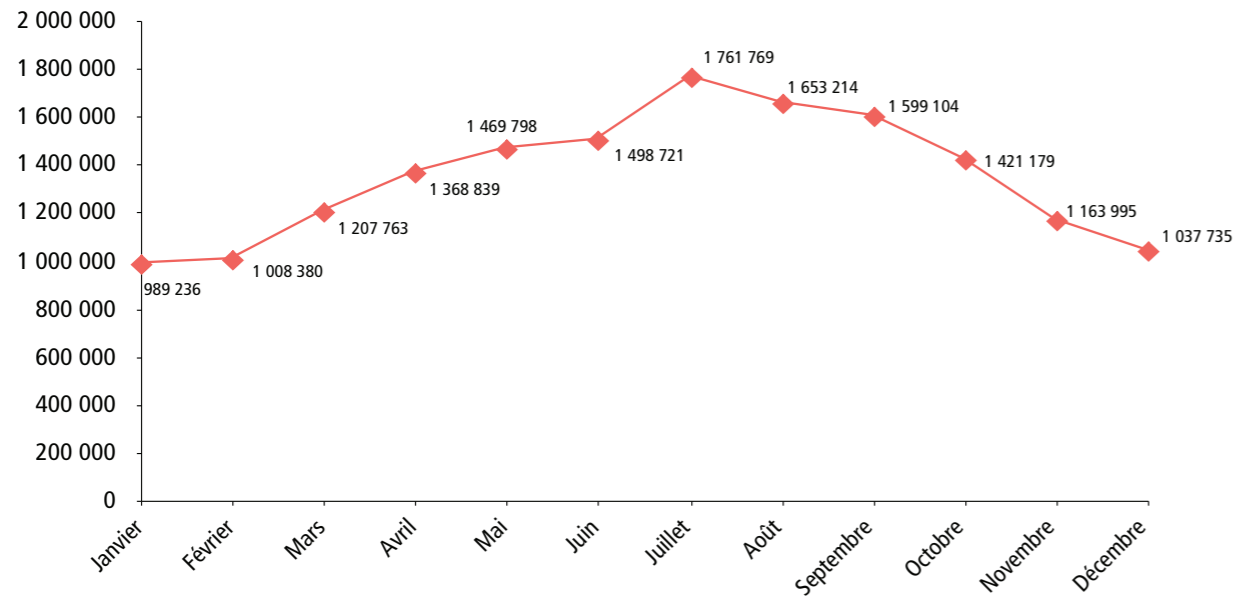


	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Variation 2005/2004
Passagers à destination (en millions)	10,9	12	13	13,7	14,7	13,8	13,2	13,7	14,3	14,87	4%
Passagers en transit (en millions)	2,61	3,99	5,48	6,26	6,84	5,79	1,28	1,48	1,38	1,33	-3,6%
Passagers total (en millions)	13,5	15,9	18,5	20	21,6	19,6	14,4	15,2	15,6	16,2	3,8%

Source : Brutrends 2005 – BIAC

20 Brussels International Airport Company
 21 Société Nationale des Chemins de fer Belges

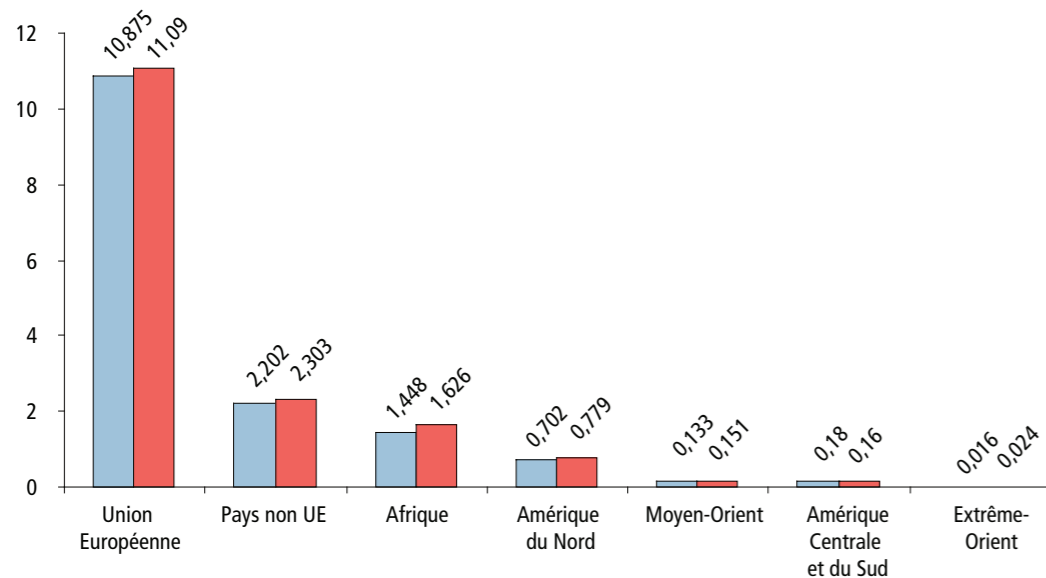
1.1.2. Nombre de passagers par mois en 2005



Source : Brutrends 2005 - BIAC

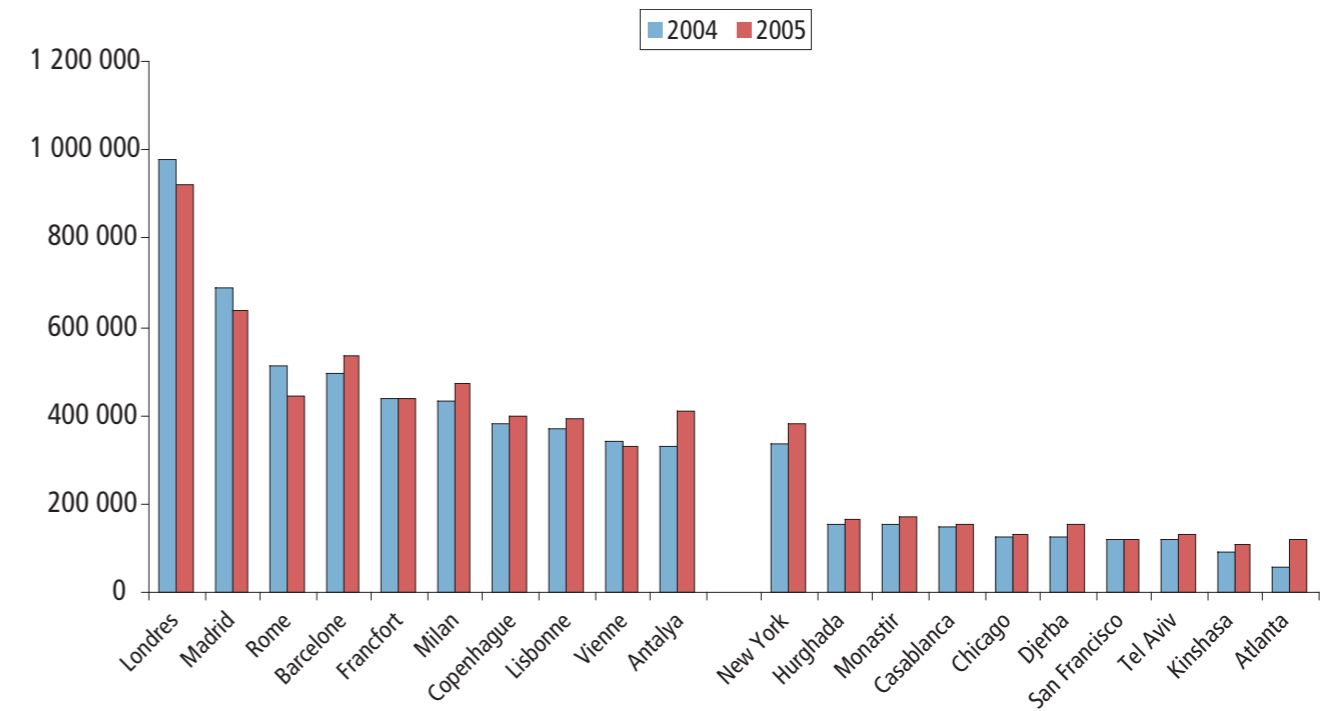
1.1.3. Nombre de passagers (en millions)

Nombre de passagers (en millions)	2004	2005	Part en %	Variation 2005/2004
Union Européenne	10,875	11,090	69%	2%
Pays non UE	2,202	2,303	14%	5%
Afrique	1,448	1,626	10%	12%
Amérique du Nord	0,702	0,779	5%	11%
Moyen-Orient	0,133	0,151	1%	14%
Amérique Centrale et du Sud	0,180	0,160	1%	-11%
Extrême-Orient	0,016	0,024	0%	50%
Total	15,59	16,13	100%	3%



Source : Brutrends 2005 - BIAC - transit inclus

1.1.4. Nombre de passagers : top des 20 destinations



Europe	2004	2005	Variation 2005/2004
Londres	975.584	920.974	-5,60%
Madrid	685.905	637.384	-7,07%
Barcelone	494.190	537.068	8,68%
Milan	430.561	472.363	9,71%
Rome	512.726	443.870	-13,43%
Francfort	439.572	437.737	-0,42%
Antalya	327.315	411.720	25,79%
Copenhague	381.700	397.135	4,04%
Lisbonne	372.275	391.581	5,19%
Vienne	342.612	329.882	-3,72%
Hors Europe			
New York	337.307	382.929	13,53%
Monastir	153.204	170.112	11,04%
Hurghada	154.093	167.088	8,43%
Casablanca	147.541	154.181	4,50%
Djerba	123.293	152.664	23,82%
Chicago	124.558	131.984	5,96%
Tel Aviv	117.435	131.768	12,21%
Atlanta	57.574	118.505	105,83%
San Francisco	119.604	116.902	-2,26%
Kinshasa	93.425	105.432	12,85%

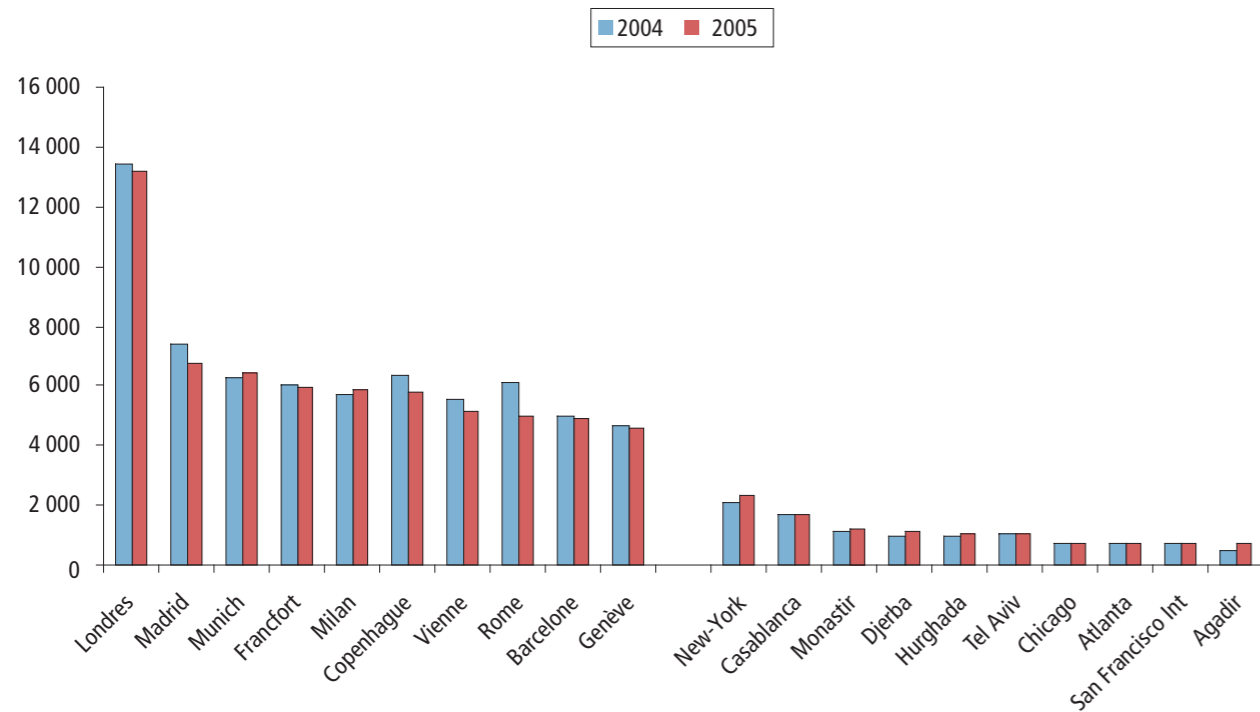
Source : Brutrends 2005 - BIAC

1.1.5. Mouvements de vols sur l'aéroport de Bruxelles National en 2004 et 2005

Types de vols	2004	2005	Part en %	Variation 2005/2004
Vols de passagers (régulier et charter)	207.400	206.409	81,5%	-0,5%
Vols cargo	23.900	24.679	10%	3%
Vols de l'aviation générale	13.900	15.600	6%	12%
Vols militaires	6.900	6.500	2,5%	-6%
Total	252.100	253.188	100%	0,4%

Source : Brutrends 2005 - BIAC

1.1.6. Nombre de vols : top des 20 destinations



Europe	2004	2005	Variation 2005/2004
Londres	13.427	13.204	-1,66%
Madrid	7.428	6.779	-8,74%
Munich	6.296	6.416	1,91%
Francfort	6.070	5.926	-2,37%
Milan	5.720	5.884	2,87%
Copenhague	6.383	5.798	-9,16%
Vienne	5.509	5.185	-5,88%
Rome	6.075	5.025	-17,28%
Barcelone	4.999	4.892	-2,14%
Genève	4.689	4.551	-2,94%

Hors Europe	2004	2005	Variation 2005/2004
New York	2.101	2.357	12,18%
Casablanca	1.696	1.721	1,47%
Monastir	1.111	1.196	7,65%
Djerba	971	1.155	18,95%
Hurghada	933	1.074	15,11%
Tel Aviv	1.010	1.054	4,36%
Chicago	727	730	0,41%
Atlanta	716	730	1,96%
San Francisco Int	731	721	-1,37%
Agadir	515	691	34,17%

Source : Brutrends 2005 - BIAC (vols de passagers uniquement)

1.1.7. L'hôtellerie sur la commune de Zaventem

	Arrivées	Nuitées	Durée du séjour	Taux d'occupation
2005	73.500	96.030	1,3	67,86%
2004	80.194	105.302	1,3	70,66%

Source : Direction générale Statistique et Information Economique
Baromètre hôtelier (Observatoire du Tourisme à Bruxelles)

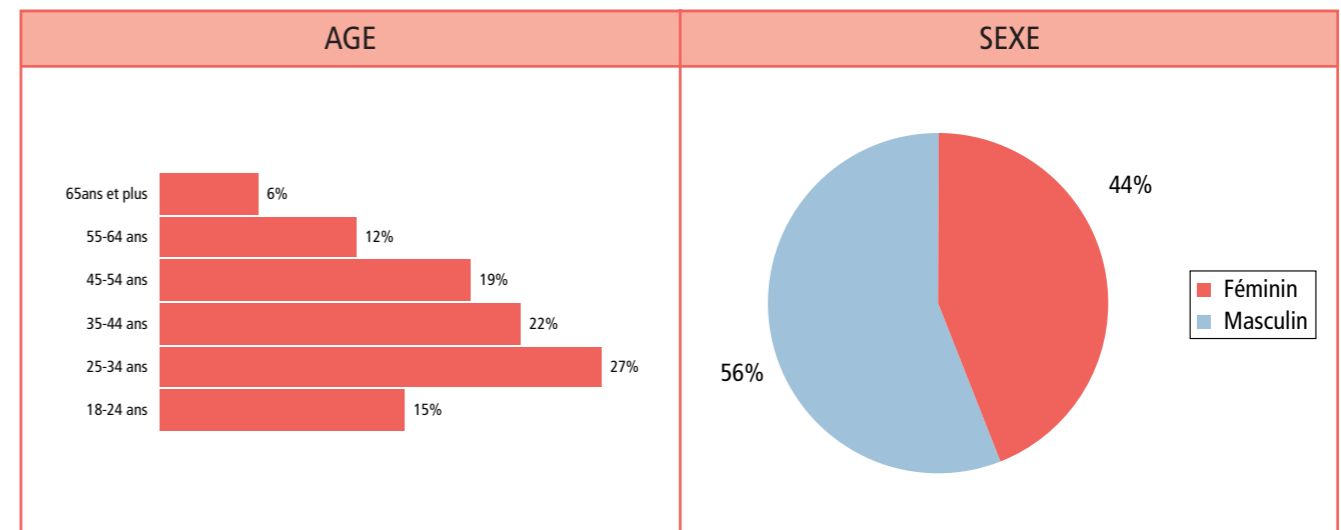
(*) de juin à décembre 2004

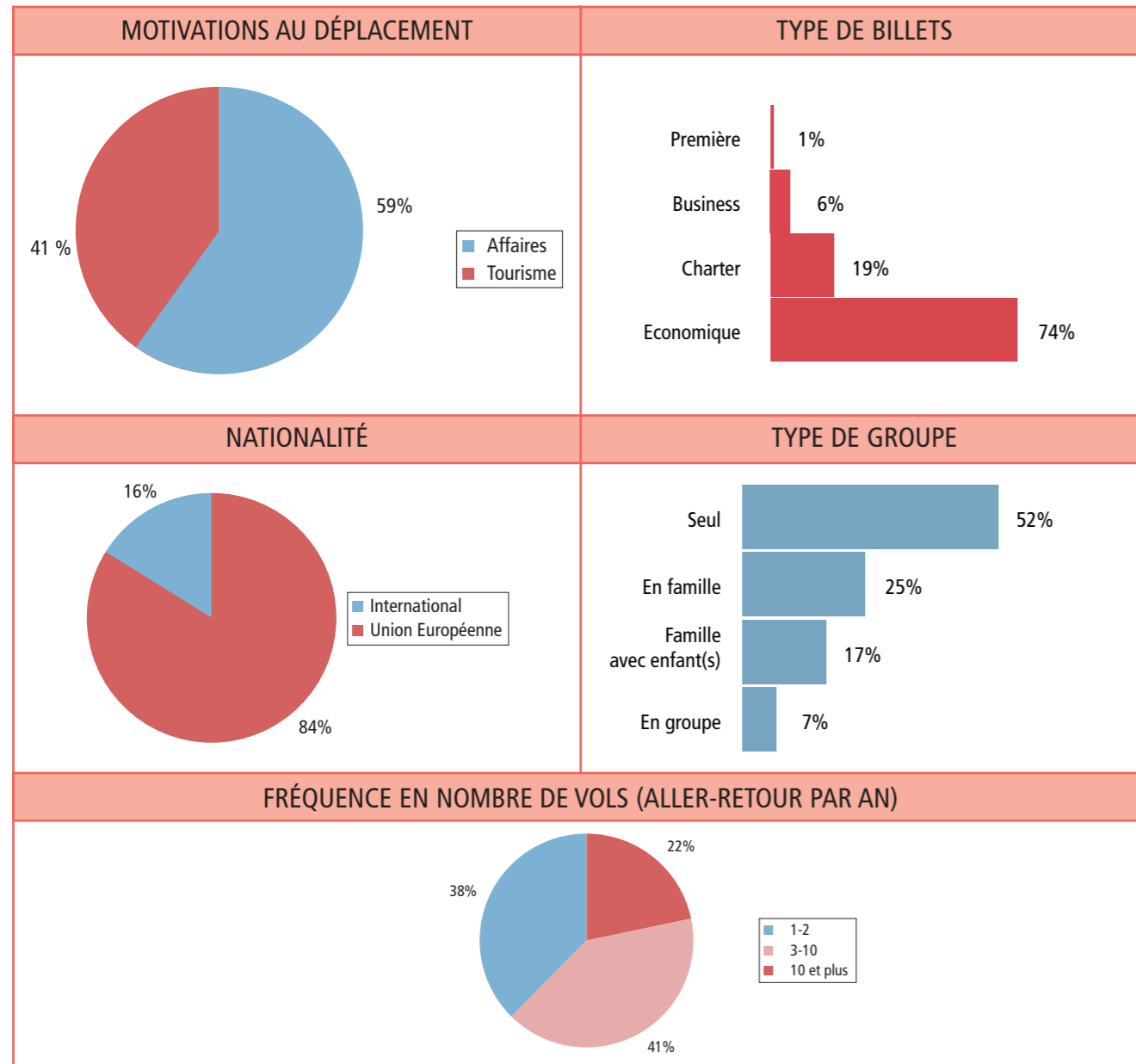
1.1.8. Accès à l'aéroport

	2003	2004	2005
Accès par voiture	2.182.284	2.288.035	2.264.833
Accès par train	2.178.509	2.311.471	2.427.291
Accès par bus	528.103	579.212	-

Source : Brutrends 2005 - BIAC

1.1.9 Le profil des passagers





Source : Brutrends 2005 - 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 2005

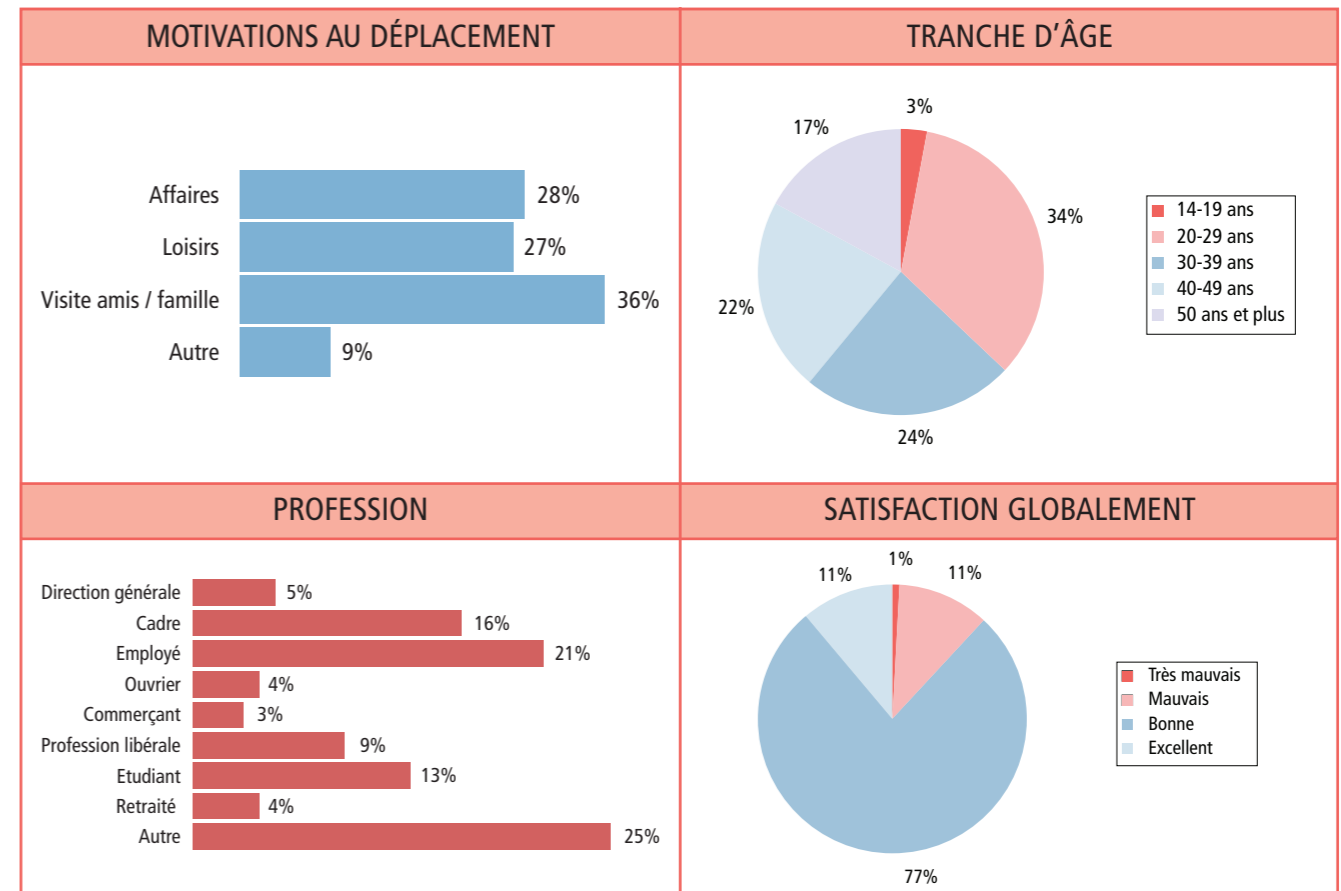
Année	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Variation 2005/2004
Nombre de passagers	210.727	235.949	255.322	773.431	1.279.000	1.700.000	2.034.797	1.873.349	-7,93%
Nombre de mouvements	62.539	60.305	57.055	57.216	64.237	63.140	65.952	61.182	-7,23%

Source : Brussels South Charleroi Airport

1.2.2. Profil des voyageurs

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%

Durée moyenne du séjour : 5 jours

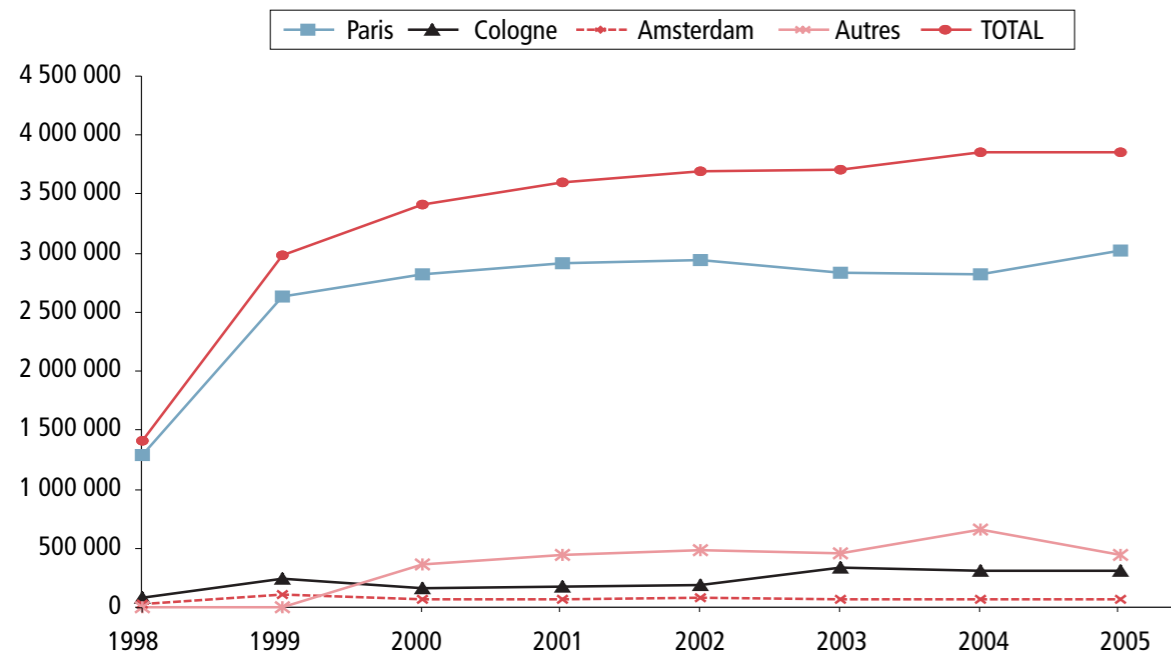


Source : Brussels South Charleroi Airport

2. Transport ferroviaire

2.1. Trafic international : Thalys

2.1.1. Nombre de voyageurs auprès de Thalys à partir de et vers la destination Bruxelles de 1998 à 2005



Nombre de passagers	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Variation 2005/2004
Paris	1.292.300	2.638.000	2.814.700	2.909.048	2.943.340	2.837.669	2.825.705	3.018.019	7%
Cologne	86.900	239.000	167.700	177.886	193.913	340.509	303.556	313.966	3%
Amsterdam	24.100	110.000	66.800	67.748	73.982	73.734	72.258	72.325	0%
Autres destinations	800	-	363.745	444.289	485.054	454.030	653.773	445.759	-32%
Total	1.404.100	2.987.000	3.412.945	3.598.971	3.696.289	3.705.942	3.855.292	3.850.069	0%

Source : SNCB – Thalys International

Autres provenances/ destinations	2002	2003	2004	2005	Variation 2005/2004
Marne la Vallée	172.185	168.063	161.468	165.546	3%
Aéroport Charles de Gaulle	164.641	153.460	355.195	161.586	-55%
Rotterdam	15.882	14.673	14.339	13.439	-6%
Schipol	18.235	16.002	16.324	15.355	-6%
Autres	114.111	101.832	106.447	89.833	-16%

Source : SNCB – Thalys International

■ Commentaires :

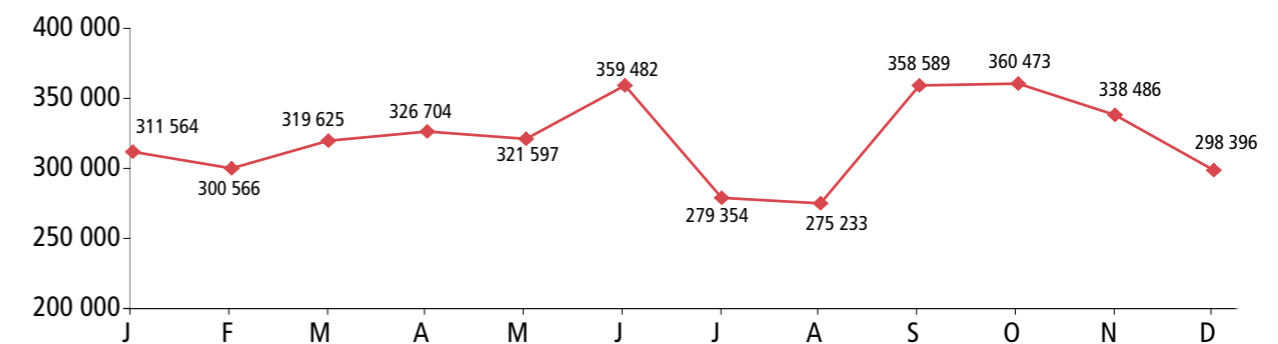
Méthode de calcul du nombre de passagers : il s'agit du cumul des billets aller – retour. Le nombre de passagers vers Bruxelles est donc approximativement de 50%.

■ 2.1.2. Pourcentage des billets affaires / loisirs vendus sur Thalys de 2000 à 2005

Types de billets	2000	2002	2003	2004	2005
Affaires	43%	43%	44%	48%	48%
Loisirs	48%	57%	42%	47%	52%
Autres ²²	9%	-	14%	5%	-

Source : Thalys International

■ 2.1.3. Nombre de passagers sur les lignes Thalys vers et de Bruxelles par mois



■ 2.1.4. Profil de la clientèle

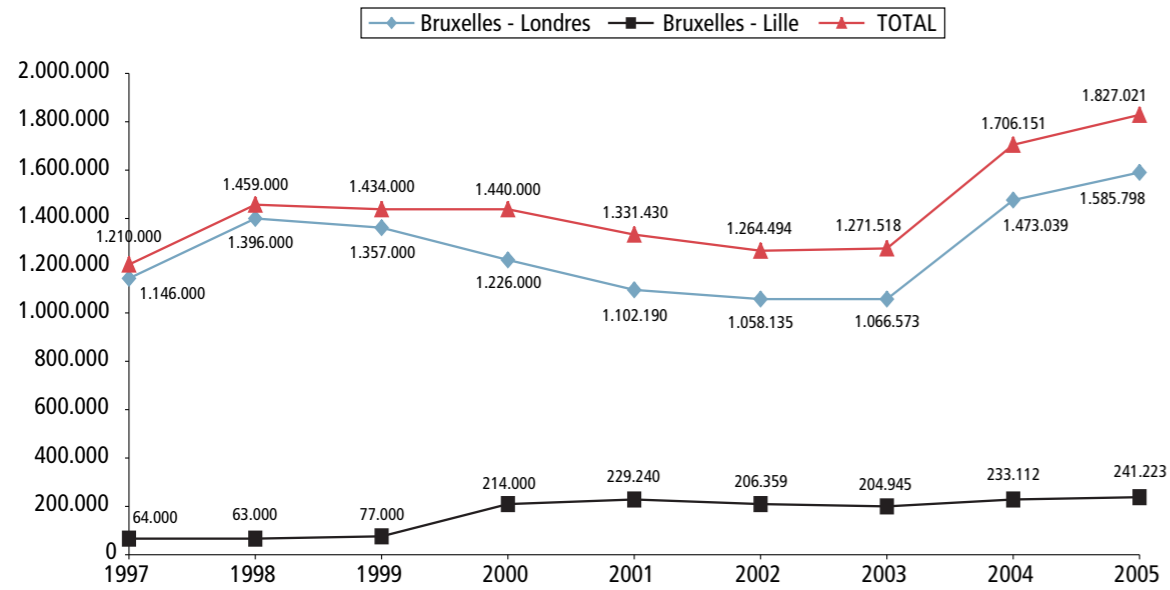
SEXE	RÉPARTITION DES VOYAGEURS
Féminin	Confort 1
Masculin	Confort 2
AGE / POPULATION ACTIVE	NATIONALITÉ
39% a moins de 35 ans 79% de la clientèle est active	France
	Belgique
	Pays-Bas
	Allemagne
	Autres pays
TAUX DE SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE	
Le taux de satisfaction de la clientèle est de 89%	

Source : Thalys International

²² Autres = tarifs groupes, tarifs Tour Opérateurs et les tarifs spéciaux (chiens, handicapés + accompagnateurs, VIP,...).

2.2. Trafic international : Eurostar

2.2.1. Nombre de voyageurs sur Eurostar à partir de et vers Bruxelles de 1997 à 2005



Nombre de trajets	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Variation 2005/2004
Bruxelles - Londres	1.396.000	1.357.000	1.226.000	1.102.190	1.058.135	1.066.573	1.473.039	1.585.798	8%
Bruxelles - Lille	63.000	77.000	214.000	229.240	206.359	204.945	233.112	241.223	3%
TOTAL	1.459.000	1.434.000	1.440.000	1.331.430	1.264.494	1.271.518	1.706.151	1.827.021	7%

Source : SNCB

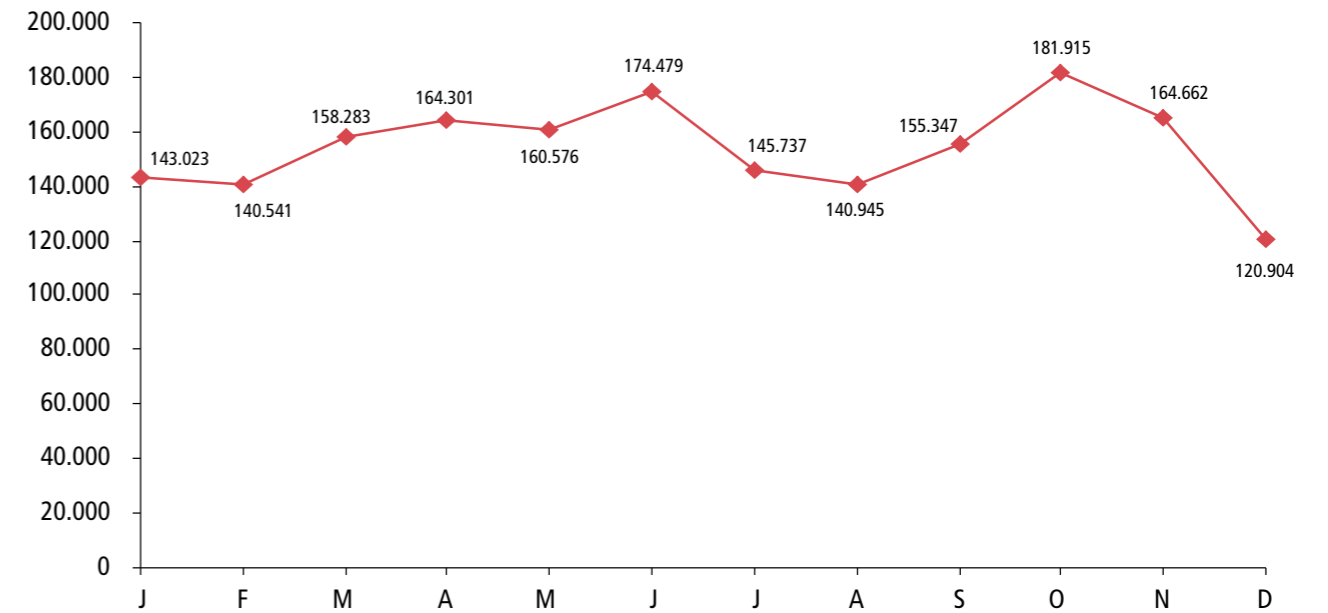
2.2.2. Pourcentage des billets affaires / loisirs sur Eurostar de 2000 à 2004

Types de billets	2000	2001	2003	2004
Affaires	20%	22%	27%	27%
Loisirs	80%	78%	60%	53%
Autres ²³	-	-	13%	20%

Source : Eurostar

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

2.2.3. Nombre de passagers sur Eurostar vers et de Bruxelles par mois



Source : SNCB

2.3. Trafic international : Autres

	2004
TGV-intern	1.489.080
Billet international	1.008.290
Autres	14.204
Total	2.511.574

Source : SNCB 2004

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 20% de 1996 à 2005.

En 2005, le nombre de passagers a augmenté de 4% par rapport à 2004. Les passagers locaux sont le principal élément moteur de l'activité aéronautique à l'aéroport de Bruxelles.

Les destinations les plus prisées sont les pays de l'Union Européenne avec 70%.

Les destinations les plus importantes en nombre de passagers sont Londres, Madrid, Barcelone et Milan. Le nombre de passagers à bord de vols charter a augmenté de 6%.

■ L'AÉROPORT DE BRUSSELS SOUTH À CHARLEROI

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

1.873.349 passagers ont été enregistrés à l'aéroport de Charleroi Bruxelles Sud au cours de l'année 2005, soit une baisse de trafic de 8 % par rapport à 2004. Cette réduction de trafic est essentiellement due à :

- l'arrêt de la destination Londres en avril 2004
- la réduction de fréquences vers certaines destinations décidée par Ryanair en cours d'année (Pise, Bergamo et Shannon)
- la succession de plusieurs jours de brouillard en octobre et novembre
- les actions de grève du mois d'octobre

Néanmoins, l'optimisme est de mise car BSCA a signé un contrat sur 10 ans avec Ryanair et le lancement de 5 nouvelles destinations.

Un nouveau terminal verra le jour pour l'été 2007.

Positionnement de Bruxelles

Le rayonnement vers Bruxelles est indéniable, vu que 55% des séjours se passent à Bruxelles.

Les utilisateurs de ces compagnies bon marché ne sont pas uniquement des touristes d'agrément (+ voir des amis ou de la famille) (63%) mais également des hommes d'affaires (28%).

■ LE TRANSPORT FERROVIAIRE PAR THALYS

Pour Paris, le nombre de passagers a augmenté de 14,4% sur la ligne Thalys de 1999 à 2005 et a également augmenté de 7% par rapport à 2004.

La destination vers Amsterdam a progressé de 3% et celle de Cologne reste stable en 2005 par rapport à 2004.

Les mois les plus fréquentés sont d'avril à juin et de septembre à novembre.

Les mois les moins fréquentés sont janvier à mars, de juillet à août et décembre.

■ LE TRANSPORT FERROVIAIRE PAR EUROSTAR

Le nombre de passagers de Londres sur la ligne Eurostar a augmenté de 16,8% de 1999 à 2005. Il augmente de 8% en 2005 par rapport à 2004.

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

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

LES PARTENAIRES DE L'OBSERVATOIRE :

Fédération Horeca Bruxelles
Loger Jeunes
Bed & Brussels
Taxi Stop
Direction générale Statistique et Information Economique
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 Incomings
Brussels South Charleroi Airport

AVEC LA COLLABORATION DE :

Institut Arthur Haulot
Onthaal en Promotie Brussel
Observatoire du Public des établissements scientifiques fédéraux
B.B.C.

CONTACT :

Béatrice Walgraeve
Chaussée de Charleroi, 111
1060 Bruxelles
T. : 02/504 02 36
F. : 02/513 69 50

e-mail : bwalgraeve@obs.irisnet.be
<http://www.observatoiretourisme.irisnet.be>

