

Le comportement touristique des flamands selon le WES

Rik DE KEYSER

Directeur du WES vzw



Recherche
et Stratégies
Vivifiantes



Recherche
et Stratégies
Vivifiantes

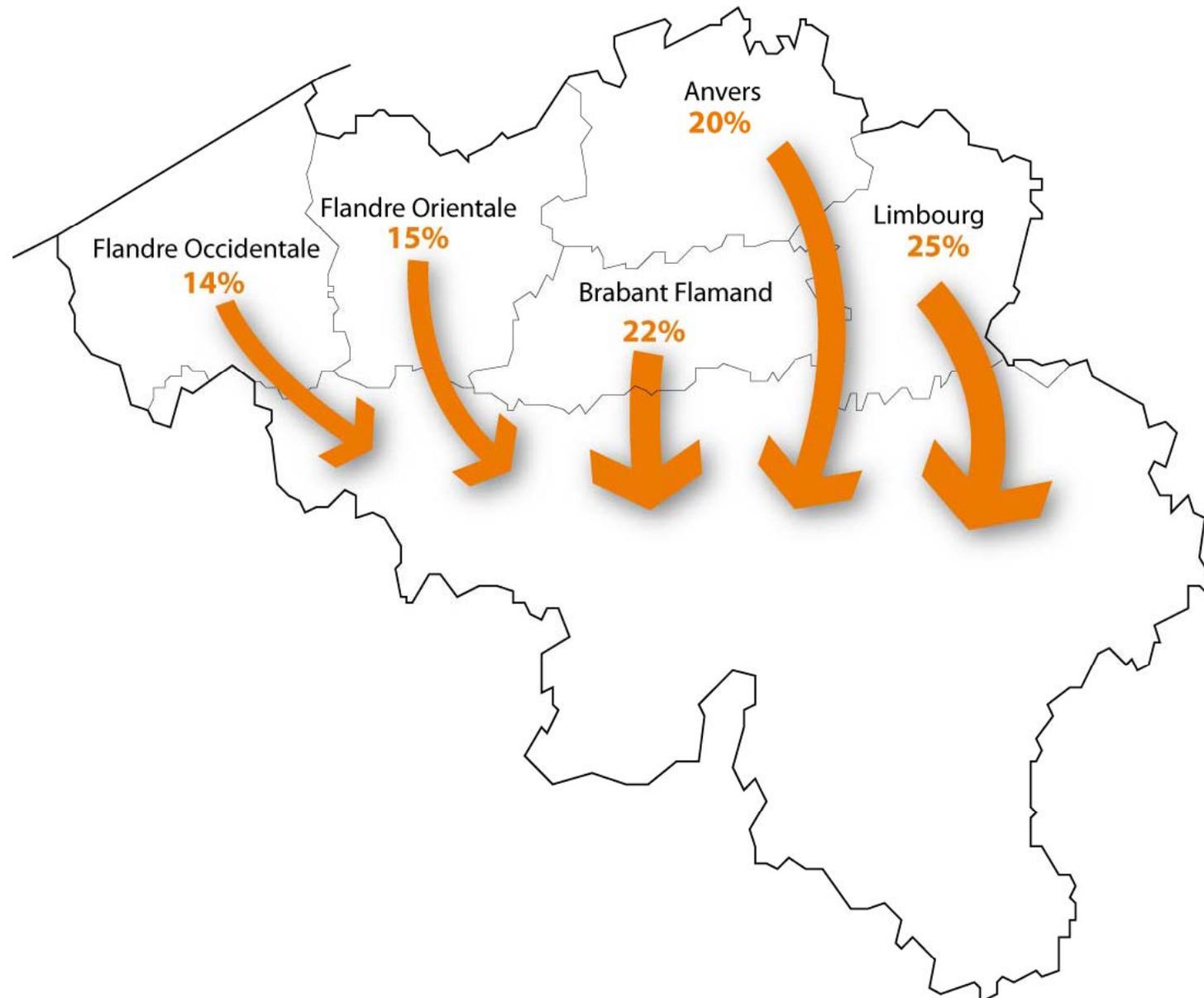
Le marché touristique en Flandre

Mons, 27 octobre 2010

Les excursions des Flamands

Le comportement touristique des Flamands

Excursions des Flamands vers la Wallonie en 2004



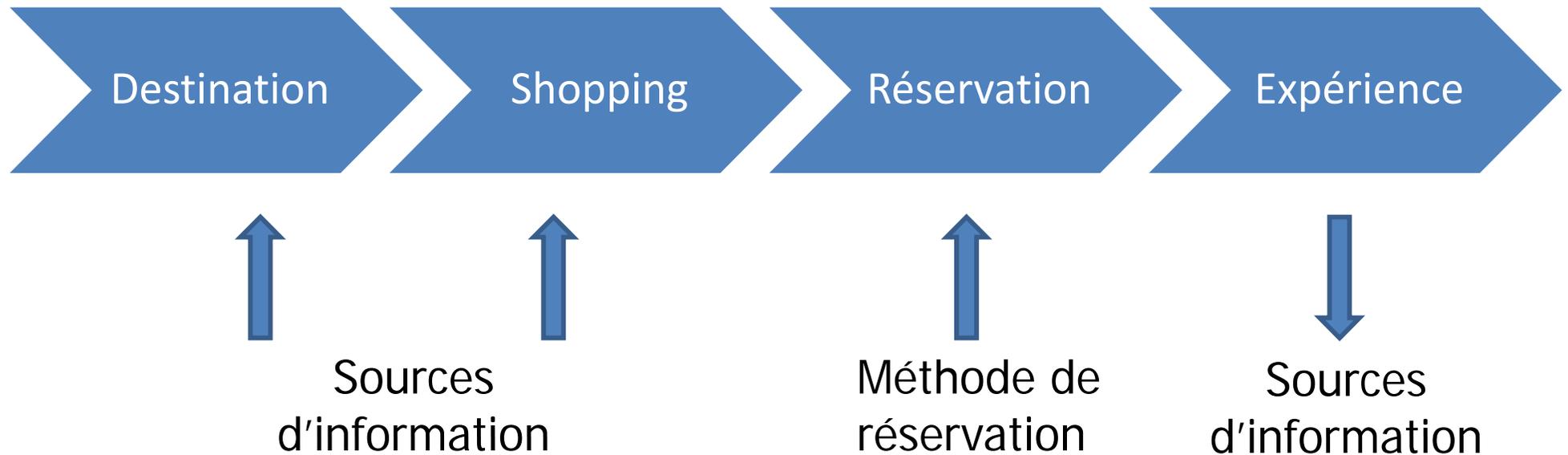
Les excursions des Flamands

Le comportement touristique des Flamands

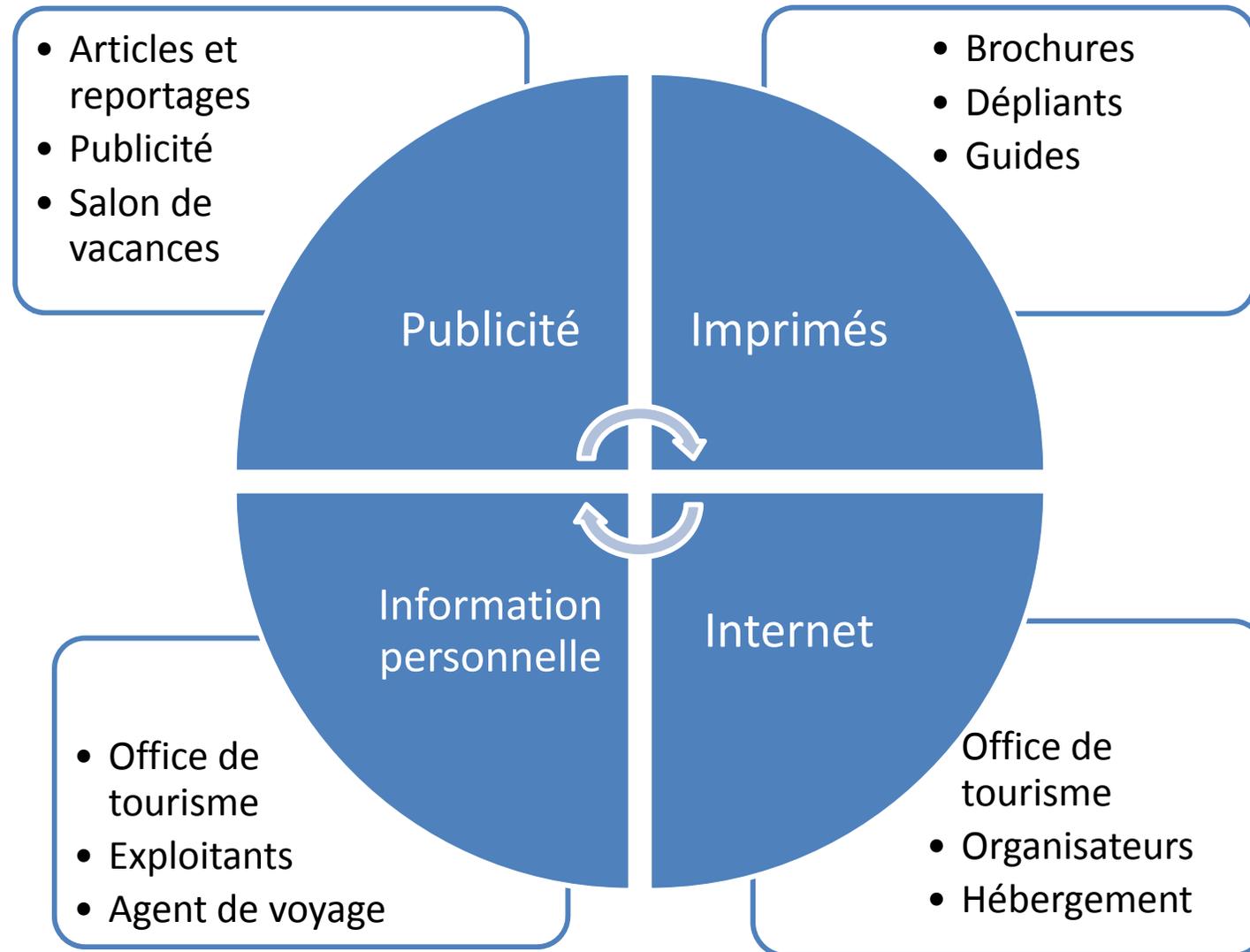
Le processus d'achat



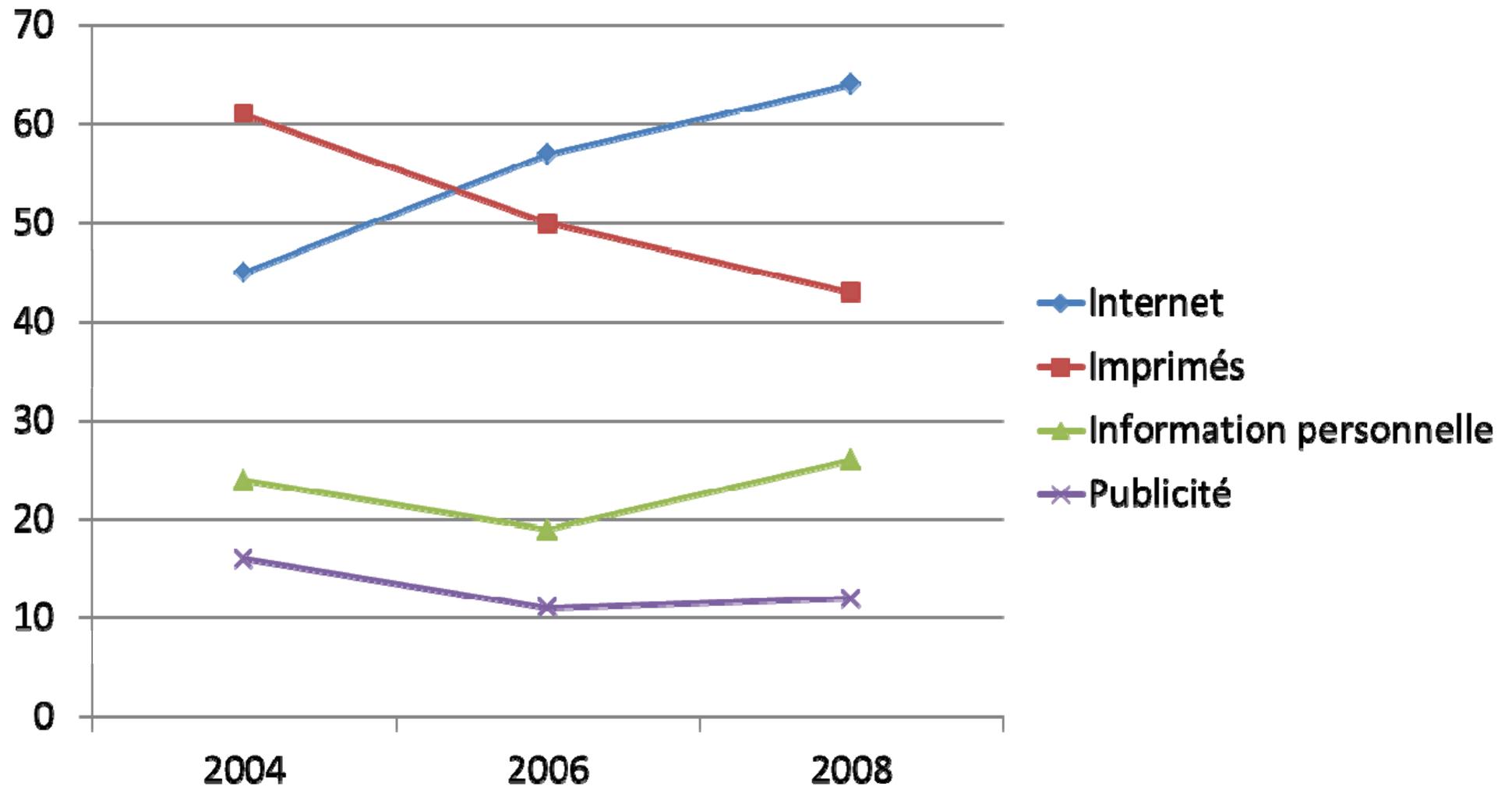
Le processus d'achat



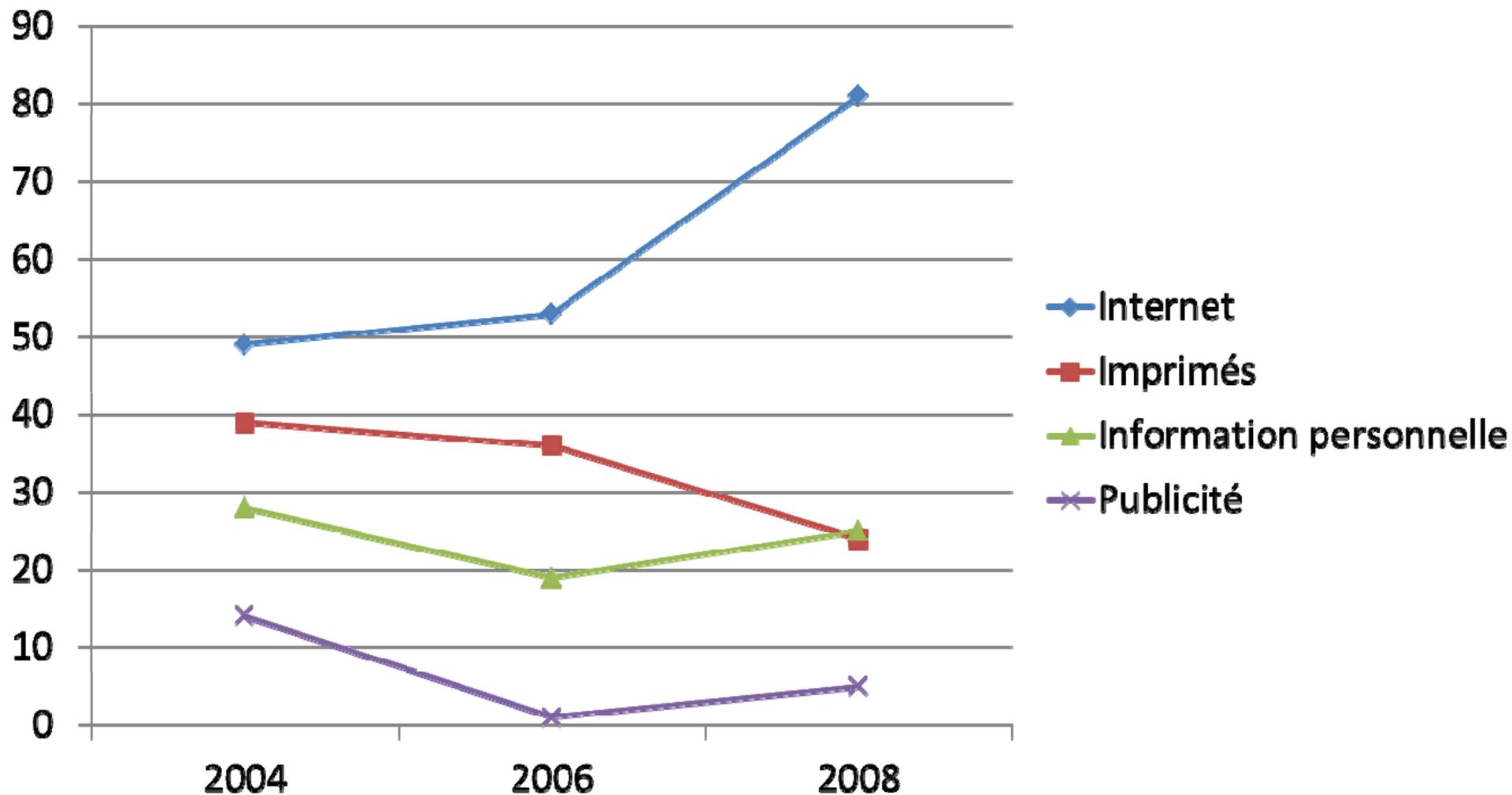
Les sources d'information



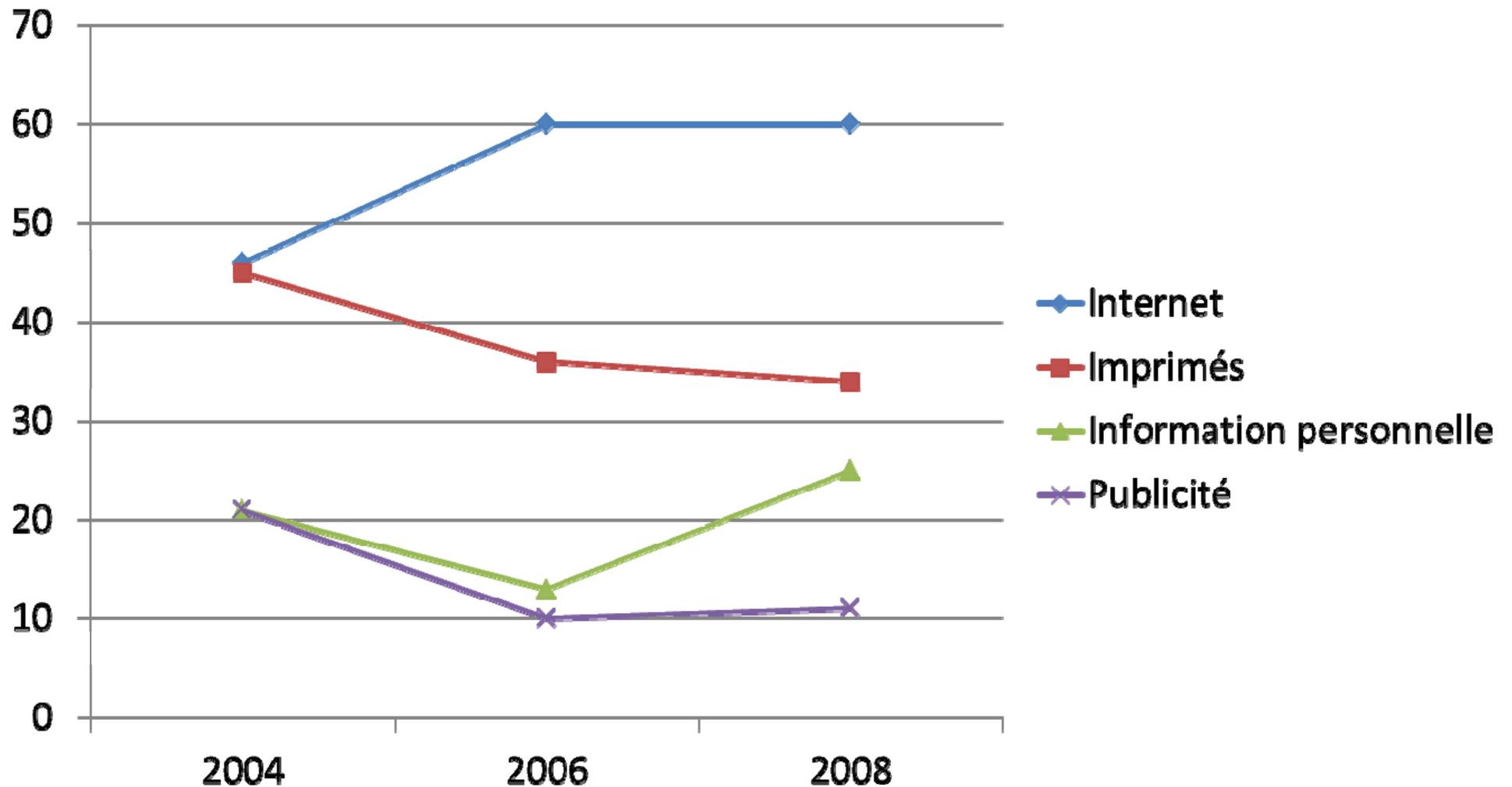
Les sources d'information utilisées par les Flamands (en %, vacances longues)



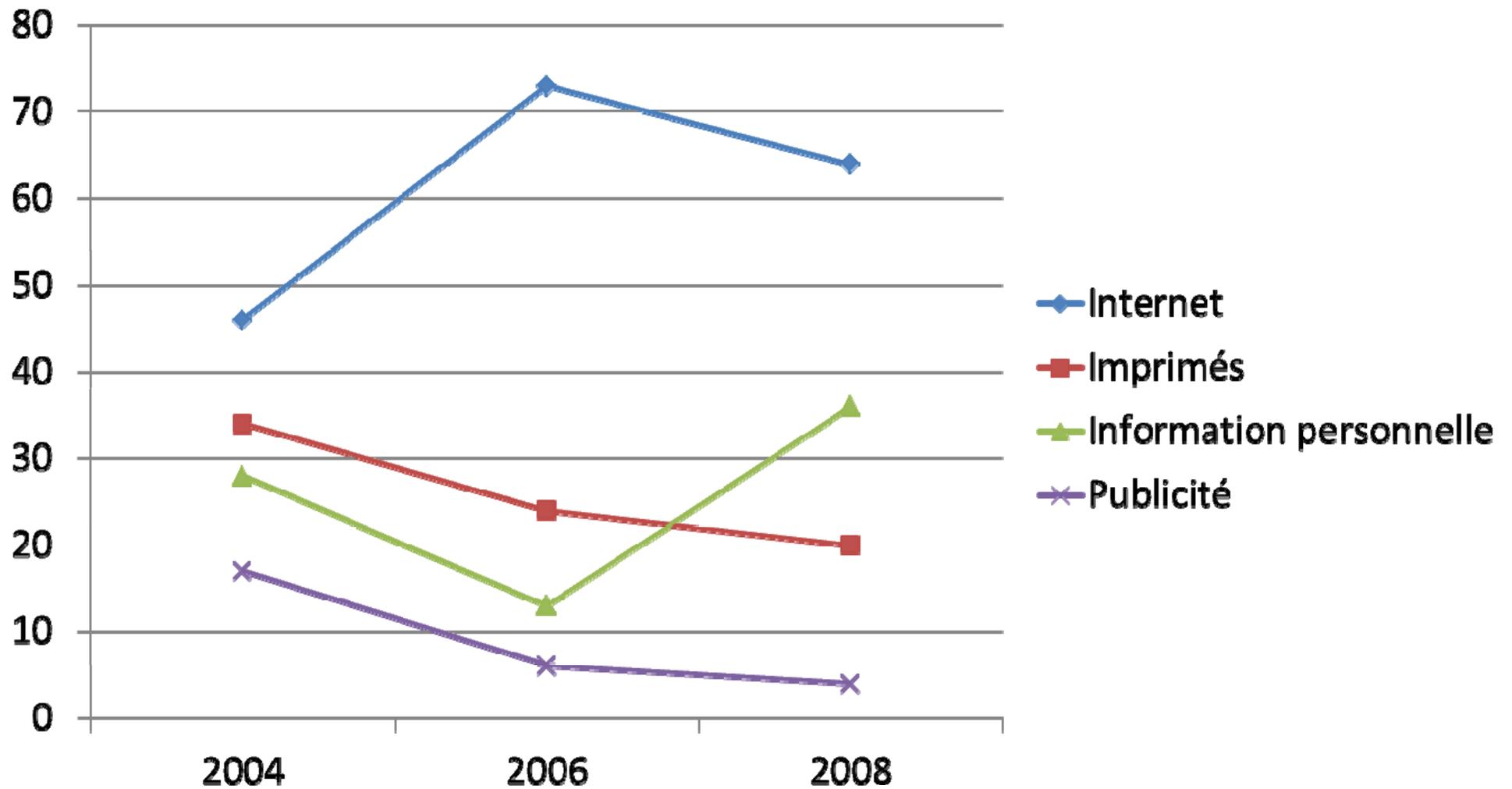
Les sources d'information utilisées par les Flamands (en %, vacances longues en Wallonie)



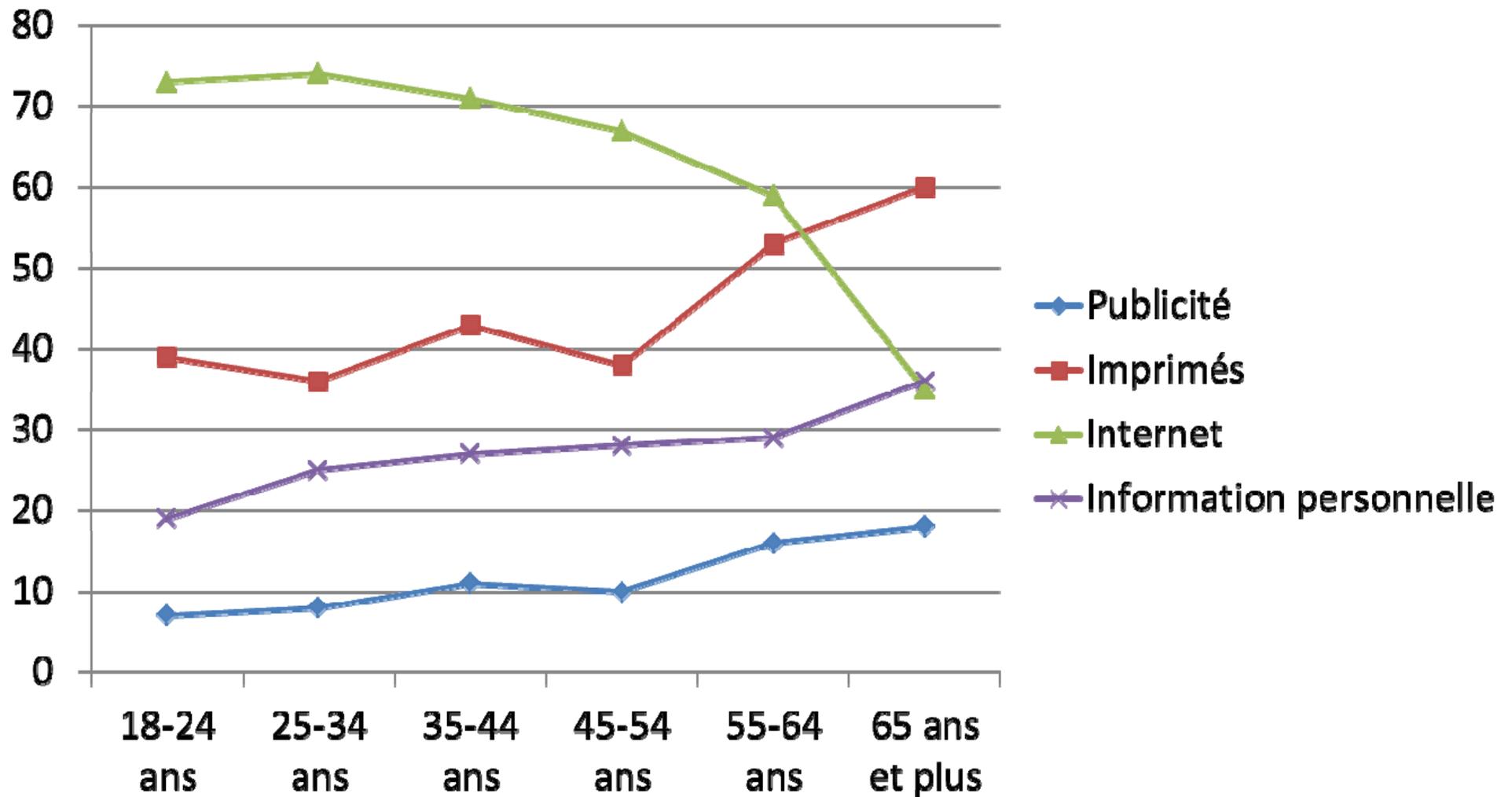
Les sources d'information utilisées par les Flamands (en %, vacances courtes)



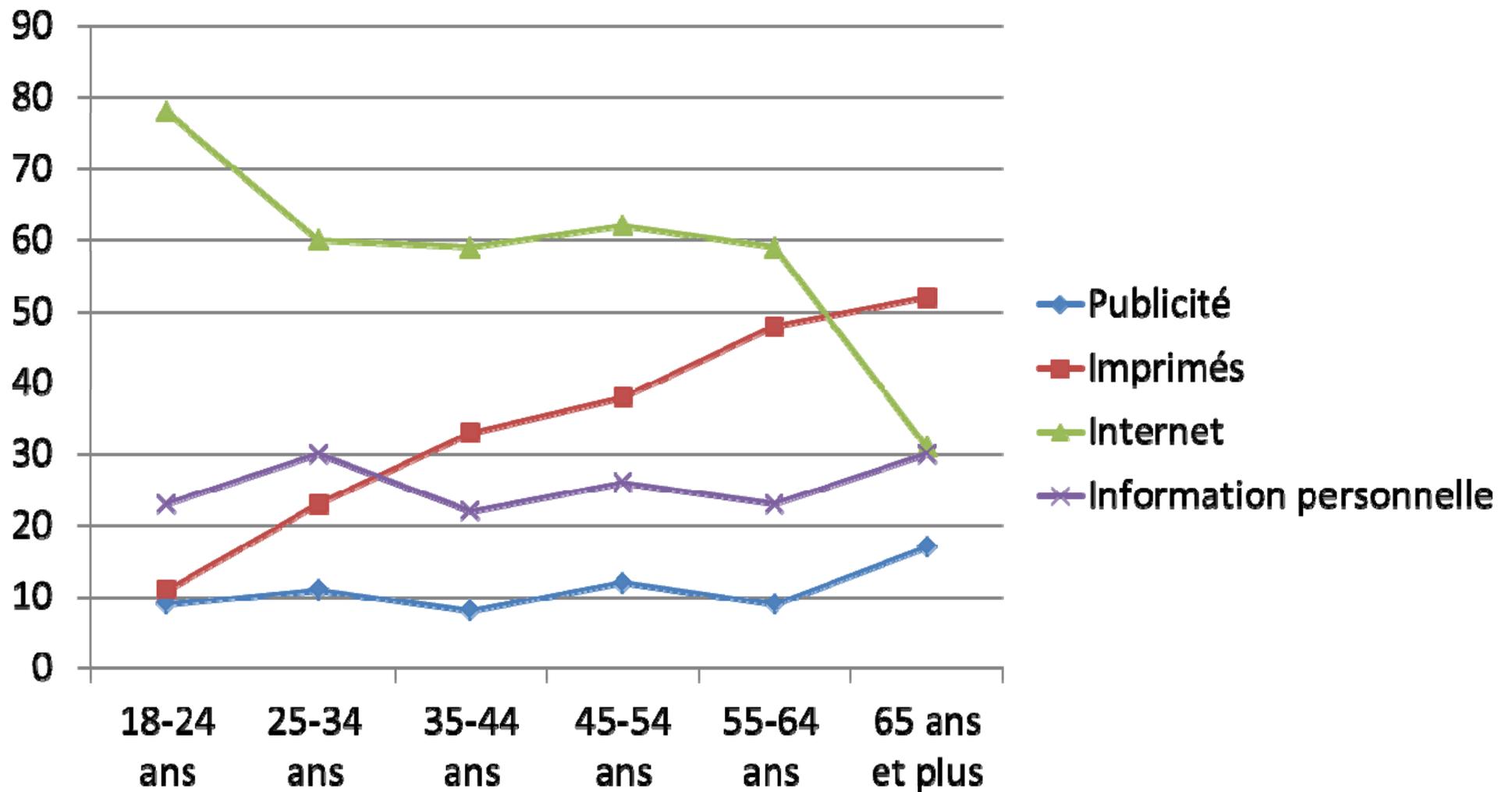
Les sources d'information utilisées par les Flamands (en %, vacances courtes en Wallonie)



Les sources d'information utilisées par les Flamands, selon les catégories d'âge (en %, vacances longues en 2008)

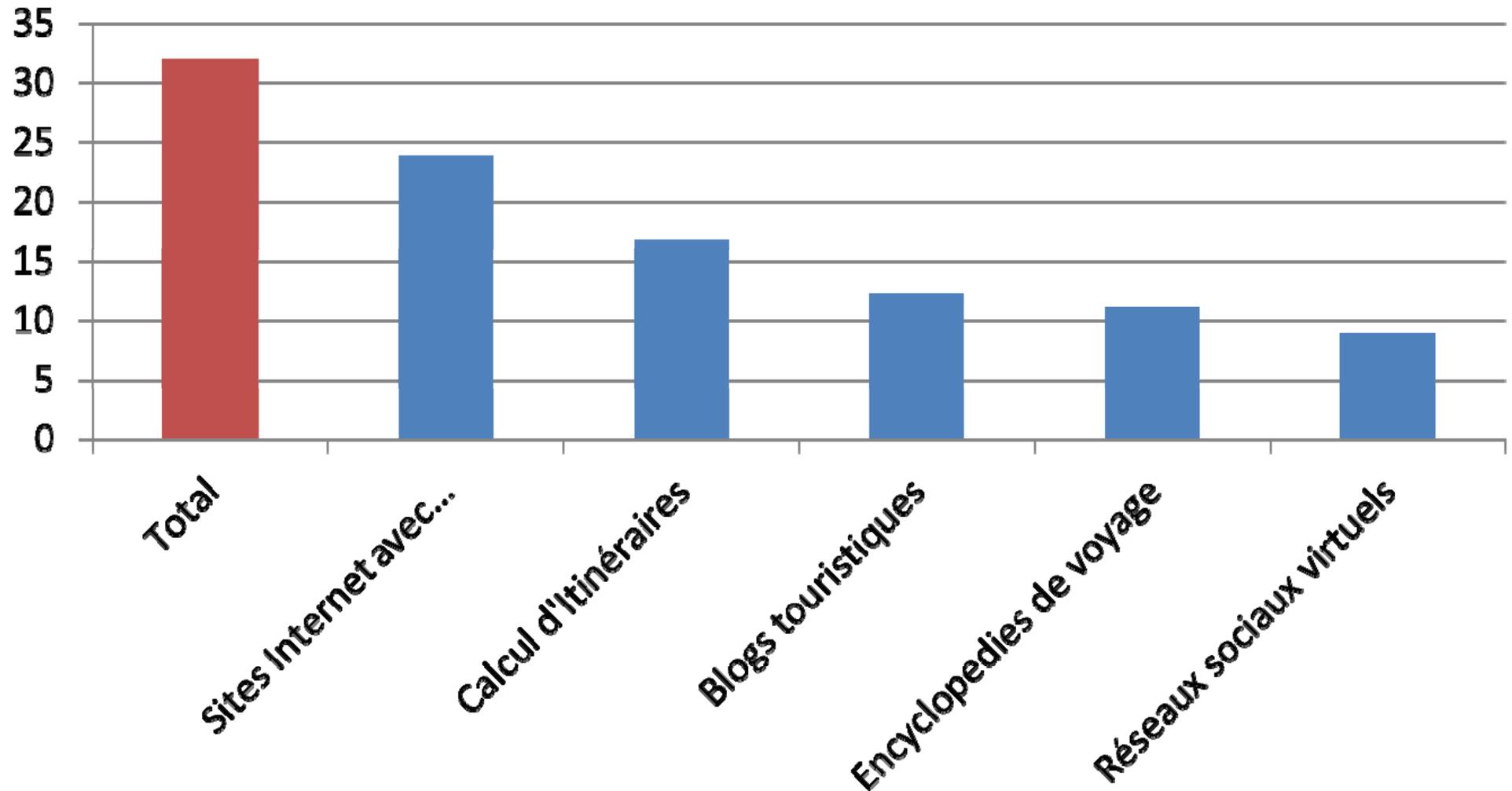


Les sources d'information utilisées par les Flamands, selon les catégories d'âge (en %, vacances courtes en 2008)

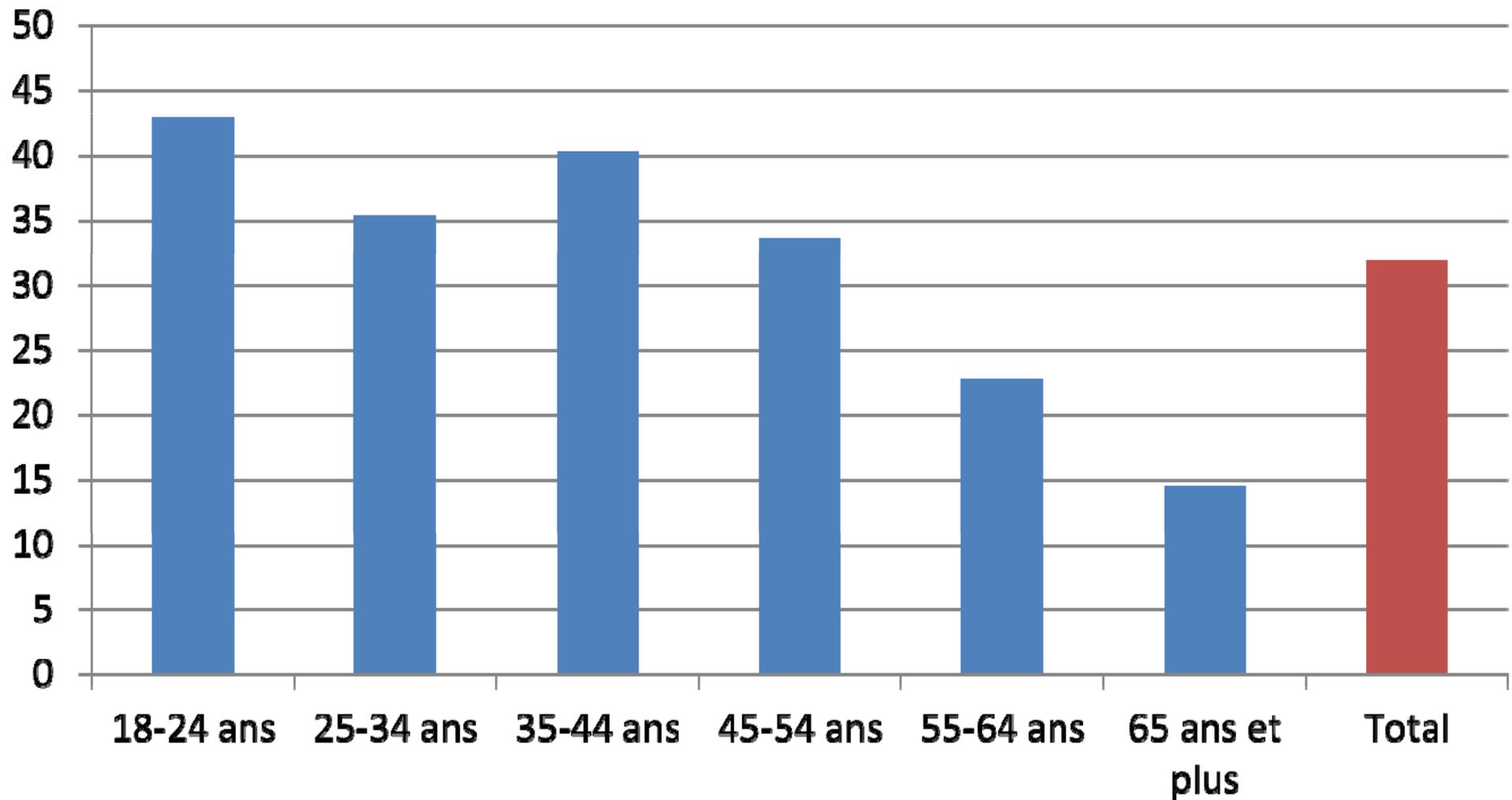


Les sources d'information utilisées par les Flamands: utilisation des expériences d'autres vacanciers sur Internet

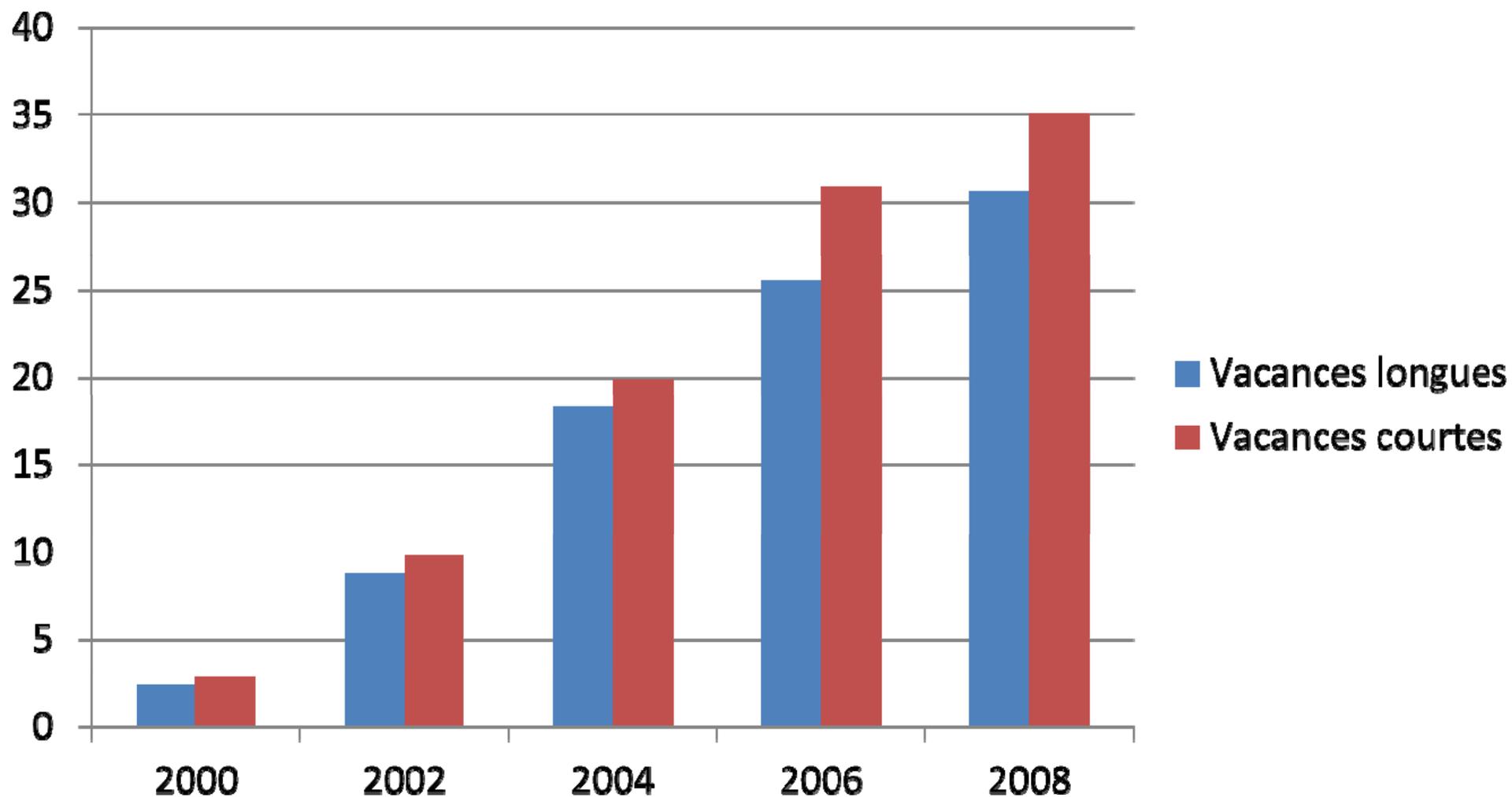
(en %, vacanciers potentiels en 2010)



Les sources d'information utilisées par les Flamands: utilisation des expériences d'autres vacanciers sur Internet, selon les catégories d'âge (en %, vacanciers potentiels en 2010)

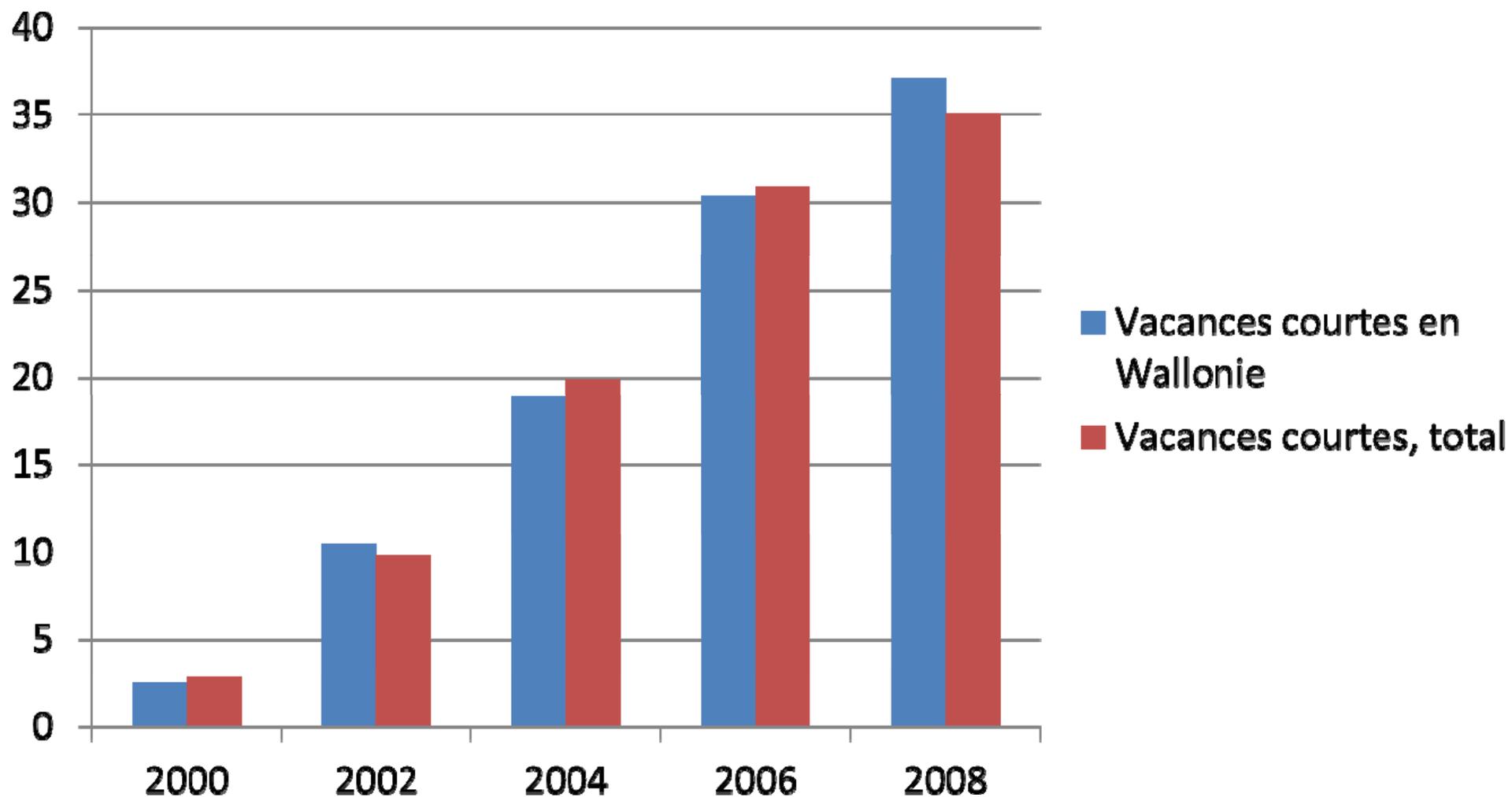


La réservation sur Internet par les Flamands (en %)



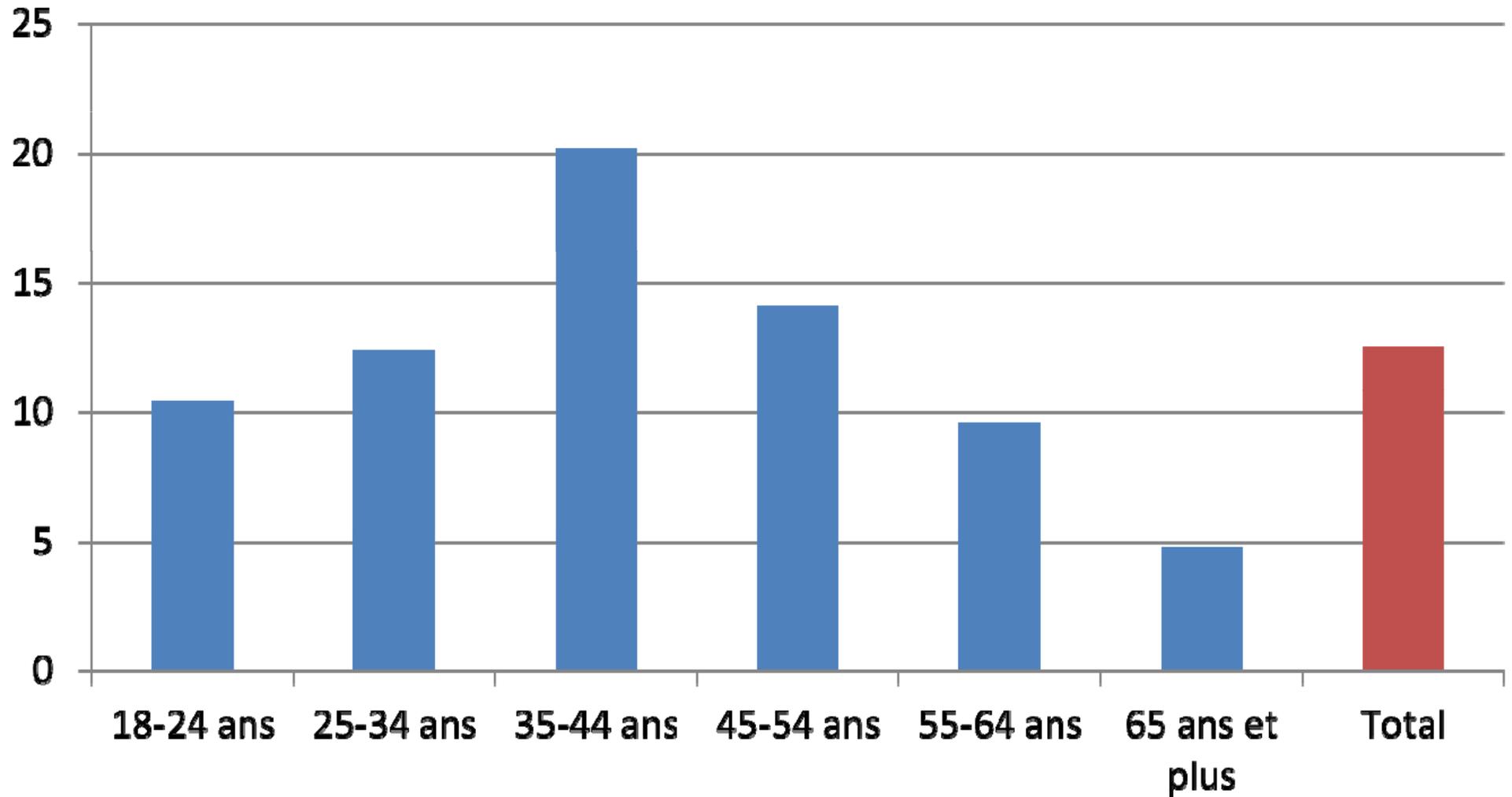
La réservation sur Internet par les Flamands

(en %, vacances courtes, total et en Wallonie)



Expérience comme source d'information: avis de voyageurs mis sur Internet, selon les catégories d'âge

(en %, vacanciers potentiels en 2010)



Conclusions

- La Flandre constitue un marché important pour la Wallonie
- Nous voyons de grands glissements dans le comportement de réservation des Flamands et leur façon de rechercher des informations
- Il convient de supposer que ces tendances, soit dans une mesure un peu moindre, comptent également pour les excursions d'un jour
- En ce moment, nous sommes dans une phase de transition dans laquelle les médias classiques comme les médias nouveaux sont importants
- Ces évolutions sont fortement reliées à l'âge. N'oublions pas que les personnes de plus de 55 ans deviennent un groupe-cible toujours plus important
- Il ne faut pas se limiter aux communications on-line, néanmoins, celles-ci gagnent toujours en importance

Merci de votre attention!



Rik De Keyser

Administrateur-directeur

T +32 50 36 71 02
rik.dekeyser@wes.be



Recherche
et Stratégies
Vivifiantes

WES asbl

Baron Ruzettelaan 33
BE-8310 Assebroek-Brugge
T +32 50 36 71 36
F +32 50 36 31 86
info@wes.be
www.wes.be