

Sondages clientèle en Wallonie

2022/2023



Le sondage clientèles 2022-2023

Le profil des visiteurs

1. Note méthodologique
2. Le tourisme en Wallonie
3. Qui, comment, quoi?
4. Les critères de choix d'un séjour/excursion en Wallonie
5. La fidélité des touristes/excursionnistes
6. Les activités pratiquées en Wallonie
7. Les dépenses des touristes
8. La satisfaction des touristes/excursionnistes
9. Les comportements durables des touristes/excursionnistes
10. Les touristes/excursionnistes face à la conjoncture actuelle
11. Les touristes/excursionnistes à besoins spécifiques
11. Les touristes/excursionnistes et la digitalisation
12. Nos touristes/excursionnistes de proximité

1. Note méthodologique

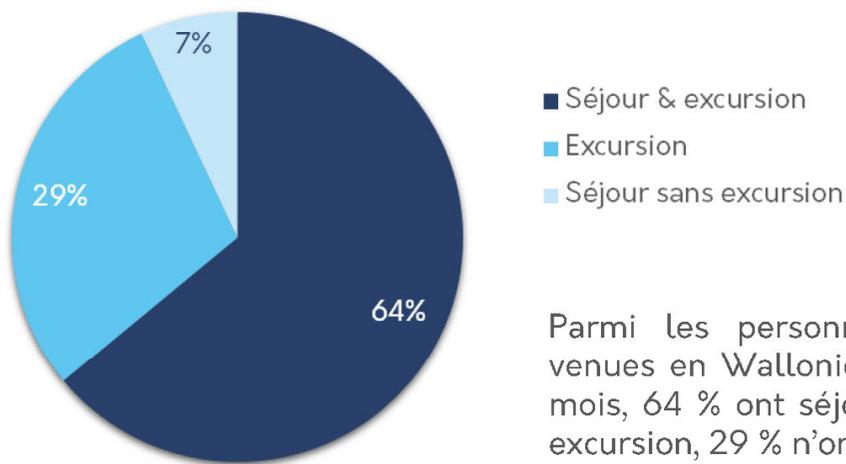
Source : Incidence – Traitements OwT

Les résultats présentés ici sont tirés du rapport consolidé des 4 vagues du sondage clientèles commandité par l'OwT en 2022.

Ce sondage porte sur:

- ❑ Les touristes et excursionnistes venus en Wallonie au cours des 12 derniers mois
- ❑ Un échantillon issu de Belgique francophone, Belgique néerlandophone, France, Pays-Bas, Allemagne et Royaume-Uni
- ❑ Pour chaque vague, 5.000 personnes sont interrogées (via Internet)
- ❑ La marge d'erreur est de 1,4%

Les cibles types interrogées



Parmi les personnes interrogées qui sont venues en Wallonie au cours des 12 derniers mois, 64 % ont séjourné et fait au moins une excursion, 29 % n'ont pas passé une nuit, et 7 % ont séjourné au moins une nuit, mais sans faire d'excursion.

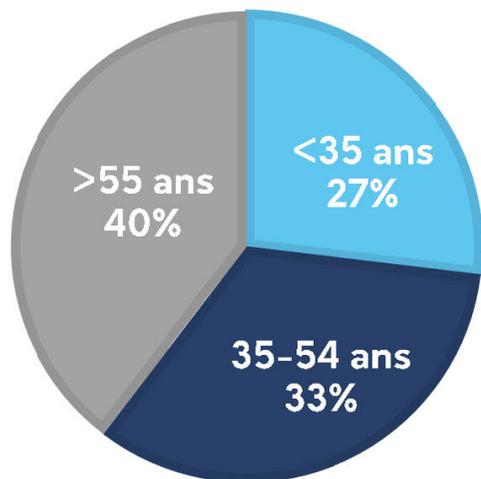
- ❖ 72% des répondants n'ont jamais séjourné ni visité la Wallonie
- ❖ Les répondants ont pris en moyenne 12 à 13 jours de vacances en dehors de leur domicile au cours des 12 derniers mois

2. Le tourisme en Wallonie

Source : Incidence – Traitements OwT

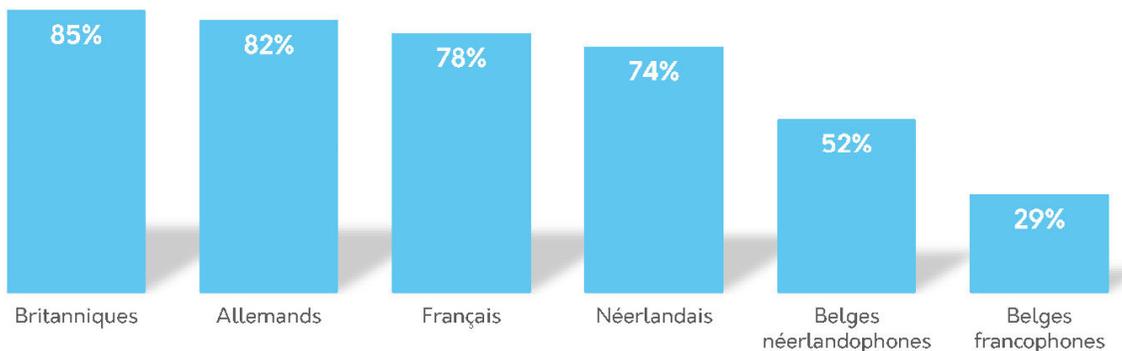
Focus sur les non-visiteurs (ni visité ni séjourné au cours des 12 derniers)

❖ 72% n'ont jamais visité ni séjourné en Wallonie



Les principaux freins à un nouveau séjour en Wallonie:

- ❖ Envie de connaître de nouvelles destinations (28%)
- ❖ Connaissent déjà (15%)
- ❖ Météo (9%)
- ❖ Manque d'attractivité (7%)
- ❖ Destination chère (6%)



2. Le tourisme en Wallonie

Source : Incidence – Traitements OwT

Quels mots, idées vous viennent à l'esprit quand vous entendez « tourisme en Wallonie » ?

Idées spontanées des non-visiteurs*



* Ne se sont pas rendus en Wallonie au cours des 12 derniers mois

Idées spontanées des visiteurs**



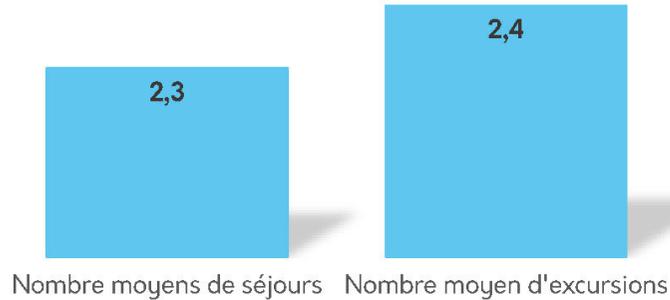
** Se sont rendus en Wallonie au cours des 12 derniers mois

- ❖ 64% des non-visiteurs ont une bonne image de la Wallonie (score d'attractivité de 6,8/10).
- ❖ Toutefois, l'image est portée principalement par des clichés « nature », « paysage », « accueil »...
 - Elle est peu diversifiée, on ne retrouve par exemple pas (ou très peu) d'activités ou d'attractions spécifiques qui pourraient servir de locomotive de l'attractivité du tourisme wallon.
 - Elle est cohérente entre les visiteurs et les non-visiteurs

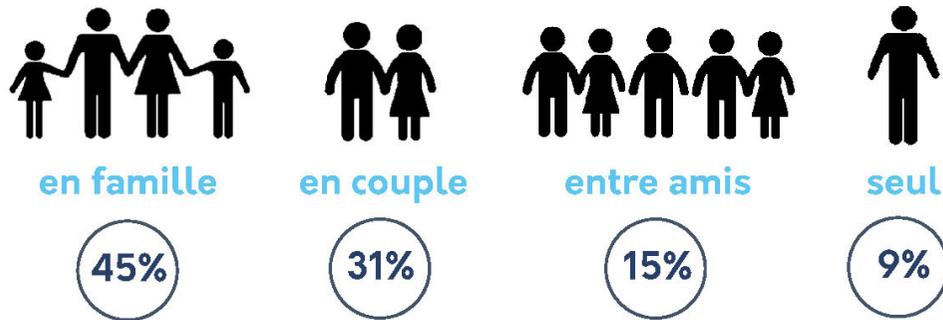
3. Qui, comment, quoi?

Source : Incidence – Traitements OwT

Au cours des 12 derniers mois, combien de fois vous êtes-vous rendu(e) en Wallonie?



Concernant votre dernière expérience en Wallonie, avec qui était-ce?



- ❖ 73% des visiteurs se rendent en Wallonie en voiture personnelle et 12% en train.
- ❖ Une fois sur place, 39% des visiteurs se déplacent en voiture privée/personnelle et 10% à pied.

Lors de votre dernier séjour, dans quel(s) type(s) d'hébergement avez-vous séjourné?



Hôtels



Hébergements de terroir



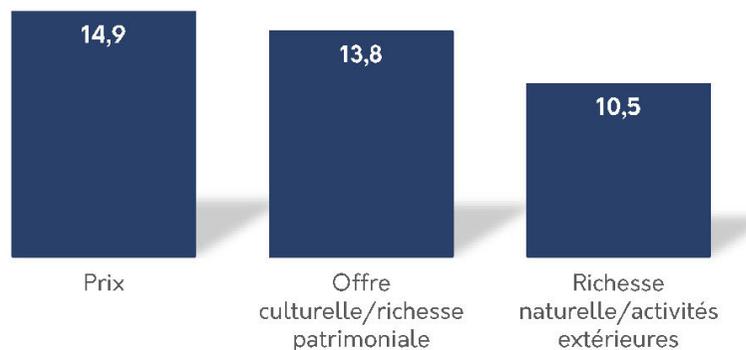
- ❖ Objectif principal du séjour/excursion :
 - Faire du tourisme, se détendre, visiter
 - Rendre visite à des amis, de la famille

4. Les critères de choix d'un séjour/excursion en Wallonie

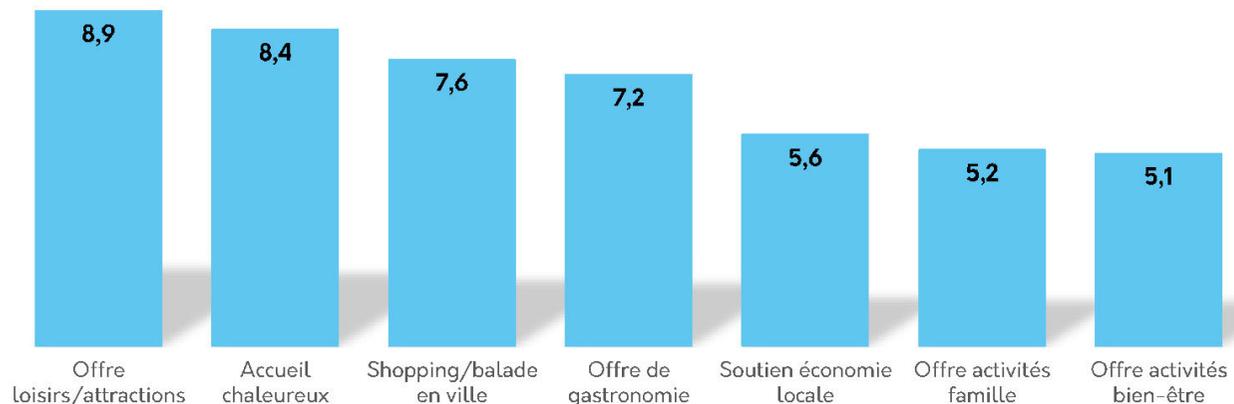
Source : Incidence – Traitements OwT

Parmi les éléments suivants, lequel est le plus important pour le choix d'un séjour ou excursion touristique en Wallonie et à l'inverse, quel est le moins important ?

Critères très importants



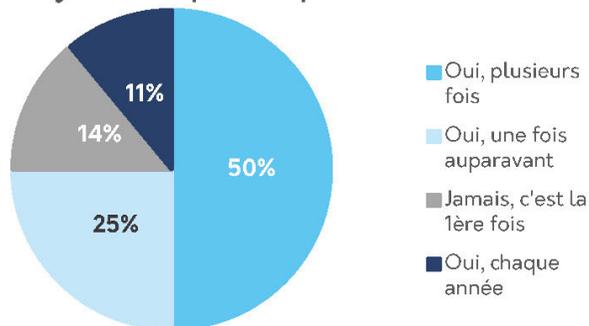
Autres critères



5. La fidélité des touristes/excursionnistes

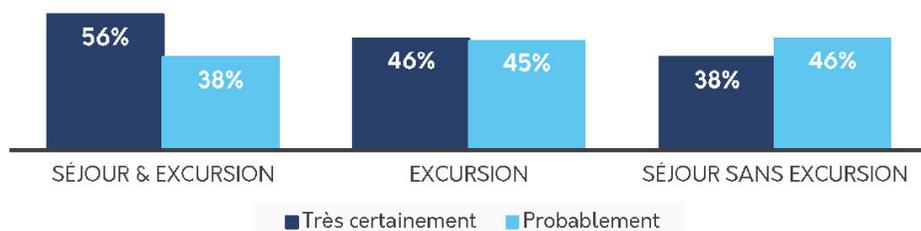
Source : Incidence – Traitements OwT

Vous êtes venu au cours des 12 derniers mois.
Etes-vous déjà venu par le passé?



❖ 86% des visiteurs sont déjà venus auparavant en Wallonie, dont la moitié plusieurs fois.

Les touristes reviendront vs cible interrogée

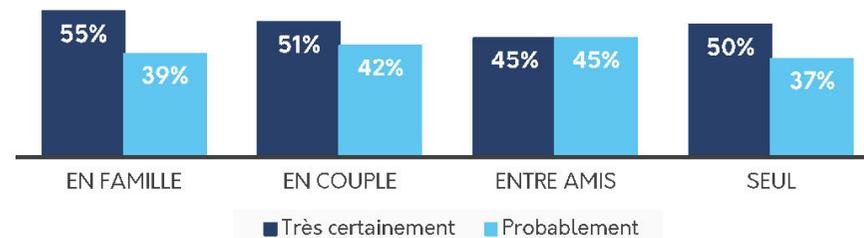


Pensez-vous qu'à l'avenir vous reviendrez en Wallonie?



❖ 92% des touristes reviendront, dont plus de la moitié très certainement.

Les touristes reviendront vs catégorie de visiteurs



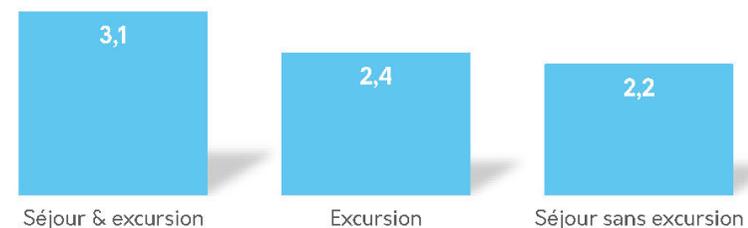
6. Les activités pratiquées en Wallonie

Source : Incidence – Traitements OwT

Qu'avez-vous fait la dernière fois que vous vous êtes rendu en Wallonie?

- ❖ Le nombre moyen d'activités différentes pratiquées en Wallonie par les touristes/excursionnistes se monte à 2,8

Le nombre moyen d'activités selon les cibles types



Le top 10 des activités pratiquées en Wallonie par les touristes/excursionnistes



7. Les dépenses des touristes

Source : Incidence – Traitements OwT

Budget total

(trajet, hébergement, achats divers, visites, activités, ...)

par personne

et par jour:

126 €

Budget par poste spécifique



45 €



25 €



20 €



18 €

8. La satisfaction des touristes/excursionnistes

Source : Incidence – Traitements OwT

- ❖ 78% des touristes/excursionnistes sont satisfaits de leur dernier séjour en Wallonie. Parmi ceux-ci, 32% sont même enchantés.
- ❖ Les plus de 55 ans sont les plus satisfaits (93%) tandis que les moins de 35 ans le sont le moins (65%)

→ La visite semble essentielle pour fidéliser les touristes :

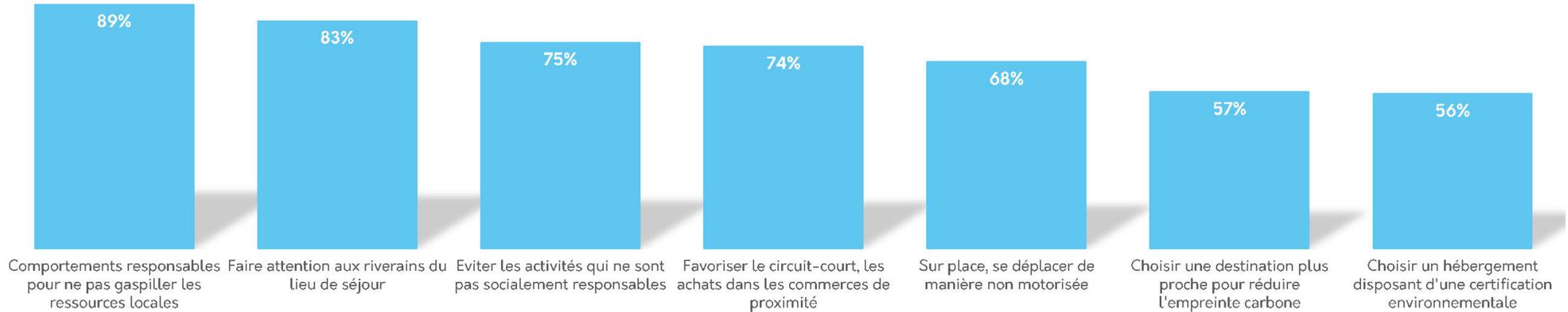
- Lorsqu'une visite a été réalisée, l'intention de fréquentation ultérieure de la Wallonie est toujours plus importante que lorsqu'il n'y a pas eu de visite.
- Les touristes qui n'ont pas réalisé de visite sont significativement moins satisfaits de leur dernière expérience que lorsqu'une visite a été réalisée.
- Lorsqu'une visite a été réalisée, la satisfaction de l'expérience est significativement meilleure.

- ❖ Importance de favoriser les séjours ET visites => promotion des hébergements par les attractions/musées pour faire revenir les touristes

9. Les comportements durables des touristes/excursionnistes

Source : Incidence – Traitements OwT

En général, lorsque vous voyagez, adoptez-vous les pratiques suivantes?



❖ Les touristes/excursionnistes plus âgés sont plus respectueux des riverains :

- ❑ 93% pour les >55ans
- ❑ 85% pour les 35-54 ans
- ❑ 75% pour les <35 ans

❖ Les couples et les touristes en famille sont plus respectueux des riverains (respectivement 86% et 84% contre 81% pour les touristes entre amis et 77% pour les personnes seules).

10. Les touristes/excursionnistes face à la conjoncture actuelle

Source : Incidence – Traitements OwT

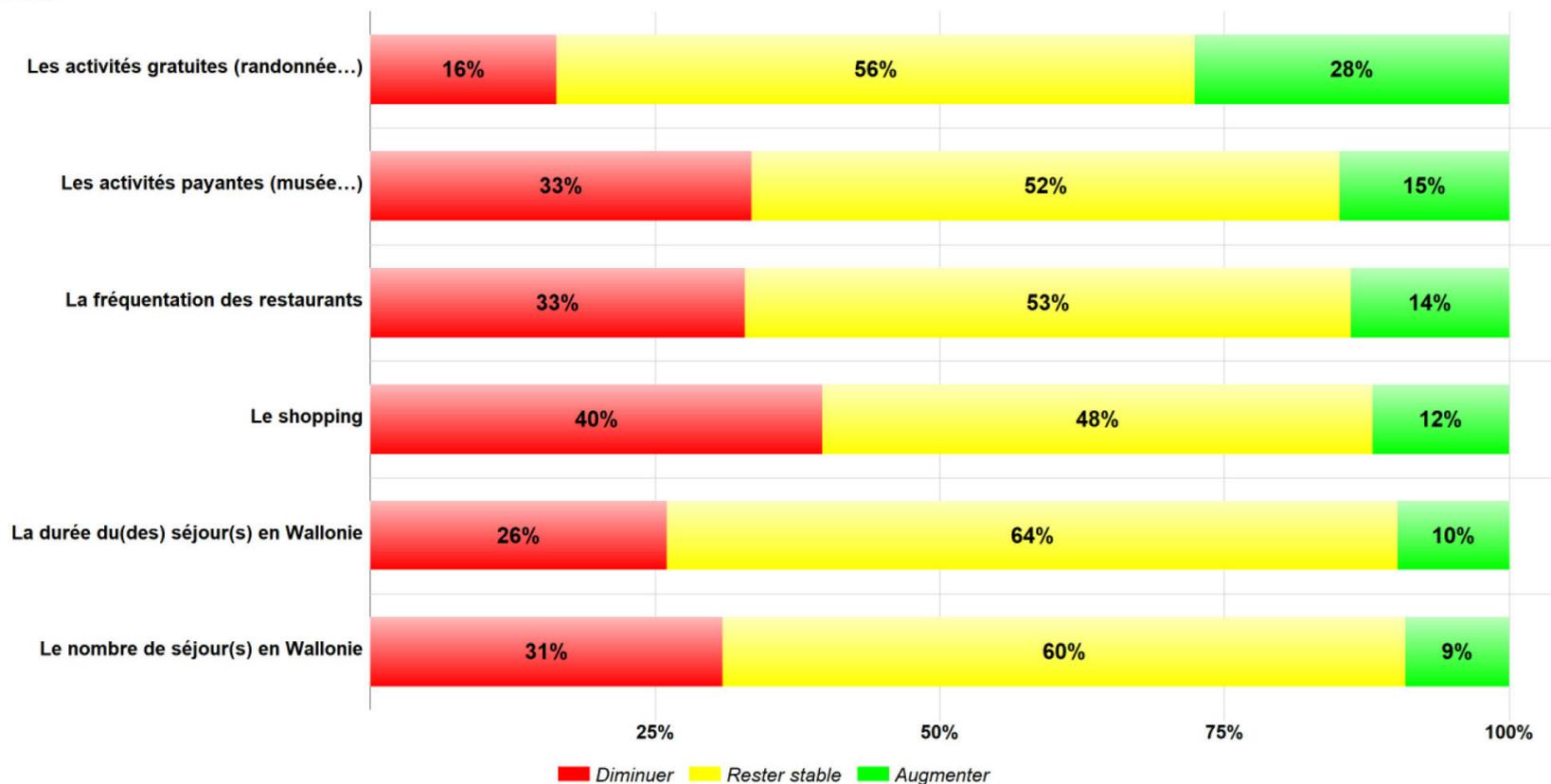
Parmi les éléments que nous vivons actuellement, pouvez-vous indiquer lesquels ont eu ou vont avoir un impact sur vos séjours/excursions en Wallonie?



10. Les touristes/excursionnistes face à la conjoncture actuelle

Source : Incidence – Traitements OwT

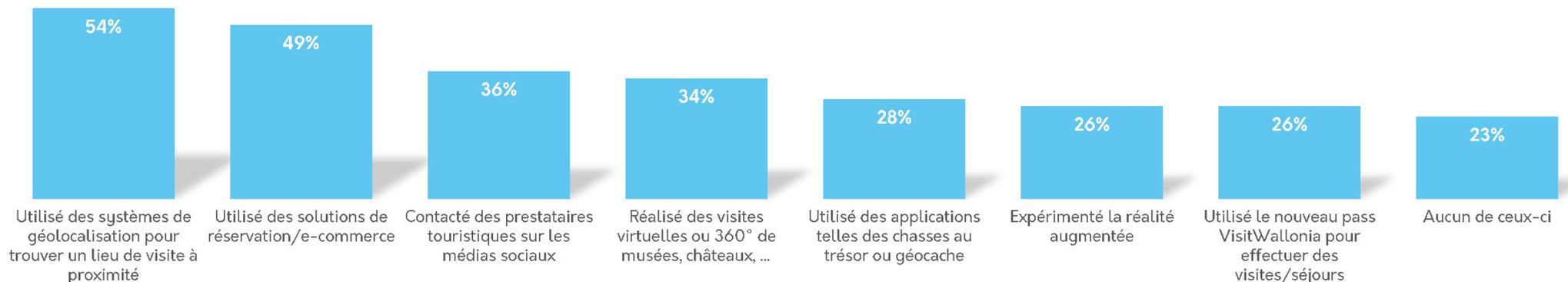
Parmi les éléments que nous vivons actuellement, pouvez-vous indiquer quelle influence ils ont eu sur les activités suivantes?



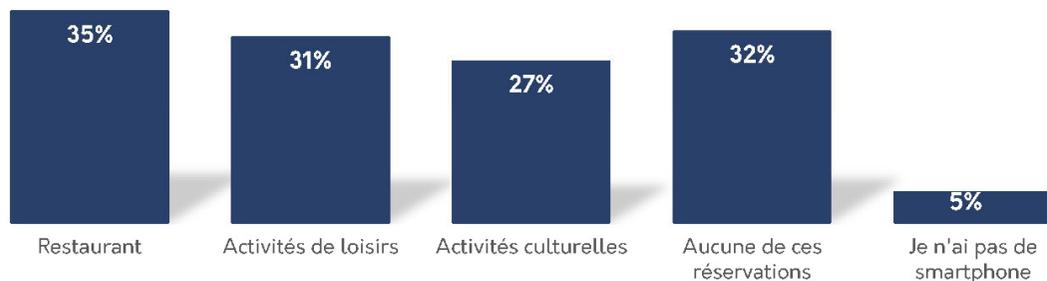
11. Les touristes/excursionnistes et la digitalisation

Source : Incidence – Traitements OwT

Sur un smartphone, vous avez déjà ...



Hors hébergement, quel(s) type(s) de réservation en ligne avez-vous effectué(s)?



- ❖ Grosse fracture numérique suivant l'âge des répondants. Les <35 ans sont largement au-dessus de la moyenne concernant l'utilisation du smartphone tandis que les >55 ans sont largement en-dessous (38% n'ont d'ailleurs jamais expérimenté un des systèmes proposés).
- ❖ 17% des <35 ans n'ont jamais fait de réservation en ligne contre 31% pour les 35-54 ans et 58% pour les >55 ans.

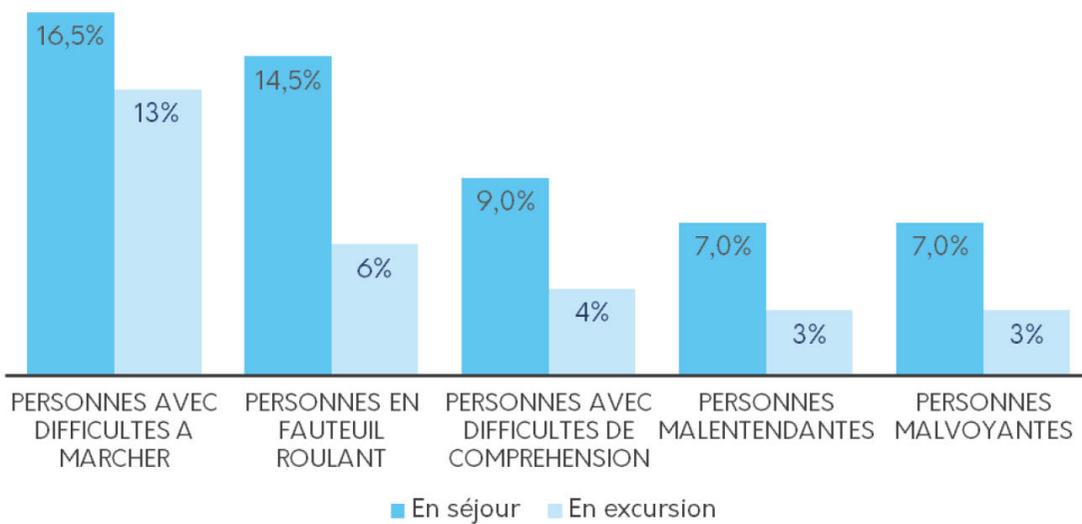
12. Les touristes/excursionnistes à besoins spécifiques

Source : Incidence – Traitements OwT

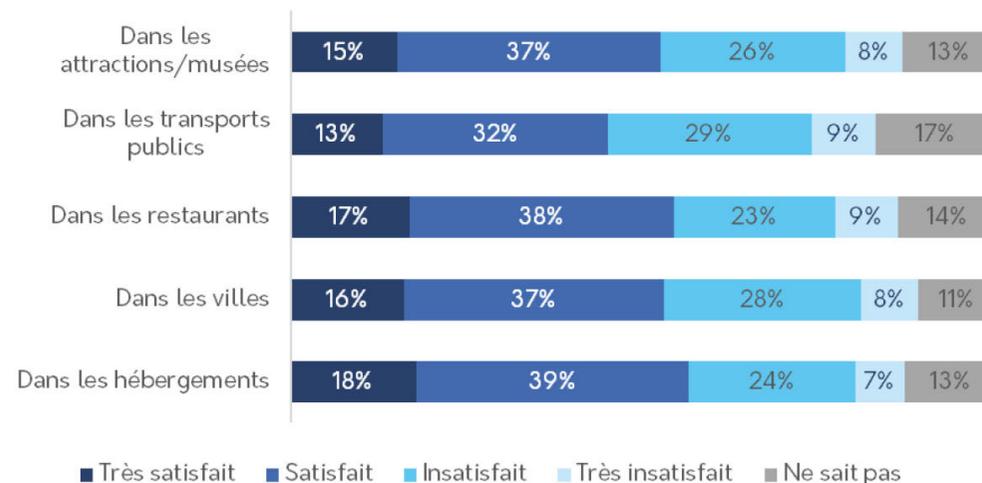
Les personnes à besoins spécifiques

- ❖ 42% des personnes en séjour touristique doivent prêter attention aux besoins spécifiques pour eux ou leur entourage
- ❖ 25% des excursionnistes doivent prêter attention aux besoins spécifiques pour eux ou leur entourage

Types de besoins spécifiques



La satisfaction par rapport à l'offre pour les personnes à besoins spécifiques



Les principaux résultats du sondage pour 6 marchés:



➤ les Belges francophones



➤ les Belges néerlandophones



➤ les Français



➤ les Néerlandais

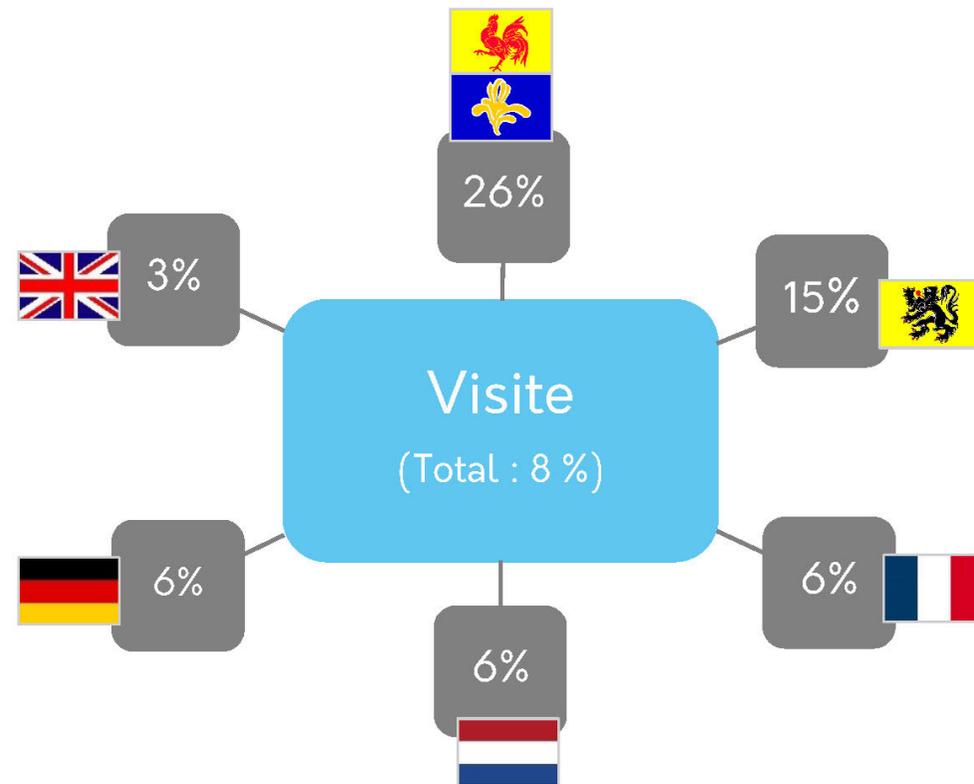
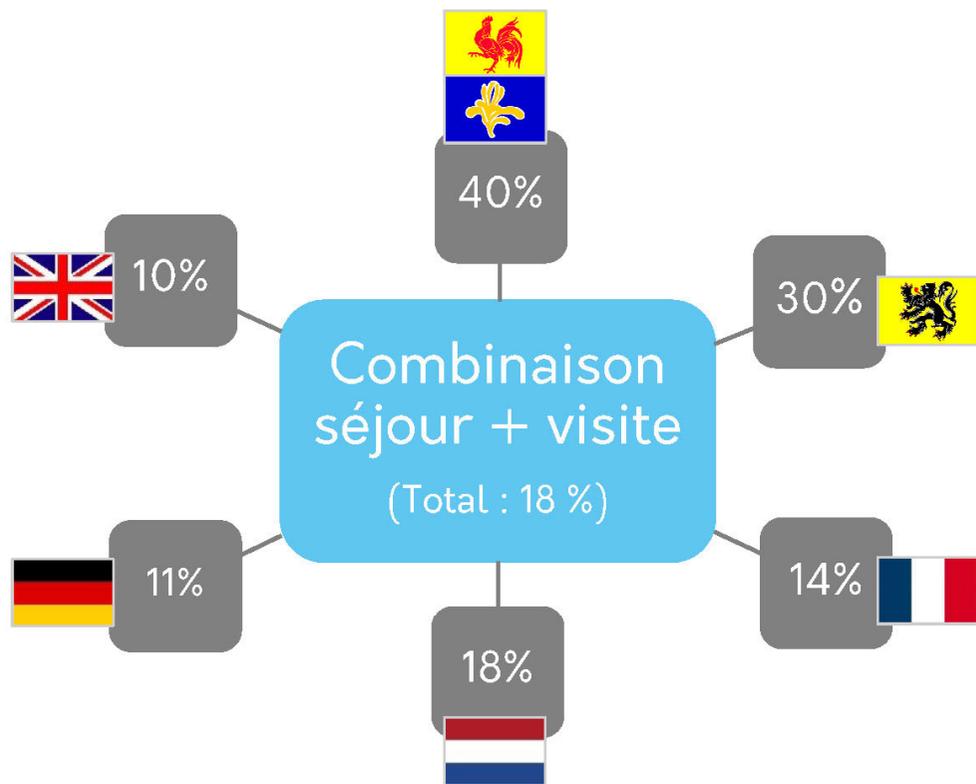


➤ les Allemands



➤ les Britanniques

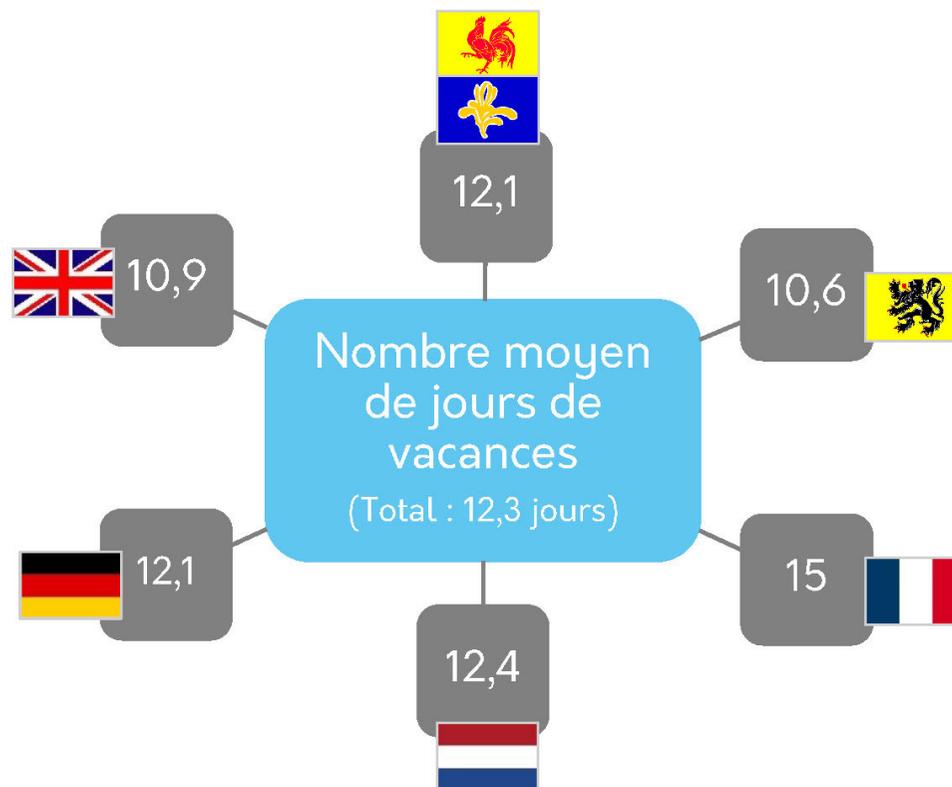
La description de la clientèle



13. Nos touristes/excursionnistes de proximité

Source : Incidence – Traitements OwT

La description de la clientèle

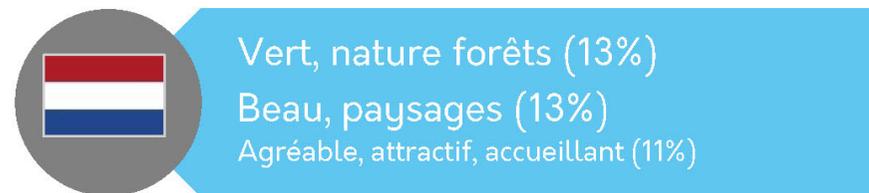


13. Nos touristes/excursionnistes de proximité

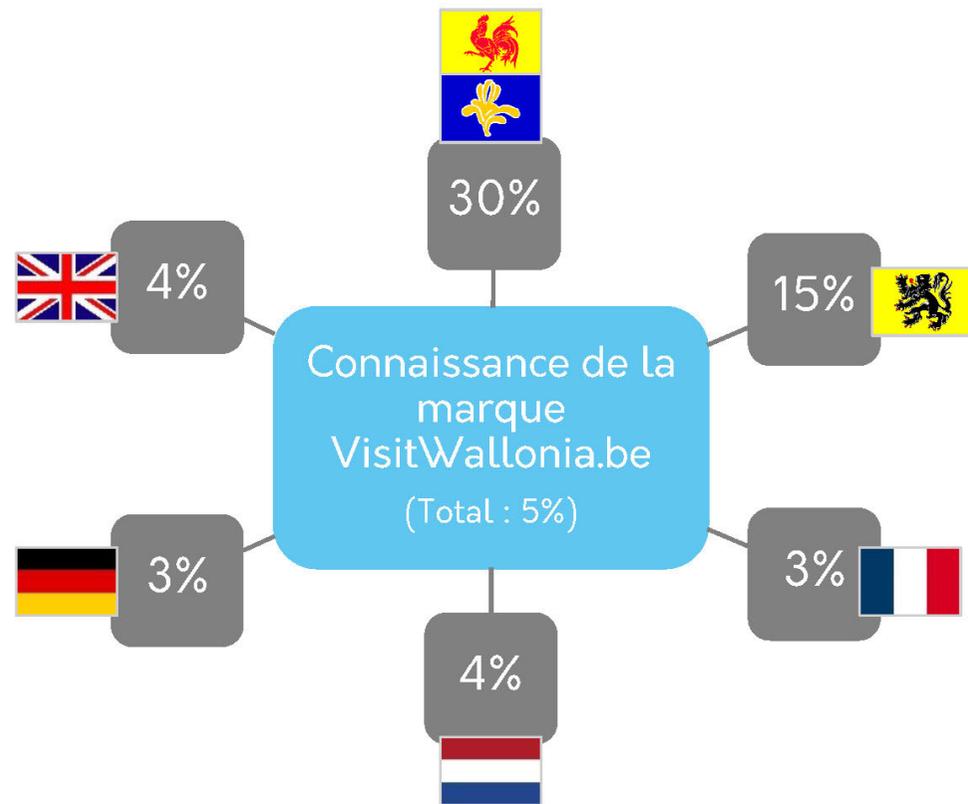
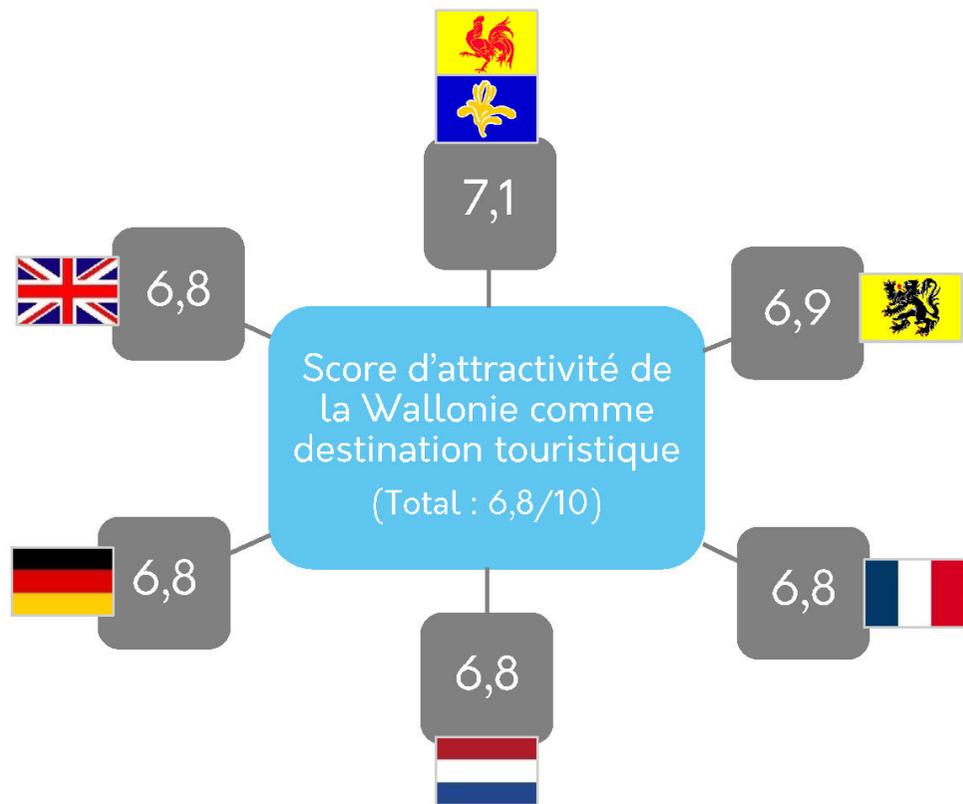
Source : Incidence – Traitements OwT

L'image de la Wallonie pour les non-visiteurs

Les principales associations d'idées en pensant « tourisme en Wallonie »



L'image de la Wallonie pour les non-visiteurs

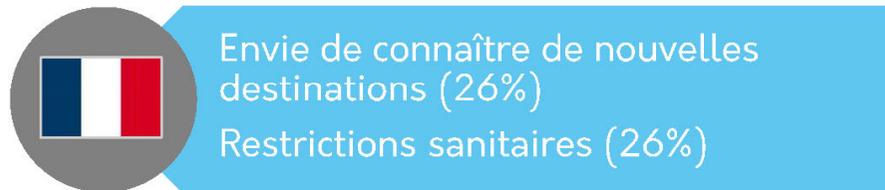


13. Nos touristes/excursionnistes de proximité

Source : Incidence – Traitements OwT

L'image de la Wallonie pour les non-visiteurs

Les principaux freins à revenir en Wallonie

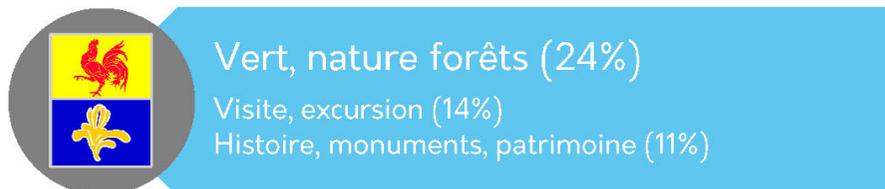


13. Nos touristes/excursionnistes de proximité

Source : Incidence – Traitements OwT

L'image de la Wallonie pour les visiteurs

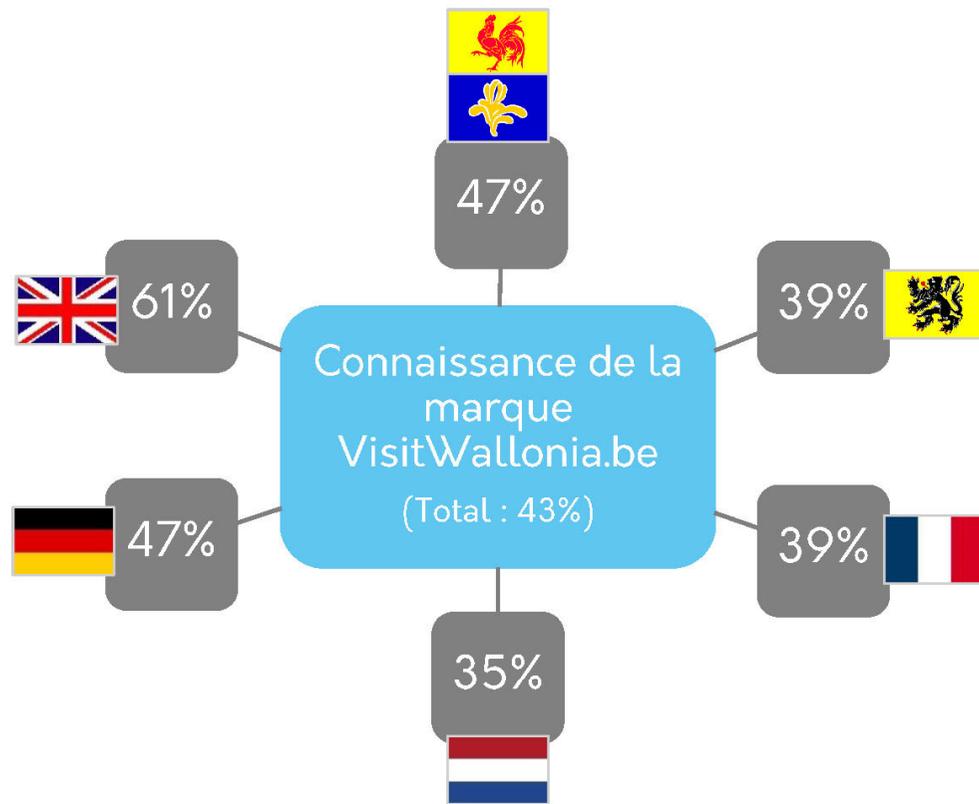
Les principales associations d'idées en pensant « tourisme en Wallonie »



13. Nos touristes/excursionnistes de proximité

Source : Incidence – Traitements OwT

L'image de la Wallonie pour les visiteurs

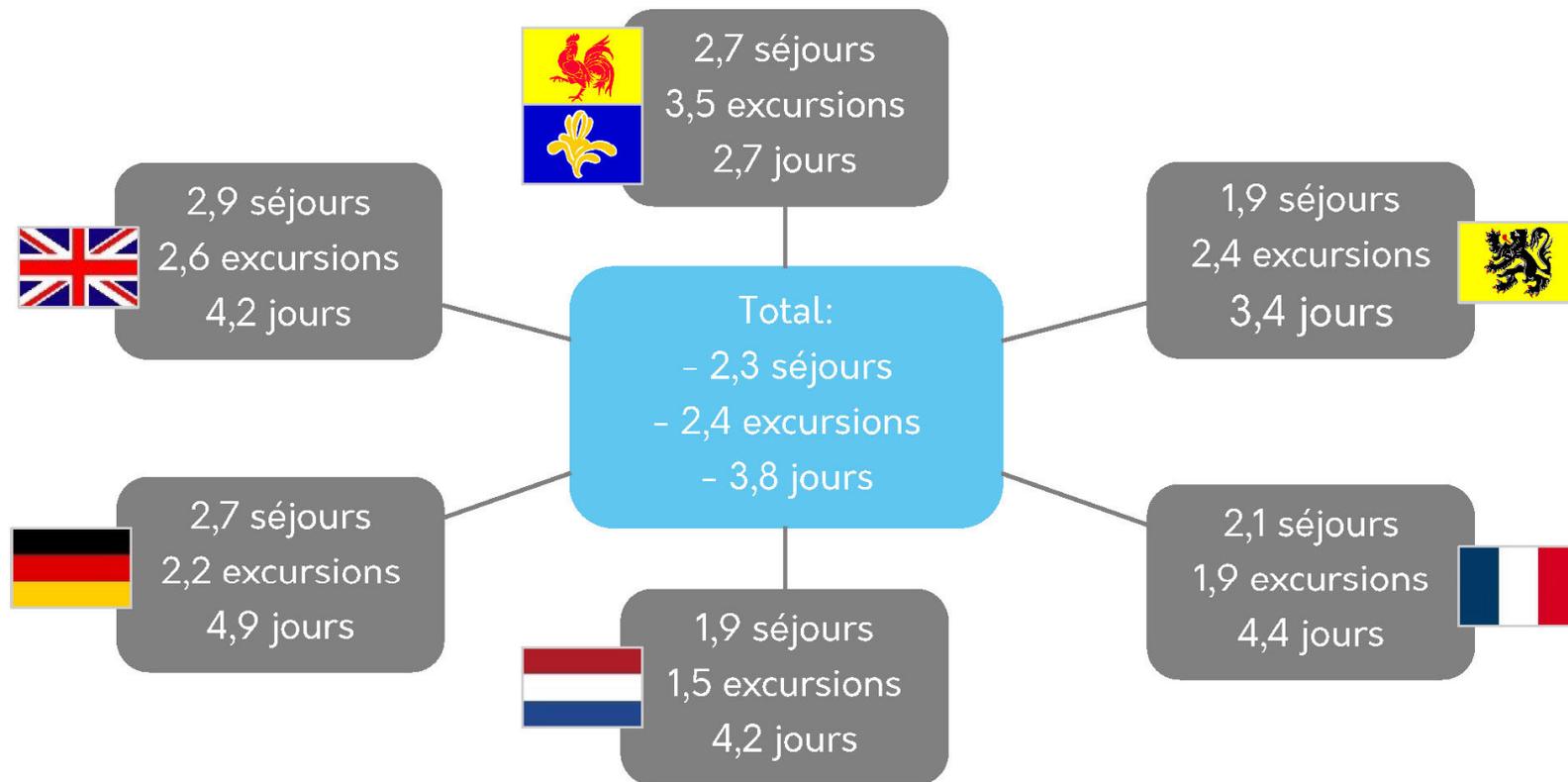


13. Nos touristes/excursionnistes de proximité

Source : Incidence – Traitements OwT

Le profil des visiteurs

Le nombre de séjours, d'excursions et durée moyenne du dernier séjour

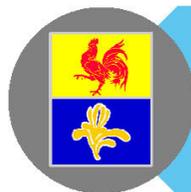


13. Nos touristes/excursionnistes de proximité

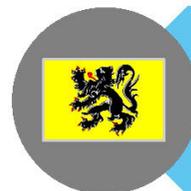
Source : Incidence – Traitements OwT

Le profil des visiteurs

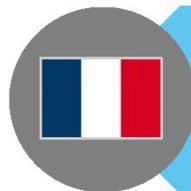
Les 3 principales raisons de venir en Wallonie



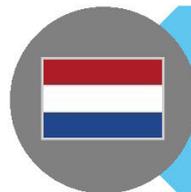
1. Tourisme, visites, détente
2. Amis, famille
3. Événement culturel / Shopping



1. Tourisme, visites, détente
2. Amis, famille
3. Événement culturel / Shopping / Etape



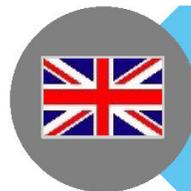
1. Tourisme, visites, détente
2. Amis, famille
3. Shopping / Etape



1. Tourisme, visites, détente
2. Amis, famille
3. Etape



1. Tourisme, visites, détente
2. Amis, famille
3. Etape



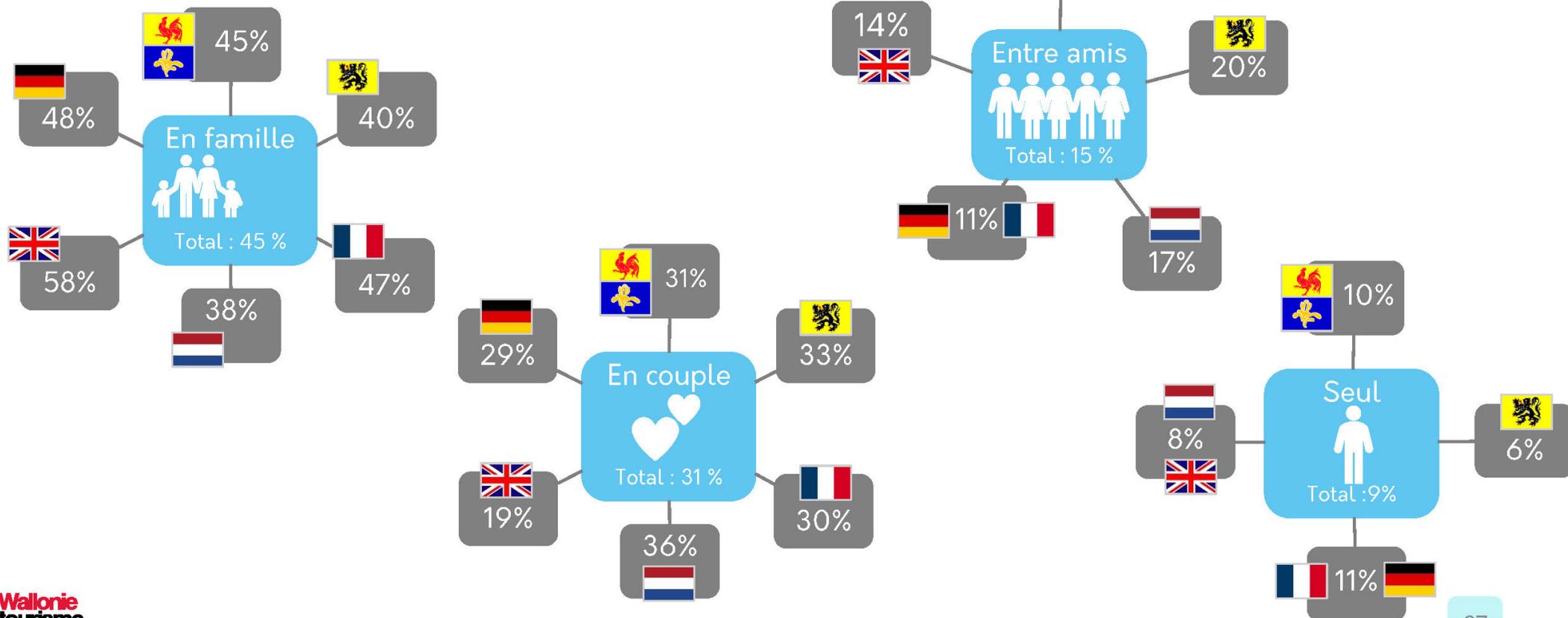
1. Tourisme, visites, détente
2. Amis, famille
3. Shopping

13. Nos touristes/excursionnistes de proximité

Source : Incidence – Traitements OwT

Le profil des visiteurs

Comment viennent les touristes/excursionnistes

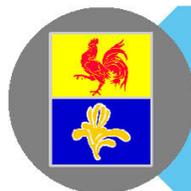


13. Nos touristes/excursionnistes de proximité

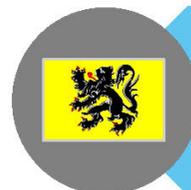
Source : Incidence – Traitements OwT

Le profil des visiteurs

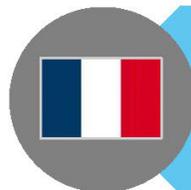
Les 3 principales activités réalisées



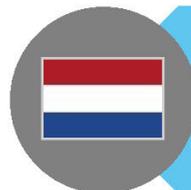
1. Promenades à pied (50%)
2. Randonnées à pied (28%)
3. Shopping (20%)



1. Promenades à pied (61%)
2. Visites de sites naturels (28%)
3. Randonnées à pied (28%)



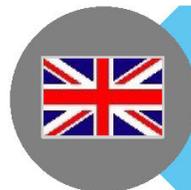
1. Promenades à pied (57%)
2. Shopping (31%)
3. Randonnées à pied (30%)



1. Promenades à pied (57%)
2. Shopping (29%)
3. Visites de sites naturels (26%)



1. Promenades à pied (49%)
2. Randonnées à pied (35%)
3. Shopping (26%)



1. Promenades à pied (46%)
2. Shopping (30%)
3. Randonnées à pied (27%)

13. Nos touristes/excursionnistes de proximité

Source : Incidence – Traitements OwT

Le profil des visiteurs

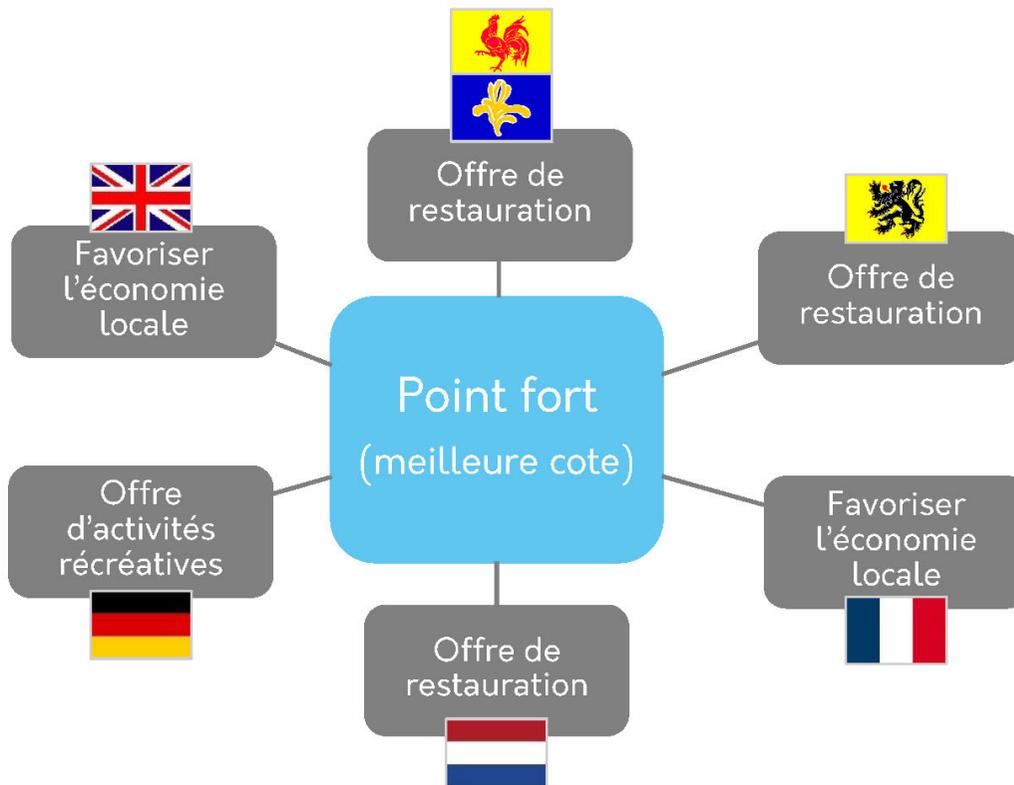
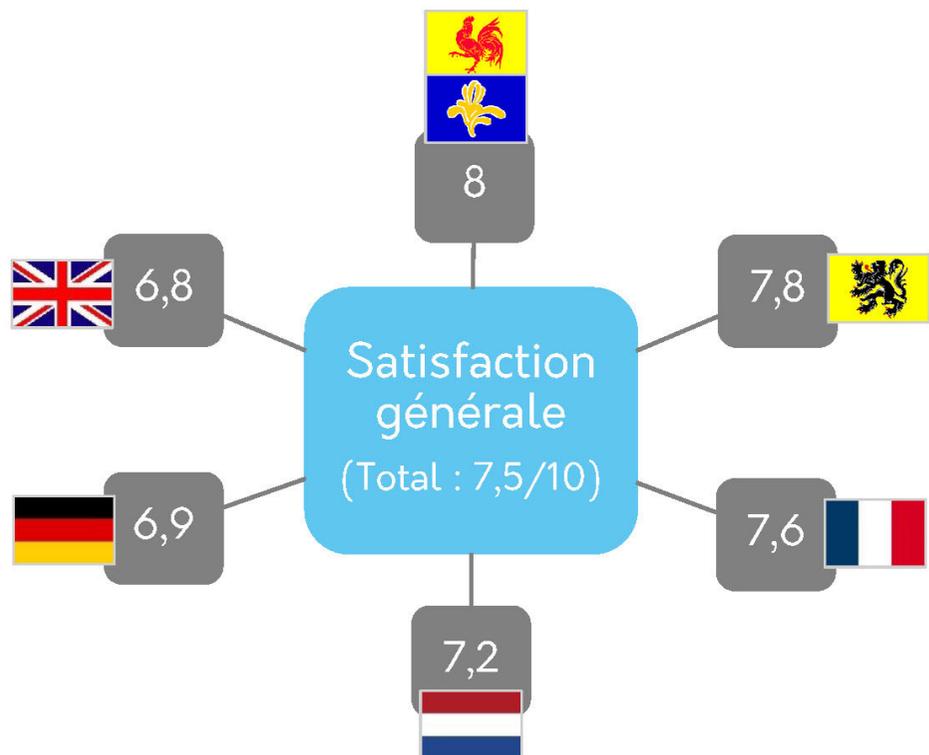
Les dépenses

	 106 €	 104 €	 137 €	 122 €	 185 €	 163 €
	38 €	47 €	44 €	45 €	59 €	42 €
	19 €	11 €	26 €	15 €	34 €	24 €
	27 €	23 €	28 €	22 €	27 €	21 €
	12 €	12 €	26 €	16 €	31 €	27 €

13. Nos touristes/excursionnistes de proximité

Source : Incidence – Traitements OwT

La satisfaction



Commissariat général au Tourisme

Direction du Développement stratégique

Observatoire wallon du Tourisme

Avenue Gouverneur Bovesse, 74

5100 Jambes

COSSE Véronique - 081/325.692 - veronique.cosse@tourismewallonie.be

CHARDON Mélusine - 081/325.618 - melusine.chardon@tourismewallonie.be

VERDIN François - 081/325.712 - francois.verdin@tourismewallonie.be

LESCEUX Jonathan - 081/325.664 - jonathan.lesceux@tourismewallonie.be

<https://owt.tourismewallonie.be>

MERCI DE VOTRE ATTENTION