

# BAROMETRE TRIMESTRIEL

## MICE

### ENQUÊTE AUPRÈS DES STRUCTURES D'ACCUEIL

Enquête réalisée en ligne du 25 juin 2019 au 24 juillet 2019. Données présentées pour le 2<sup>e</sup> trimestre 2019. Échantillon de 28 structures. Ces données expriment une tendance « basse » en raison d'une légère sous-représentation des structures de centre de conférence et de congrès.

Rappel : L'offre d'accueil MICE en Wallonie en 2019 regroupe près de 530 établissements pour environ 2400 salles (réunion ou exposition) recensées (pour plus de détails, consulter le descriptif présent dans le baromètre du 1<sup>er</sup> Trimestre 2019).

#### DYNAMIQUE D'ACCUEIL AU 2<sup>e</sup> TRIMESTRE 2019

##### TAUX D'OCCUPATION DU TRIMESTRE



##### NIVEAU D'ACTIVITE ET OCCUPATION

Au 2<sup>e</sup> trimestre 2019, le **taux d'occupation moyen<sup>1</sup>** des salles (réunion/réception) **est estimé à 6%**. Ce taux varie selon le type d'établissement avec en moyenne 13% pour les centres de conférence ou de congrès, 8% pour les hôtels d'affaires, 9% pour les autres hébergements et 2% pour les lieux événementiels (châteaux, musées...).

##### CARACTERISTIQUES DES ACCUEILS REALISES

Ces évènements connaissent une **durée moyenne de 1,16 jour** et sont de petites tailles : 83% des évènements ont rassemblé moins de 50 personnes. La majorité de l'activité concerne des prestations de type « **séminaires non résidentiels** » avec **84% des prestations** réalisées durant le trimestre contre 8% de séminaire résidentiel, 4% de prestations de programmes d'activités seuls et 4% d'offres d'activités avec hébergement.

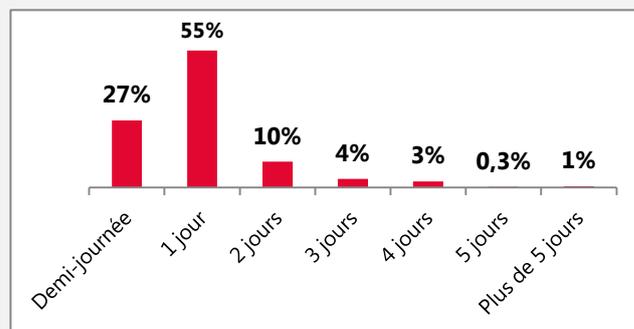
##### ÉVOLUTION OBSERVEE SUR LE TRIMESTRE

L'activité stagne au cours du trimestre avec **36% des évènements enregistrés sur le mois de mai** et 36% pour le mois de juin. Le mois d'avril représente 28% des évènements enregistrés.

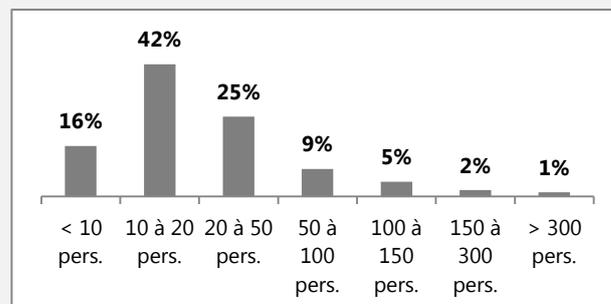
##### EXTRAPOLATION SUR LE NIVEAU D'ACTIVITE REGIONALE

Sur ce trimestre, la **moyenne d'évènements réalisés par salle est de 4,9** avec des différences notables selon les structures. Si l'on extrapole les ratios obtenus à l'ensemble de l'offre wallonne, on peut estimer qu'au **2<sup>e</sup> trimestre 2019, 11 639 évènements** ont été accueillis dans les structures MICE de

##### ÉVÈNEMENTS ACCUEILLIS SELON LA DUREE

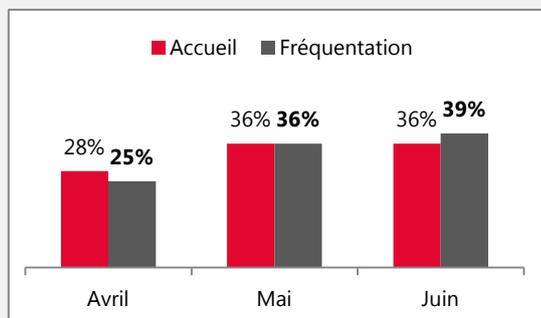


##### ÉVÈNEMENTS ACCUEILLIS SELON LE NOMBRE DE PARTICIPANTS



<sup>1</sup> Le taux d'occupation correspond au rapport entre le nombre de jours occupés par un évènement et le nombre de jours disponibles à la programmation. Par défaut, le nombre de jours disponible pour un trimestre correspond à 90 jours.

## ÉVOLUTION MENSUELLE COMPAREE DES ACCUEILS ET DE LA FREQUENTATION



## FRÉQUENTATION AU 2<sup>e</sup> TRIMESTRE 2019

### NIVEAU DE FREQUENTATION

Avec une moyenne de **43 participants par évènement**, toutes structures confondues, la Wallonie comptabilise, au 2<sup>e</sup> trimestre 2019, **498 255 visiteurs MICE**. La fréquentation a été plus forte sur **le mois de juin avec 39% de la fréquentation observée** contre 36% en mai et 25% en avril. Au regard des données, on comprend qu'il y a eu autant d'évènements organisés en juin qu'en mai, mais ceux-ci étaient de taille plus importante.

### CARACTERISTIQUES DE LA FREQUENTATION

96% des évènements du trimestre ont été organisés par des organisateurs/clients belges dont 68% originaires de Wallonie, 21% de Bruxelles et 11% issus de Flandre.

**4% des évènements accueillis ont été organisés pour le compte d'un client étranger.** Les marchés français arrivent en 1<sup>re</sup> position avec 53% des parts de marché contre 22% pour le marché néerlandais. Suivent ex aequo, les marchés allemands et luxembourgeois avec 9% de part de marché puis le marché britannique avec 3%.

## DYNAMIQUE COMMERCIALE AU 2<sup>e</sup> TRIMESTRE 2019

### INDICATEURS COMMERCIAUX

Au cours du 2<sup>e</sup> trimestre 2019, les établissements ont reçu en moyenne **10,3 demandes de location par salle**. Ce ratio diffère suivant le type de structure avec davantage de demandes pour les hôtels d'affaires et les lieux de conférences et de congrès avec respectivement 13,3 et 24,4 demandes/salle.

**Le taux de conversion commercial**, qui exprime le rapport entre le nombre de demandes reçues et le nombre de contrats signés<sup>2</sup>, est de **47%** pour ce trimestre. Ce taux est très fort pour les centres de conférence et de congrès et les autres lieux d'hébergement.

**Le taux de refus est de 46%**. Il exprime la part des structures déclarant avoir refusé au moins un évènement sur le trimestre. Ces refus ont principalement été effectués en raison d'une indisponibilité de salles pour 73% des établissements concernés, ou d'une prestation inadaptée à la demande pour 24% d'entre eux.

### INDICATEURS COMMERCIAUX SELON LE TYPE D'ÉTABLISSEMENT

Établissements	Demandes de location par salle	Taux de conversion
Centres de congrès	24,4	83%
Hôtels d'affaires	13,3	40%
Lieux événementiels	6,8	39%
Autres hébergements	2,9	62%

### PART DES NOUVEAUX CLIENTS



<sup>2</sup> Attention, il peut exister un décalage entre les 2 données dans la mesure où certaines demandes exprimées durant le trimestre peuvent être validées lors d'un autre trimestre.

# ENQUÊTE AUPRÈS DES STRUCTURES D'ACCUEIL



LE FONDS EUROPÉEN DE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL ET LA WALLONIE INVESTISSENT DANS VOTRE AVENIR

## PARCOURS D'ACHAT

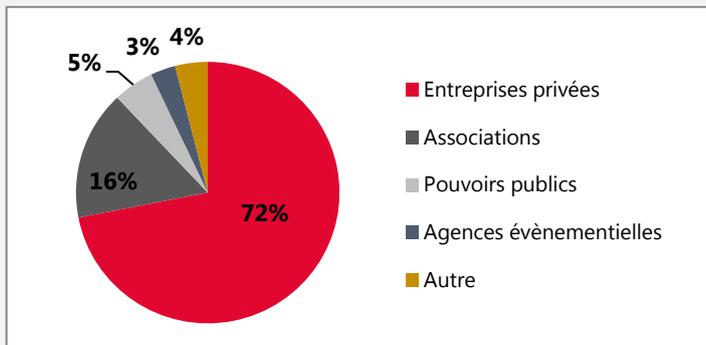
Le poids de l'intermédiation commerciale est faible sur le 2e trimestre 2019. **81% des structures estiment que les événements organisés ont été gérés en direct avec le client final** et 19% ont été gérés par un binôme client final/organisateur d'événements.

**La fidélité des clients est très forte avec 55% des événements organisés par des clients déjà venus** dans l'établissement. Cette fidélité varie selon le type de structure (cf. le graphique « Part des nouveaux clients »)

## PROFIL DES ENTREPRISES ORGANISATRICES AU COURS DU TRIMESTRE

72% des événements organisés durant le 2e trimestre 2019 sont le fait d'entreprises privées. Les associations ne sont à l'origine que de 16% des événements organisés et 5% proviennent des pouvoirs publics. Ce chiffre diffère selon le type d'établissement avec 27% des événements organisés par des associations pour les « lieux événementiels ».

## PROFIL DES ENTREPRISES ORGANISATRICES



## RATIOS ÉCONOMIQUES POUR LE 2e TRIMESTRE 2019

Remarque : en raison de la faiblesse des échantillons, les chiffres communiqués expriment une tendance. Les prochaines données du baromètre permettront de conforter les résultats obtenus.

### UN CHIFFRE D'AFFAIRES MOYEN VARIABLE SELON LE TYPE DE STRUCTURE

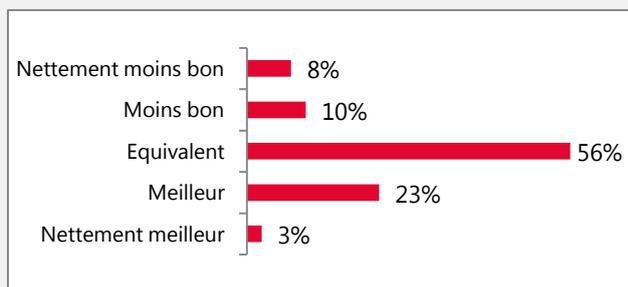
Tout type de prestations (avec ou sans nuitées), le **CA/participant est de 87€** pour l'hôtellerie d'affaires. Concernant les lieux événementiels et les autres hébergements, le CA/participant, tout type de prestations confondues est de **29€/participant**.

A noter : à échantillon constant entre le trimestre 1 et le trimestre 2 passe de 45€/participant à 43€/participant.

Nota : Les différences sont fortes selon le type d'activité, mais le panel ne permet pas de présenter des données plus globales.

## PERCEPTION DU TRIMESTRE

Quel est votre sentiment sur le niveau d'activité du trimestre par rapport au même trimestre l'an dernier ?



## PART DES AVIS « MEILLEUR ET NETTEMENT MEILLEUR »

**38%**  
Global

**50%**  
Centres de  
Congrès

**71%**  
Hôtels  
d'affaires

**40%**  
Autres  
hébergements

**10%**  
Lieux  
événementiels

## PORTRAIT CROISÉ DES ÉTABLISSEMENTS AU 2<sup>e</sup> TRIMESTRE 2019

CENTRES DE CONFERENCE ET CONGRES – 2 répondants	HOTELS D'AFFAIRES – 8 répondants
<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Taux d'occupation des salles : 13%</li> <li>&gt; Durée moyenne évènement : 0,88 jour</li> <li>&gt; Nbre moyen de participants aux évènements : Non Significatif</li> <li>&gt; Taux de clients « belges » : 100%</li> <li>&gt; Taux d'intermédiation : Non Significatif</li> <li>&gt; Taux de fidélité des clients : 80%</li> <li>&gt; Taux de programmation « Entreprises privées » : 74%</li> <li>&gt; Taux de programmation « Associations » : 24%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Taux d'occupation des salles : 8%</li> <li>&gt; Durée moyenne évènement : 1,28 jour</li> <li>&gt; Nbre moyen de participants aux évènements : 24 pers.</li> <li>&gt; Taux de clients « belges » : 93%</li> <li>&gt; Taux d'intermédiation : 13%</li> <li>&gt; Taux de fidélité des clients : 60%</li> <li>&gt; Taux de programmation « Entreprises privées » : 82%</li> <li>&gt; Taux de programmation « Associations » : 10%</li> </ul>
LIEUX EVENEMENTIELS – 13 répondants	AUTRES HEBERGEMENTS – 5 répondants
<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Taux d'occupation des salles : 2%</li> <li>&gt; Durée moyenne évènement : 0,91 jour</li> <li>&gt; Nbre moyen de participants aux évènements : 53 pers.</li> <li>&gt; Taux de clients « belges » : 99%</li> <li>&gt; Taux d'intermédiation : 17%</li> <li>&gt; Taux de fidélité des clients : 35%</li> <li>&gt; Taux de programmation « Entreprises privées » : 54%</li> <li>&gt; Taux de programmation « Associations » : 27%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Taux d'occupation des salles : 9%</li> <li>&gt; Durée moyenne évènement : 1,61 jour</li> <li>&gt; Nbre moyen de participants aux évènements : 30 pers.</li> <li>&gt; Taux de clients « belges » : 93%</li> <li>&gt; Taux d'intermédiation : 40%</li> <li>&gt; Taux de fidélité des clients : 53%</li> <li>&gt; Taux de programmation « Entreprises privées » : 71%</li> <li>&gt; Taux de programmation « Associations » : 6%</li> </ul>

## DYNAMIQUES COMPARÉES ET ÉVOLUTIONS TRIMESTRIELLES

Remarque : en raison de la faiblesse des échantillons, les chiffres communiqués expriment une tendance. Les analyses annuelles du baromètre permettront de conforter les résultats obtenus.

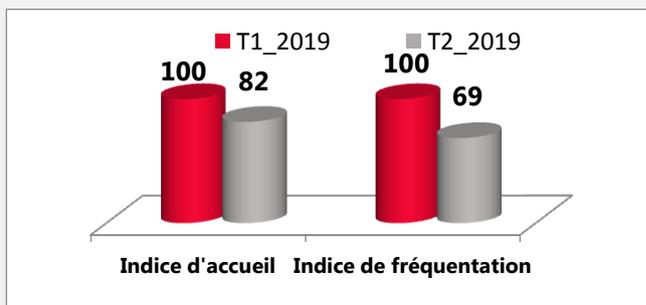
Variation T1 à T2

**Taux d'occupation**  
**+1 pt**

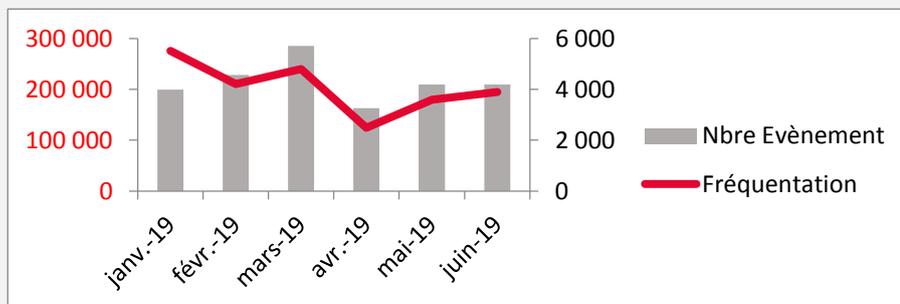
**Durée moyenne**  
**des accueils**  
**-5%**

**Demande de**  
**location par salle**  
**-23%**

### ÉVOLUTION COMPAREE DES EVENEMENTS ET DE LA FREQUENTATION – INDICE 100 = T1 2019



### ÉVOLUTION COMPAREE MENSUELLE DES EVENEMENTS ET DE LA FREQUENTATION



Étude réalisée, analysée et rédigée par le cabinet Traces TPI en coordination et pour le compte du CGT – Observatoire wallon du Tourisme

Contact Traces TPI : Mme Marie-Luce Georget – [mlgeorget@tracestpi.com](mailto:mlgeorget@tracestpi.com)

Contact CGT : Mme Véronique Cousse-veronique.COSSE@tourismewallonie.be