



**ENSEMBLE, DÉVELOPPONS UN TOURISME DE QUALITÉ**

**Contacts :**

Commissariat général au Tourisme - Observatoire wallon du Tourisme

[veronique.cosse@tourismewallonie.be](mailto:veronique.cosse@tourismewallonie.be)

Document de janvier 2024.

Ce document reprend les résultats du rapport global du sondage clientèles 2022-2023.

3.985 Allemands ont été interrogés.

## Les Allemands

### 1. Description de la clientèle

- 11% des Allemands combinent séjour + visite
- 6% des Allemands ne font que des visites
- Les Allemands prennent en moyenne 12 jours de vacances hors de leur domicile

### 2. L'image de la Wallonie auprès des non-visiteurs<sup>1</sup>

- Les 3 premières associations d'idées qui leur viennent à l'esprit quand ils pensent « tourisme en Wallonie » :
  - Beau, paysage : 7%
  - Vert, nature, forêts : 5%
  - Gastronomie : 5%
- Les Allemands qui **sont déjà venus par le passé** (il y a plus de 12 mois), ne reviennent pas en Wallonie car :
  - Ils ont envie de connaître de nouvelles destinations : 31%
  - C'est trop loin : 17%
  - Connaissent déjà : 15%
- Les Allemands qui **ne sont jamais venus en Wallonie**, ne viennent pas en Wallonie car :
  - C'est trop loin : 53%
  - Ils estiment que la Wallonie est peu/pas assez attractive : 21%
  - Qu'il y a des problèmes d'accessibilité : 15%
- Les Allemands sont prêts à faire + de 5 heures de trajet en moyenne pour un court séjour
- 70% des Allemands privilégient la voiture pour un court séjour et 17% le train. Notons que 8% prennent l'avion
- Les Allemands attribuent une note de 6,8/10 à la Wallonie en tant que destination touristique
- 97% des Allemands non-visiteurs ne connaissent pas la marque VisitWallonia. Pour ceux qui la connaissent, c'est essentiellement grâce à Internet (1%)

### 3. L'image de la Wallonie auprès des visiteurs<sup>2</sup>

- Les 3 premières associations d'idées qui leur viennent à l'esprit quand ils pensent « tourisme en Wallonie » :
  - Incroyable, bien, unique, intéressant : 18%

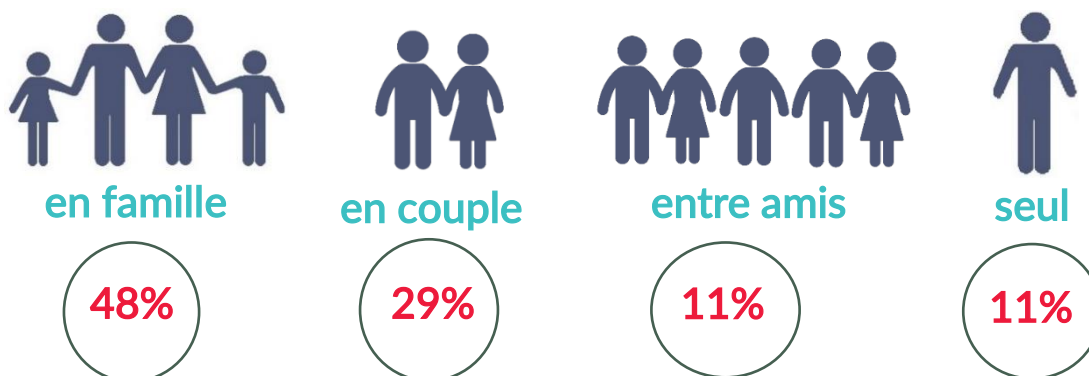
<sup>1</sup> Ne se sont pas rendus en Wallonie au cours des 12 derniers mois

<sup>2</sup> Se sont rendus en Wallonie au cours des 12 derniers mois

- Beau, paysage : 13%
- Visite, excursion, voyage, tourisme : 9%
- ❑ 47% des Allemands visiteurs (au cours des 12 derniers mois) connaissent la marque VisitWallonia.

### 4. Les profils des voyages en Wallonie

- ❑ Les Allemands réalisent en moyenne 2,2 excursions et 2,7 séjours en Wallonie. Au cours de leur dernière expérience en Wallonie, ils ont séjourné en moyenne 4,9 jours
- ❑ Lors de leur dernière expérience en Wallonie, les visiteurs allemands sont venus :



- ❑ 66% des visiteurs allemands se rendent en Wallonie en voiture personnelle et 13% en train
- ❑ Une fois sur place, 46% des visiteurs se déplacent en voiture privée/personnelle, 12% à pied, 11% en bus et 10% en vélo/VTT
- ❑ Une fois sur place, les Allemands parcourent entre 6 et 50 km pour leurs déplacements (58%). 19% sont capables d'effectuer plus de 100 km.
- ❑ Les Allemands viennent principalement pour :
  - Faire du tourisme/se détendre : 54%
  - Rendre visite à des amis/famille : 14%
  - Faire une étape vers une autre destination : 7%
- ❑ Les critères de choix des Allemands pour se rendre en Wallonie :
  1. Le prix
  2. L'offre culturelle/patrimoniale
  3. La richesse naturelle/activités outdoor
  4. L'offre de loisirs/attractions
  5. L'accueil chaleureux
- ❑ Les dépenses moyennes par personne et par jour pour les Allemands :
  - En moyenne (trajet inclus) : 185 €

- Pour l'hébergement : 59 €
  - Pour les activités : 34 €
  - Pour la restauration : 27 €
  - Pour le shopping : 31 €
- ❑ Les activités réalisées :
- Le nombre moyen d'activités pratiquées en Wallonie par les Allemands se monte à 3,0
  - Les activités les plus pratiquées sont :
    - Les promenades à pied en ville/village : 49%
    - La randonnée à pied : 35%
    - Le shopping : 26%
    - La visite du patrimoine bâti : 24%
    - Les promenades à vélo en ville/village : 22%
    - La visite de musées/expositions : 16%
    - Les parcs d'attraction/activités de loisirs : 16%
    - Bien-être et détente (wellness) : 15%
    - La visite de sites naturels : 14%
    - La randonnée à vélo : 14%
- ❑ Les expériences précédentes en Wallonie (avant les 12 derniers mois) :
- 7% des Allemands viennent chaque année
  - 40% des Allemands sont déjà venus plusieurs fois par le passé
- ❑ Les intentions de revenir en Wallonie :
- 50% des Allemands reviendront très certainement
  - 40% des Allemands reviendront probablement
- ❑ Le mode d'hébergement des Allemands:
- 66% restent dans le même hébergement au cours de leur séjour et 19% se rendent dans 2 hébergements
  - 58% privilégient l'hôtel
  - 49% privilégient les hébergements de terroir (gîte, chambre d'hôtes, meublé)
  - 15% privilégient le camping
  - 9% privilégient les auberges de jeunesse
  - 8% privilégient les motorhomes
  - 4% privilégient les centres de tourisme social
- ❑ Les sources d'infos pour **trouver** l'hébergement :
- 26% des Allemands trouvent leur hébergement directement sur le site Internet de l'opérateur
  - 27% trouvent via Booking.com, 14% via Airbnb et 7% via une autre plateforme de réservation

- ❑ Les sources d'infos pour réserver l'hébergement :
  - 39% des Allemands réservent leur hébergement directement auprès de l'opérateur (Internet, téléphone, réseaux sociaux, sur place)
  - 28% réservent via Booking.com, 11% via Airbnb et 4% via une autre plateforme de réservation
- ❑ Les critères pour choisir un hébergement :
  - Le prix : 41%
  - Le confort, niveau d'équipement : 35%
  - La facilité de réservation : 35%

### 5. La satisfaction

- ❑ Une question sur la satisfaction générale a été demandée sur base d'une note entre 0 et 10. La note moyenne de satisfaction est de 6,9/10 pour les Allemands
- ❑ Concernant les cotes de satisfaction plus détaillées sur certaines offres/possibilités :
  - L'offre en restauration : 29% des Allemands ont attribué une cote de 9 et 10/10
  - La possibilité de favoriser l'économie locale de la destination : 29% des Allemands ont attribué une cote de 9 et 10/10
  - L'offre d'activités culturelles : 29% des Allemands ont attribué une cote de 9 et 10/10
  - L'offre d'activités récréatives : 32% des Allemands ont attribué une cote de 9 et 10/10
  - L'accès facile à la destination en transports publics ou modes doux : 23% des Allemands ont attribué une cote de 9 et 10/10
  - L'attention aux besoins à personnes spécifiques : 24% des Allemands ont attribué une cote de 9 et 10/10
  - L'offre d'activités sportives : 19% des Allemands ont attribué une cote de 9 et 10/10

### 6. Les comportements durables

- ❑ Les pratiques adoptées par les touristes allemands lors de leur(s) voyage(s) :

Comportements responsables pour ne pas gaspiller les ressources locales	84%
Faire attention aux riverains du lieu de séjour	79%
Favoriser le circuit-court, les achats dans les commerces de proximité	72%
Sur place, se déplacer de manière non motorisée	68%
Éviter les activités qui ne sont pas socialement responsables	69%
Choisir une destination plus proche pour réduire l'empreinte carbone	67%
Choisir un hébergement disposant d'une certification environnementale	66%

### 7. Influence des éléments conjoncturels

Impact des éléments conjoncturels sur les Allemands:

La hausse de prix du carburant pour les transports	63%
L'inflation	61%
La hausse du prix de l'énergie	59%
La situation sanitaire	49%
La guerre en Ukraine	46%
Les grèves dans le secteur aérien/annulations de vols	42%

Influence des éléments conjoncturels sur les Allemands:

Éléments conjoncturels	Influence
Activités gratuites	+9%
Activités payantes	-7%
Fréquentation restaurants	-7%
Shopping	-18%
Durée de séjour en Wallonie	-15%
Nombre séjours Wallonie	-23%

### 8. La digitalisation dans les pratiques touristiques

Les expériences digitales des touristes/excursionnistes allemands sur un smartphone:

Expériences	%
Utiliser des systèmes de géolocalisation pour trouver un lieu de visite à proximité	66%
Utiliser des solutions de réservation/e-commerce	51%
Utiliser des solutions digitales de mobilité (transports publics, covoiturage, ...)	56%
Contacter des prestataires touristiques sur les médias sociaux	49%
Utiliser des applications des villes digitales	50%
Réaliser des visites virtuelles ou 360° de musées, châteaux, ...	51%
Utiliser le nouveau pass VisitWallonia pour effectuer des visites/séjours	40%
Utiliser des applications comme des chasses au trésor ou géocache	41%
Expérimenter la réalité augmentée	38%
Aucun de ceux-ci	14%

- ❑ Les expériences de réservation en ligne – Quelles activités les touristes/excursionnistes allemands réservent en ligne :

Activités réservées en ligne	%
Un restaurant	39%
Des activités de loisirs	41%
Des activités culturelles	37%
Aucune réservation en ligne	20%
N'a pas de smartphone	4%

### 9. Les exigences nécessaires envers les personnes ayant des besoins spécifiques (PBS)

- ❑ 19% des touristes allemands doivent prêter attention à des besoins spécifiques pour eux-mêmes ou leur entourage :

Types de besoins spécifiques	%
Accessibles aux personnes rencontrant des difficultés importantes à marcher	10%
Accessibles en fauteuil roulant	4%
Adaptés aux personnes ayant des difficultés de compréhension	3%
Adaptés aux personnes malentendantes/sourdes	2%
Adaptés aux personnes malvoyantes/aveugles	2%