



**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.

4.065 Britanniques ont été interrogés.

## Les Britanniques

### 1. Description de la clientèle

- 10% des Britanniques combinent séjour + visite
- 3% des Britanniques ne font que des visites
- Les Britanniques prennent en moyenne 11 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 » :
  - Incroyable, bien, unique, intéressant : 7%
  - Agréable, attractif, accueillant : 6%
  - Beau, paysage : 5%
- Les Britanniques 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 : 41%
  - Le covid – restrictions sanitaires est une raison pour 30%
  - C'est une destination chère : 12%
- Les Britanniques qui **ne sont jamais venus en Wallonie**, ne viennent pas en Wallonie car :
  - C'est trop loin : 33%
  - Ils estiment que la Wallonie est peu/pas assez attractive : 20%
  - Ils ne voyagent plus : 18%
- Les Britanniques sont prêts à faire 3 à 5 heures de trajet en moyenne pour un court séjour
- 44% des Britanniques privilégient la voiture pour un court séjour, 40% l'avion et 13% le train.
- Les Britanniques attribuent une note de 6,8/10 à la Wallonie en tant que destination touristique
- 96% des Britanniques non-visiteurs ne connaissent pas la marque VisitWallonia. Pour ceux qui la connaissent, c'est essentiellement grâce à Internet (3%)

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

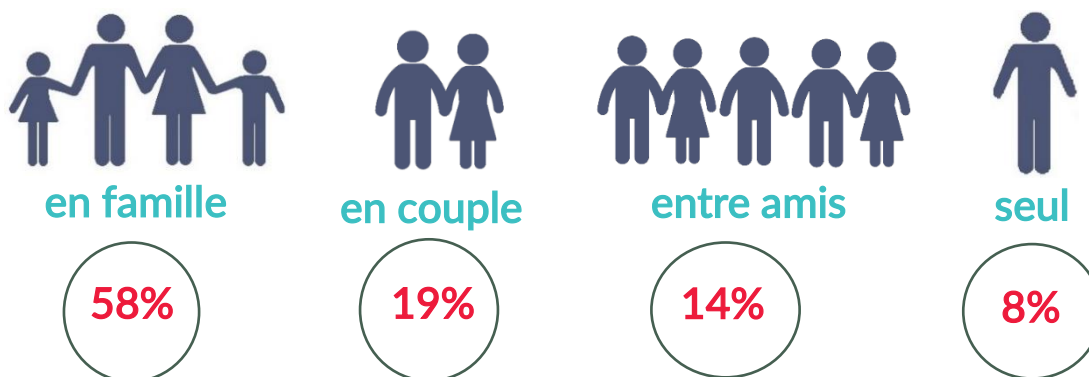
<sup>1</sup> Ne se sont pas rendus en Wallonie au cours des 12 derniers mois

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

- ❑ Les 3 premières associations d'idées qui leur viennent à l'esprit quand ils pensent « tourisme en Wallonie » :
  - Incroyable, bien, unique, intéressant : 29%
  - Amusement, bon moment, bon souvenir, bonheur : 17%
  - Beau, paysage : 12%
- ❑ 61% des Britanniques visiteurs (au cours des 12 derniers mois) connaissent la marque VisitWallonia

#### 4. Les profils des voyages en Wallonie

- ❑ Les Britanniques réalisent en moyenne 2,6 excursions et 2,9 séjours en Wallonie. Au cours de leur dernière expérience en Wallonie, ils ont séjourné en moyenne 4,2 jours
- ❑ Lors de leur dernière expérience en Wallonie, les visiteurs britanniques sont venus :



- ❑ 43% des visiteurs britanniques se rendent en Wallonie en voiture personnelle, 19% en avion et 17% en train
- ❑ Une fois sur place, 42% des visiteurs se déplacent en voiture privée/personnelle, 13% à pied, 13% en bus et 6% en vélo/VTT
- ❑ Une fois sur place, les Britanniques parcourent entre 6 et 50 km pour leurs déplacements (60%). 16% sont capables d'effectuer jusqu'à 75 km.
- ❑ Les Britanniques viennent principalement pour :
  - Faire du tourisme/se détendre : 46%
  - Rendre visite à des amis/famille : 19%
  - Faire du shopping : 7%
- ❑ Les critères de choix des Britanniques 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 Britanniques :
  - En moyenne (trajet inclus) : 163 €
  - Pour l'hébergement : 42 €
  - Pour les activités : 24 €
  - Pour la restauration : 21 €
  - Pour le shopping : 27 €
  
- ❑ Les activités réalisées :
  - Le nombre moyen d'activités pratiquées en Wallonie par les Britanniques se monte à 3,3
  - Les activités les plus pratiquées sont :
    - Les promenades à pied en ville/village : 46%
    - Le shopping : 30%
    - La randonnée à pied : 27%
    - Les promenades à vélo en ville/village : 20%
    - La visite du patrimoine bâti : 20%
    - La visite de musées/expositions : 19%
    - La randonnée à vélo : 19%
    - Parcs d'attraction ou activités de loisirs : 15%
    - Le bien-être et détente (wellness) : 14%
    - Les visites de producteurs : 13%
  
- ❑ Les expériences précédentes en Wallonie (avant les 12 derniers mois) :
  - 8% des Britanniques viennent chaque année
  - 36% des Britanniques sont déjà venus plusieurs fois par le passé et 40% une seule fois auparavant
  
- ❑ Les intentions de revenir en Wallonie :
  - 42% des Britanniques reviendront très certainement
  - 45% des Britanniques reviendront probablement
  
- ❑ Le mode d'hébergement des Britanniques:
  - 57% restent dans le même hébergement au cours de leur séjour et 19% se rendent dans 2 hébergements. Notons que 12% fréquentent 3 hébergements et 12% plus de 3 hébergements.
  - 57% privilégient l'hôtel
  - 55% privilégient les hébergements de terroir (gîte, chambre d'hôtes, meublé)
  - 18% privilégient le camping
  - 15% privilégient les auberges de jeunesse
  - 11% privilégient les motorhomes
  - 5% privilégient les centres de tourisme social
  
- ❑ Les sources d'infos pour **trouver** l'hébergement :

- 33% des Britanniques trouvent leur hébergement directement sur le site Internet de l'opérateur
- 21% trouvent via Booking.com, 13% via Airbnb et 8% via une autre plateforme de réservation
  
- Les sources d'infos pour **réserver** l'hébergement :
  - 45% des Britanniques réservent leur hébergement directement auprès de l'opérateur (Internet, téléphone, réseaux sociaux, sur place)
  - 17% réservent via Booking.com, 13% via Airbnb et 6% via une autre plateforme de réservation
  
- Les critères pour choisir un hébergement :
  - La facilité de réservation : 43%
  - Le prix : 42%
  - Le confort, niveau d'équipement : 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 6,8/10 pour les Britanniques
  
- Concernant les cotes de satisfaction plus détaillées sur certaines offres/possibilités :
  - L'offre en restauration : 23% des Britanniques ont attribué une cote de 9 et 10/10
  - La possibilité de favoriser l'économie locale de la destination : 31% des Britanniques ont attribué une cote de 9 et 10/10
  - L'offre d'activités culturelles : 25% des Britanniques ont attribué une cote de 9 et 10/10
  - L'offre d'activités récréatives : 25% des Britanniques ont attribué une cote de 9 et 10/10
  - L'accès facile à la destination en transports publics ou modes doux : 28% des Britanniques ont attribué une cote de 9 et 10/10
  - L'attention aux besoins à personnes spécifiques : 27% des Britanniques ont attribué une cote de 9 et 10/10
  - L'offre d'activités sportives : 20% des Britanniques ont attribué une cote de 9 et 10/10

### 6. Les comportements durables

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

Comportements responsables pour ne pas gaspiller les ressources locales	85%
Faire attention aux riverains du lieu de séjour	78%
Favoriser le circuit-court, les achats dans les commerces de proximité	74%

Sur place, se déplacer de manière non motorisée	70%
Éviter les activités qui ne sont pas socialement responsables	68%
Choisir une destination plus proche pour réduire l'empreinte carbone	70%
Choisir un hébergement disposant d'une certification environnementale	68%

### 7. Influence des éléments conjoncturels

#### Impact des éléments conjoncturels sur les Britanniques:

La hausse de prix du carburant pour les transports	67%
L'inflation	62%
La hausse du prix de l'énergie	60%
La situation sanitaire	52%
La guerre en Ukraine	51%
Les grèves dans le secteur aérien/annulations de vols	59%

#### Influence des éléments conjoncturels sur les Britanniques:

Éléments conjoncturels	Influence
Activités gratuites	+1%
Activités payantes	-8%
Fréquentation restaurants	-12%
Shopping	-19%
Durée de séjour en Wallonie	-17%
Nombre séjours Wallonie	-26%

### 8. La digitalisation dans les pratiques touristiques

#### Les expériences digitales des touristes/excursionnistes britanniques sur un smartphone:

Expériences	%
Utiliser des systèmes de géolocalisation pour trouver un lieu de visite à proximité	54%
Utiliser des solutions de réservation/e-commerce	61%
Utiliser des solutions digitales de mobilité (transports publics, covoiturage, ...)	54%
Contacter des prestataires touristiques sur les médias sociaux	54%
Utiliser des applications des villes digitales	54%
Réaliser des visites virtuelles ou 360° de musées, châteaux, ...	54%
Utiliser le nouveau pass VisitWallonia pour effectuer des visites/séjours	49%
Utiliser des applications comme des chasses au trésor ou géocache	47%
Expérimenter la réalité augmentée	46%
Aucun de ceux-ci	14%

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

Activités réservées en ligne	%
Un restaurant	39%
Des activités de loisirs	44%
Des activités culturelles	39%
Aucune réservation en ligne	13%
N'a pas de smartphone	5%

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

- 22% des touristes britanniques 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	13%
Accessibles en fauteuil roulant	5%
Adaptés aux personnes ayant des difficultés de compréhension	3%
Adaptés aux personnes malentendantes/sourdes	3%
Adaptés aux personnes malvoyantes/aveugles	3%