****

Communiqué de presse

Bruxelles, le 24 avril 2013

**Portrait-robot du touriste belge en France :**

**un voyageur connecté qui adore les régions françaises, sportif et gourmand !**

**L’histoire d’amour entre les Belges et La France est une histoire qui dure : les Belges représentent 15% des touristes européens venant en France (derrière les Anglais à 18,3% et les Allemands à 17,2%), mais que viennent-ils y faire ? Qu’est-ce qui les attire en France ? Le Belge, un touriste particulier ? Du 3 au 10 avril 2013, Voyages-sncf.com a interrogé les Allemands, Belges et Italiens sur leurs souhaits en matière de vacances en France[[1]](#endnote-1). Force est de constater que les Belges se démarquent !**

**Le profil type du touriste Belge**

Pour choisir leur destination de vacances et préparer leur voyage, les Belges s’informent avant tout auprès de leurs proches (44%). Arrivés à destination, ils sont près d’un sur deux (48%) à consulter internet pour organiser leur séjour. Si la France les attire, c’est avant tout pour la beauté de ses paysages à 91%, que ce soit sur la Côte d’Azur, dans le Sud-Ouest ou en Bretagne (28% chacun). D’ailleurs, pour plus d’un Belge sur deux, le séjour sera l’occasion de savourer une crêpe bretonne. Et 54% repartiront avec une bouteille de vin pour se souvenir des bons moments passés.

**oral, ecrit, internet, des sources d’informations equilibrees pour preparer son voyage**

**Le tiercé gagnant pour choisir sa destination : les avis de ses proches, les sites web et les guides !**

Si les Allemands (fans de la télévision et des guides papier) sont moins 2.0 que les Italiens, champions européens de la catégorie, les Belges sont plus équilibrés choisissant leurs vacances en se fiant à la fois aux **récits de vacances des proches** et à la fois à l’information obtenue sur les **sites internet dédiés au tourisme**, respectivement à **44%** et **43%**, ils sont en revanche seulement 35%, tout comme les Allemands, à recueillir des renseignements via **les guides de voyages papier**.

**Arrivés sur place -ordinateur, tablette, téléphone- consultation d’Internet pour organiser son séjour**

Indubitablement, les Belges voyagent connectés pour organiser leur séjour sur place, ils occupent la 1ère place du podium européen ! Sur place la **consultation du site internet de l’office de tourisme ou de sites touristiques** arrive en tête pour près d’**un Belge sur deux** (48%) : informations culturelles, idées de sorties, adresses de restaurants, etc. Les Belges **privilégient ensuite le contact direct** en se renseignant à 41% auprès de l’hôtel où ils résident, ou à 39% en se rendant dans l’office du tourisme le plus proche. A contrario, les guides de voyages papiers sont beaucoup moins plébiscités par les Belges (38%) que par les deux autres nationalités (48% pour les Allemands et 47% pour les Italiens)

**Pourquoi les Belges viennent-ils en France ?**

**Parce que c’est beau, qu’on y mange bien et que ça n’est pas trop cher, mais pas pour faire la fête !**

Si les touristes européens viennent tous en France pour profiter des beaux paysages et de la gastronomie (à 76% - le pourcentage le plus élevé, versus les autres pays européens), les touristes belges se singularisent … Ils plébiscitent aussi le plus la gastronomie (à 76% - le pourcentage le plus élevé, versus les autres pays européens), les sports d’extérieurs (47% - là où les Italiens les mentionnent pour seulement 24% d’entre eux) et le bon rapport-qualité prix (73% - là où les Allemands indiquent cette raison pour seulement 47% d’entre eux) mais ne viennent pas en France pour faire la fête (la fête et les night clubs n’attirent que 13% d’entre eux contre 26% pour les Italiens)!

**Et les régions françaises préférées des Belges sont…**

**… à égalité : la Bretagne, la Côte d’Azur et le Sud-Ouest à 28% chacune**

Contrairement aux autres Européens, les belges s’intéressent à toutes les régions françaises, bien plus que de visiter la capitale ! Si Paris arrive en pôle position pour l’Italie et l’Allemagne, **la Ville Lumière n’arrive qu’en 4e position** pour les Belges avec tout de même un pourcentage de **27%** ! Et, ces envies sont bien méconnues par les Français qui les auraient d’abord emmenés à Paris pour 29% d’entre eux, a contrario seuls 12% les auraient conduits vers la Côte d’Azur, Nice ou Saint-Tropez.

**Les touristes belges sont plus sportifs que leurs homologues européens !**

A la lecture des résultats, **l’appétence des Belges pour les sports d’extérieurs** se confirme par des pourcentages plus élevés pour des régions comme :

* **Les parcs régionaux du Centre de la France** pour faire de la randonnée et du camping : 17% (vs 10% pour les Allemands et 7% pour les Italiens)
* **Les Alpes** pour dévaler les pistes de ski et profiter de l’air de la montagne : 14% (vs 7% pour les Allemands et 6% pour les Italiens)

**Spécialité gastronomique : la crêpe bretonne l’emporte !**

Plus d’un Belge sur deux (**51%**) indique qu’il profiterait de son séjour en France pour goûter les crêpes bretonnes. Et les crêpes, tout le monde les aime ! Allemands, Italiens et Belges en raffolent. Il s’agit d’ailleurs de la spécialité régionale préférée de ces derniers à 43%[[2]](#endnote-2). Ensuite, vient **le fromage** français très fort comme le Munster ou l’Epoisse pour **35%** des Belges puis **le foie gras pour 30% d’entre eux**. Bonne nouvelle ! puisque c’est la première spécialité que les Français leur feraient goûter pour 38% d’entre eux.

**Une bouteille de vin dans la valise du retour**

Plus d’un Belge sur deux (**54%**) repartirait avec une bouteille de vin en guise de souvenir de son séjour en France. Un souvenir qui est d’ailleurs plus volontiers cité par les Français pour être remis à leurs cousins Belges : 41%. Sinon, c’est encore un Belge sur deux (50%) qui reviendrait dans le plat pays avec une spécialité régionale de type fromage, charcuterie ou autre, suivi d’un produit artisanal comme de la poterie, une peinture, etc. pour un peu moins d’un tiers (31%).

**A propos de Voyages-sncf.com**

Voyages-sncf.com est un acteur majeur du tourisme en Europe, expert de la distribution du train et de la destination France, avec 650 personnes dont un tiers dédié à l’Europe. Voyages-sncf.com, c’est aujourd’hui une approche globale du client intégrant notamment 13 sites internet et mobiles, 6 boutiques et un service intégré de call-centers.

**Pour plus d’informations :** [http://corporate.voyages-sncf.com/](http://corporate.voyages-sncf.com/communiques-presse-2011)

**Contacts Presse Voyages-sncf.com**

**Pride**

Karima Ghozzi - +3227921654 - +32485127779

**Voyages-sncf.com**

Aurelia le baudour– +33 1 74 54 12 60

[alebaudour@voyages-sncf.com](mailto:alebaudour@voyages-sncf.com)

[karima.ghozzi@pr-ide.be](mailto:karima.ghozzi@pr-ide.be)

Isabelle Verdeyen - +3227921658 - +32486893862

[isabelle.verdeyen@pr-ide.be](mailto:isabelle.verdeyen@pr-ide.be)

1. SourceEtude Harris Interactive pour Voyages-sncf.com réalisée en ligne du 03 au 10 avril 2013 pour le volet belge, allemand et italien et du 03 au 05 avril 2013 pour le volet français. Echantillon de 1000 individus et plus pour chacun des pays suivants : Allemagne, Belgique, Italie et échantillon de 1555 individus représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l’interviewé(e). [↑](#endnote-ref-1)
2. SourceEtude Harris Interactive pour Voyages-sncf.com réalisée en ligne du 05 au 07 mars 2013. Echantillon de 1377 individus représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus, à partir de l’access panel Harris Interactive. Méthode des quotas et redressement appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l’interviewé(e). [↑](#endnote-ref-2)