

# Le comportement touristique des flamands selon le WES

***Rik DE KEYSER***

***Directeur du WES vzw***



Recherche  
et Stratégies  
Vivifiantes



Recherche  
et Stratégies  
Vivifiantes

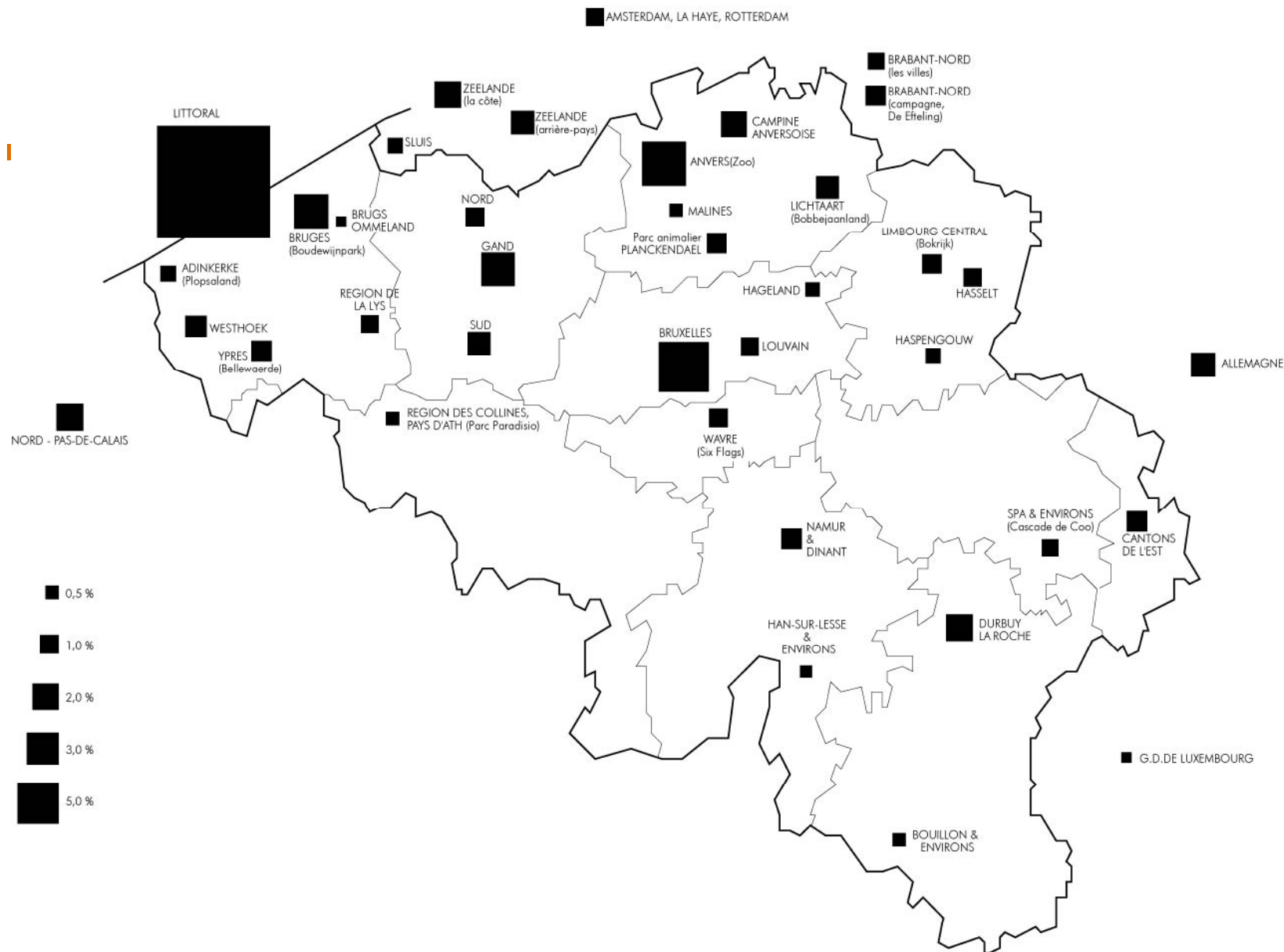
# Le marché touristique en Flandre

Mons, 27 octobre 2010

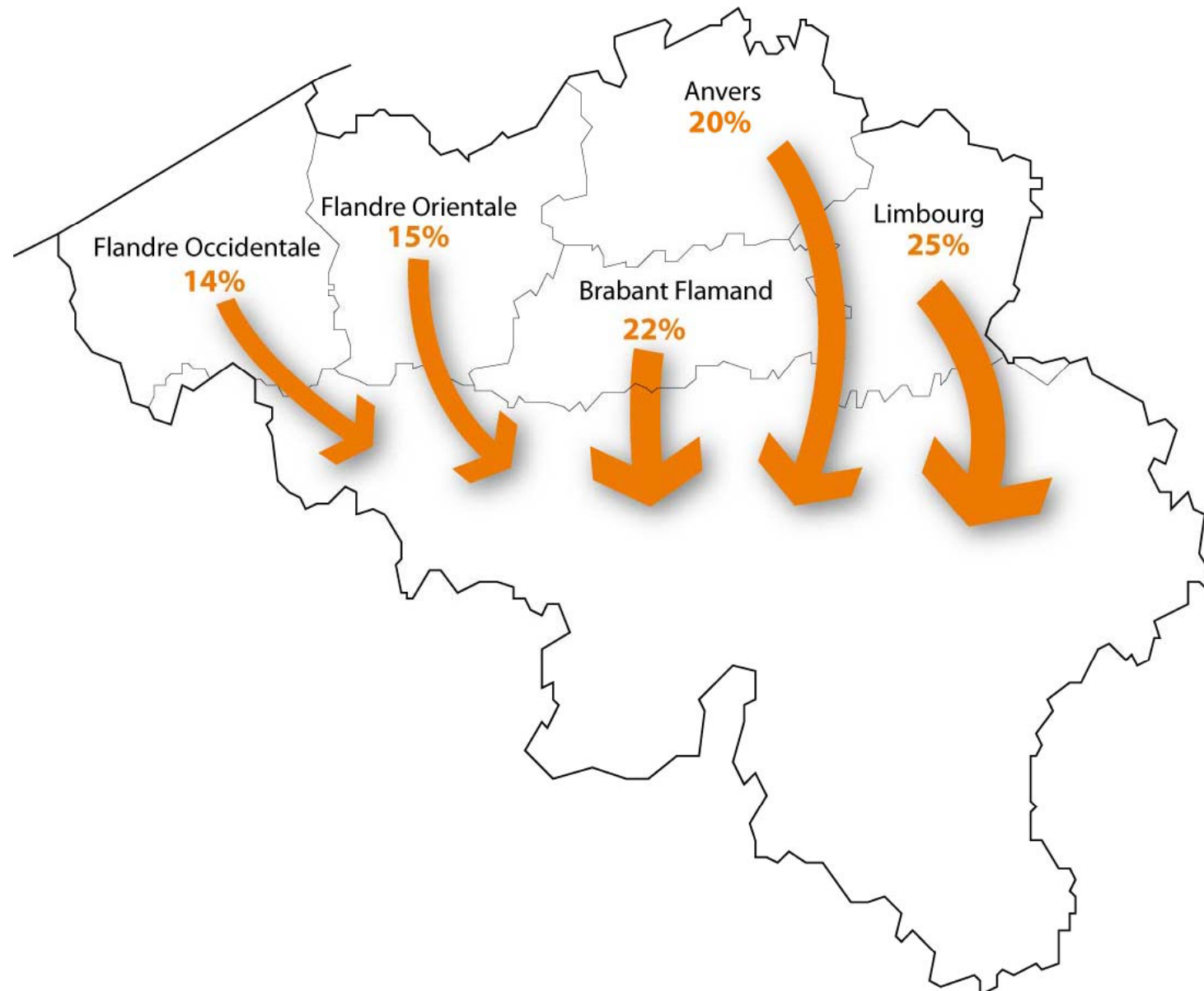
Les excursions des Flamands

Le comportement touristique des Flamands

# La destination des excursions des Flamands en 2004



# Excursions des Flamands vers la Wallonie en 2004



Les excursions des Flamands

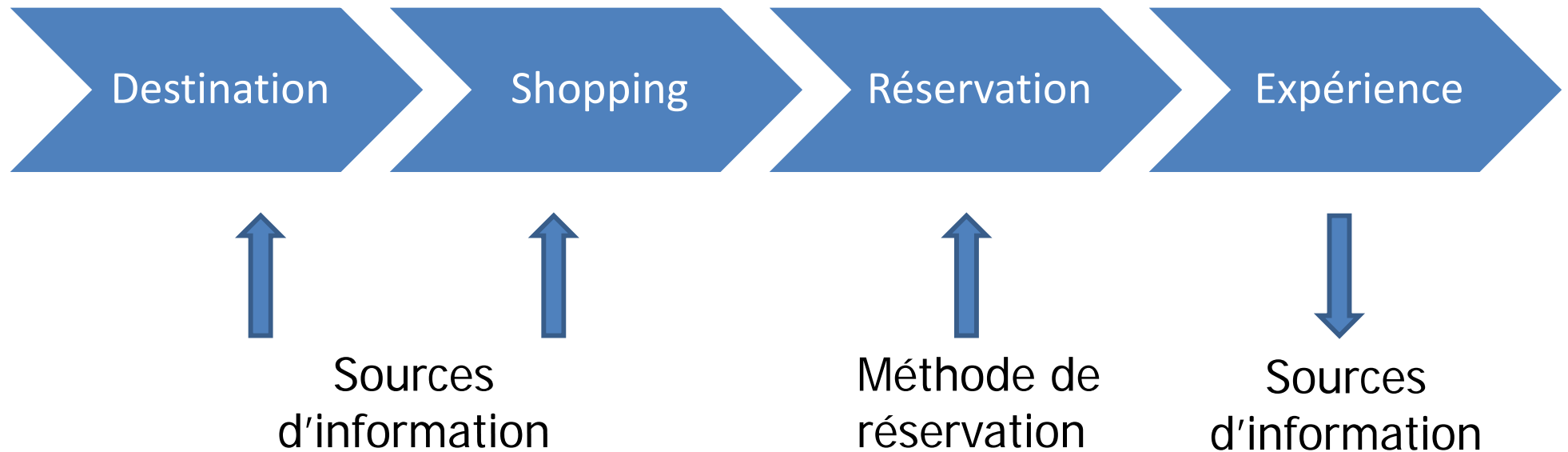
Le comportement touristique des Flamands



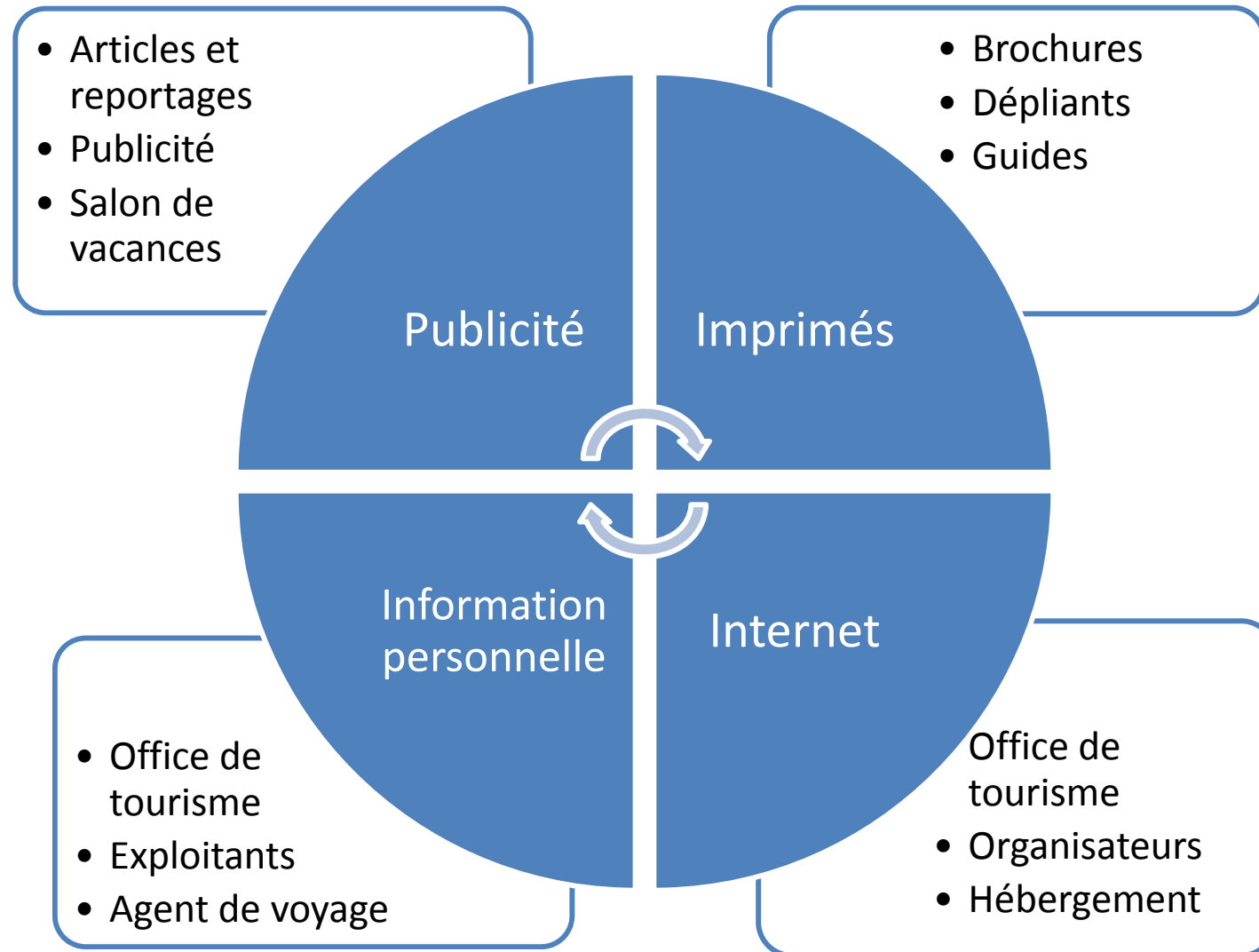
# Le processus d'achat



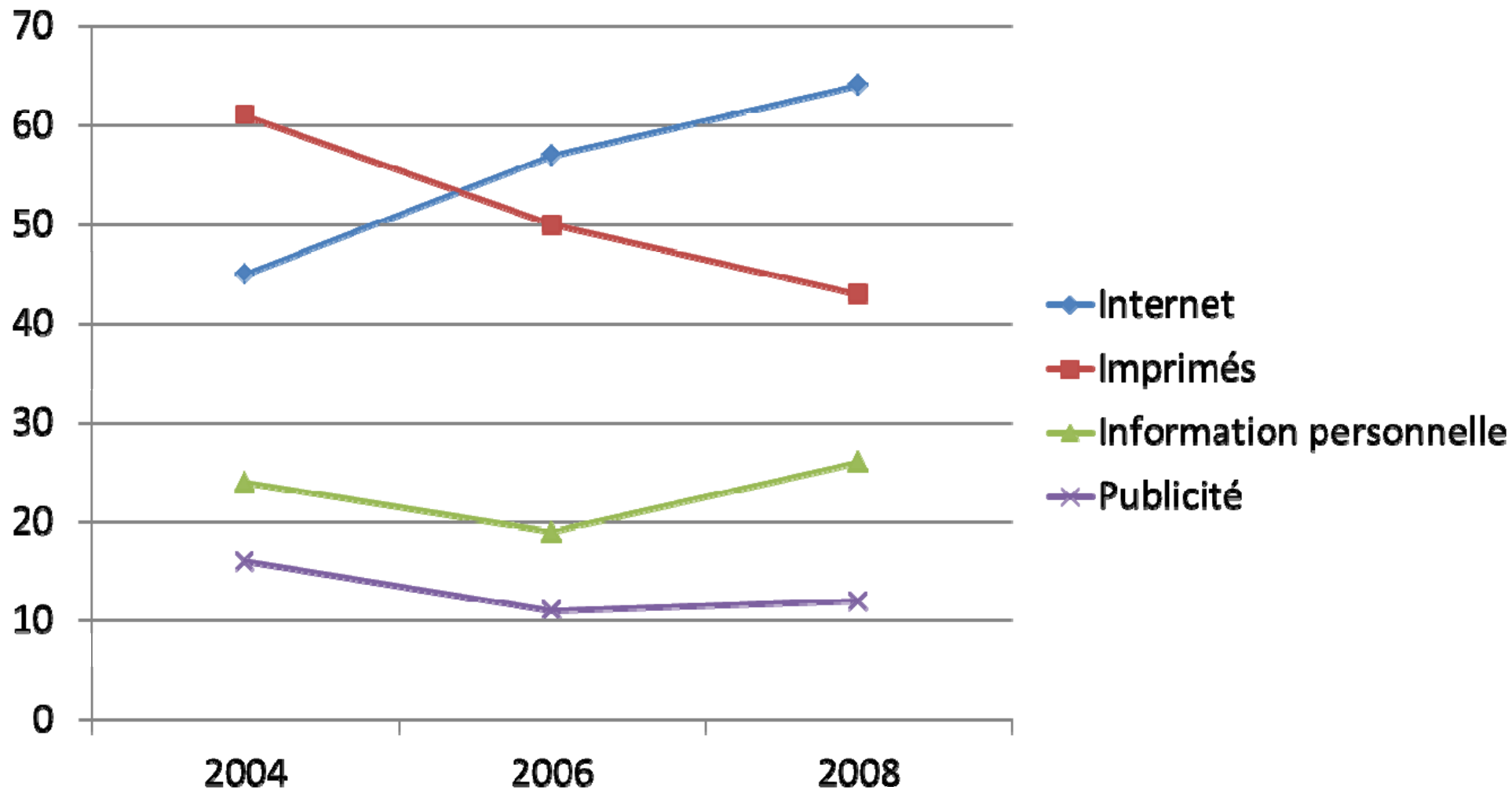
# Le processus d'achat



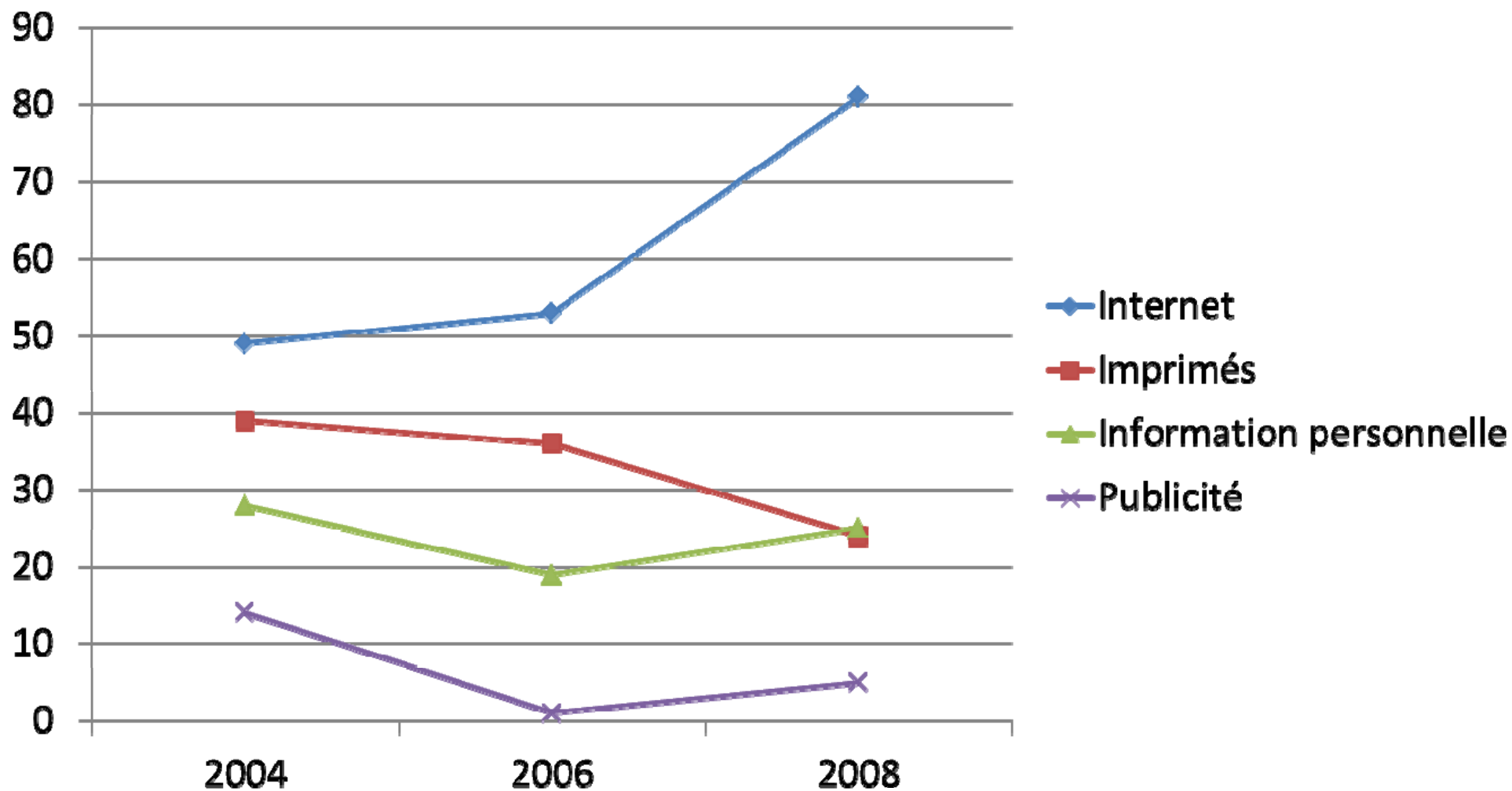
# Les sources d'information



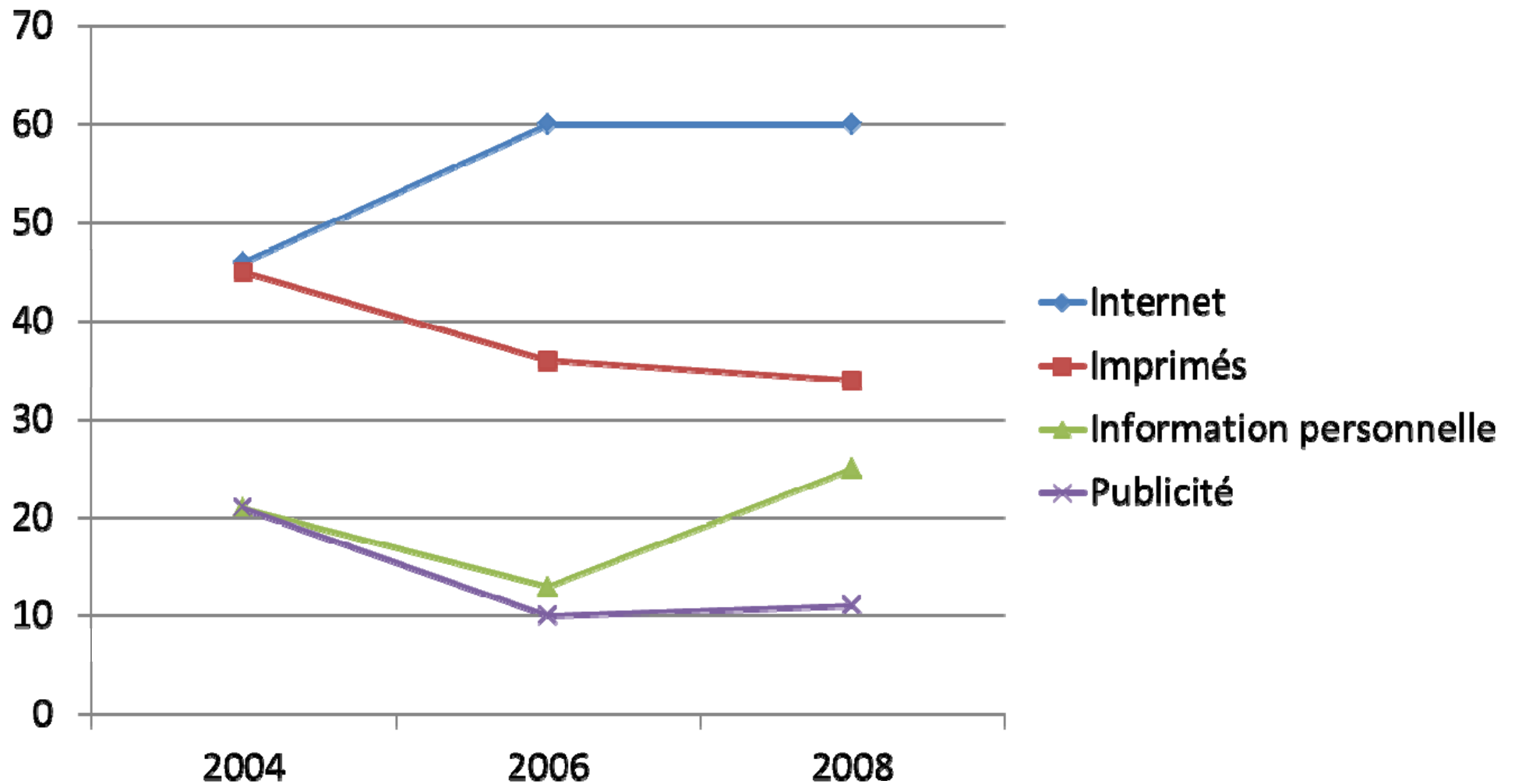
# Les sources d'information utilisées par les Flamands (en %, vacances longues)



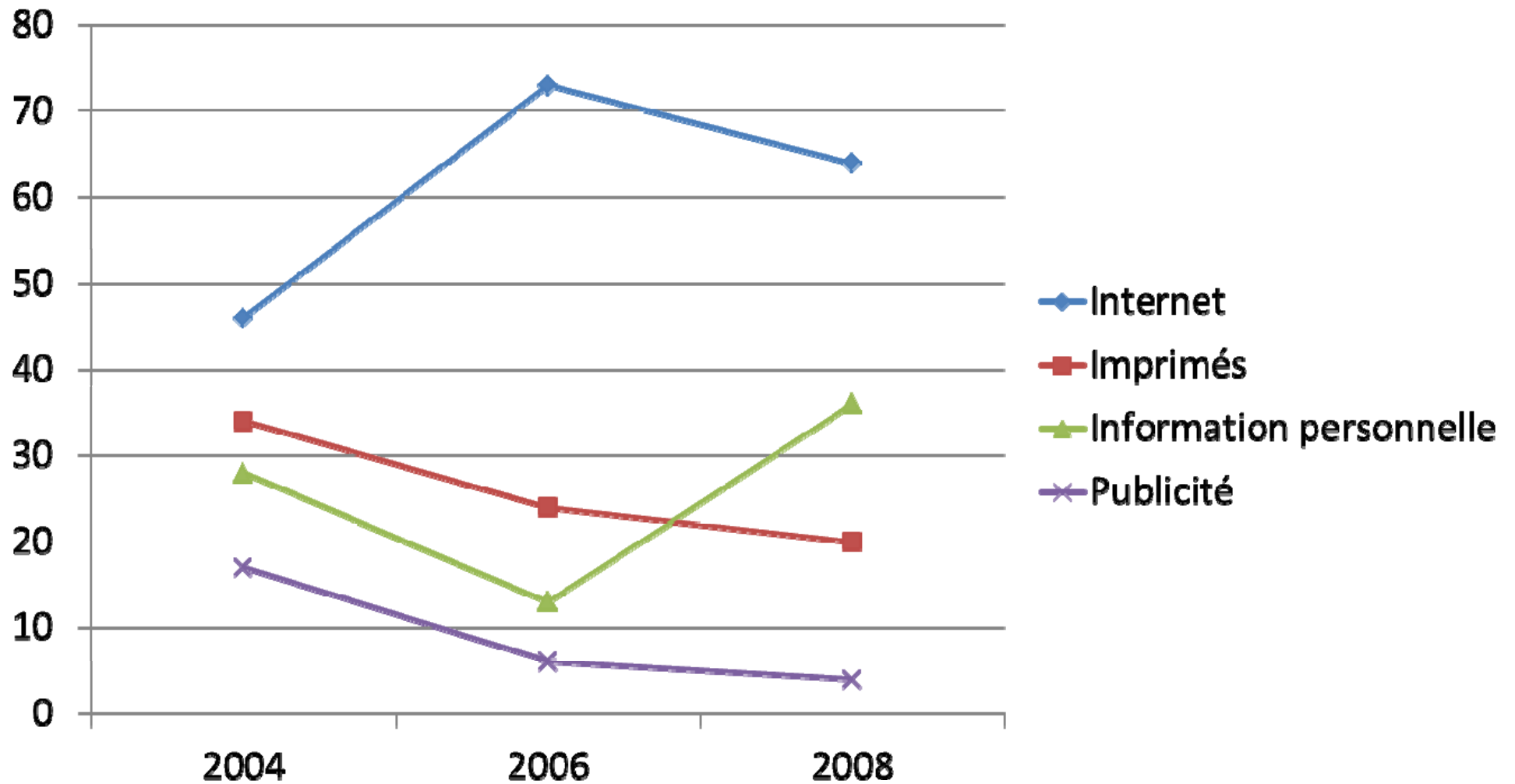
# Les sources d'information utilisées par les Flamands (en %, vacances longues en Wallonie)



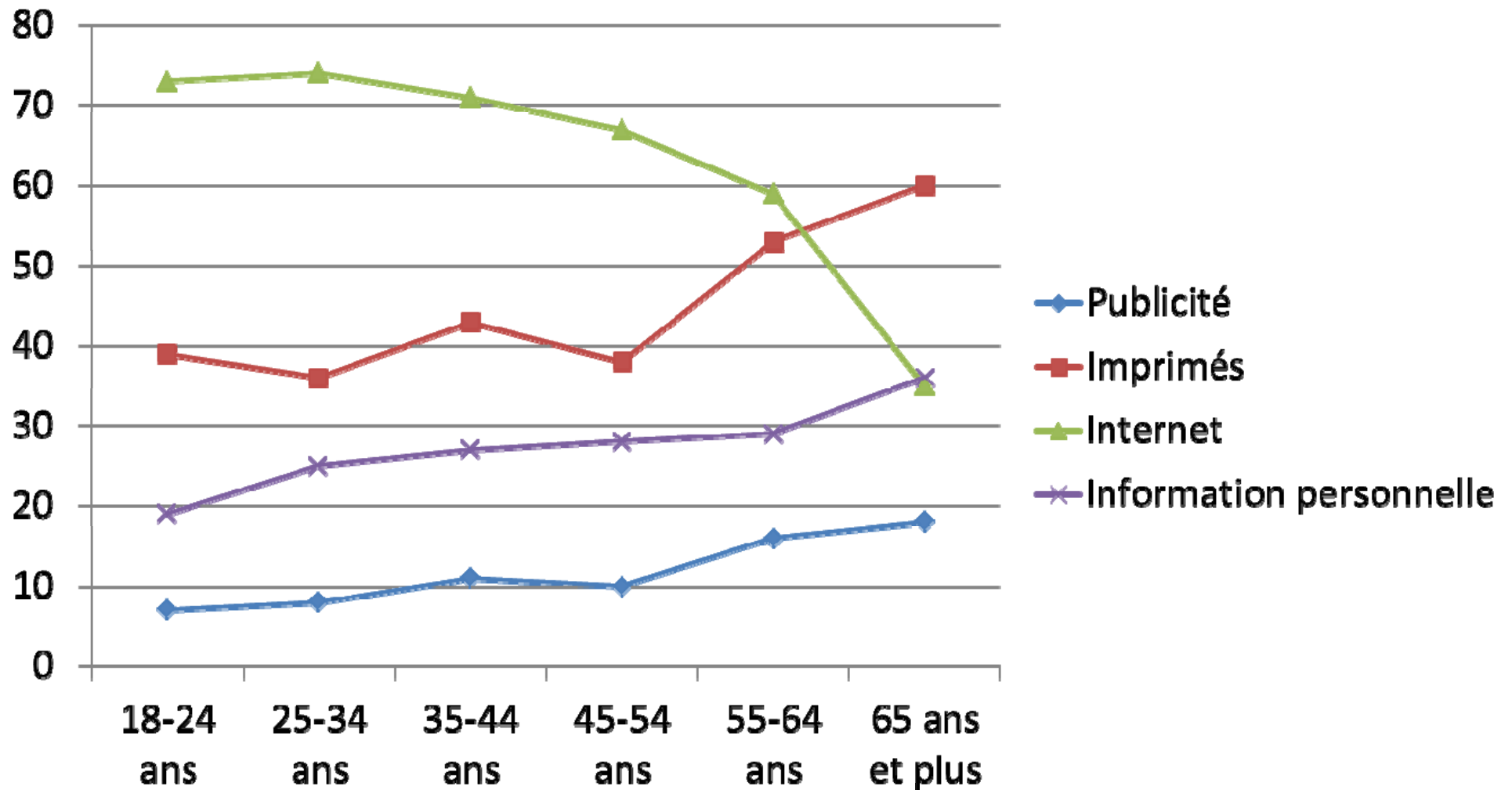
# Les sources d'information utilisées par les Flamands (en %, vacances courtes)



# Les sources d'information utilisées par les Flamands (en %, vacances courtes en Wallonie)

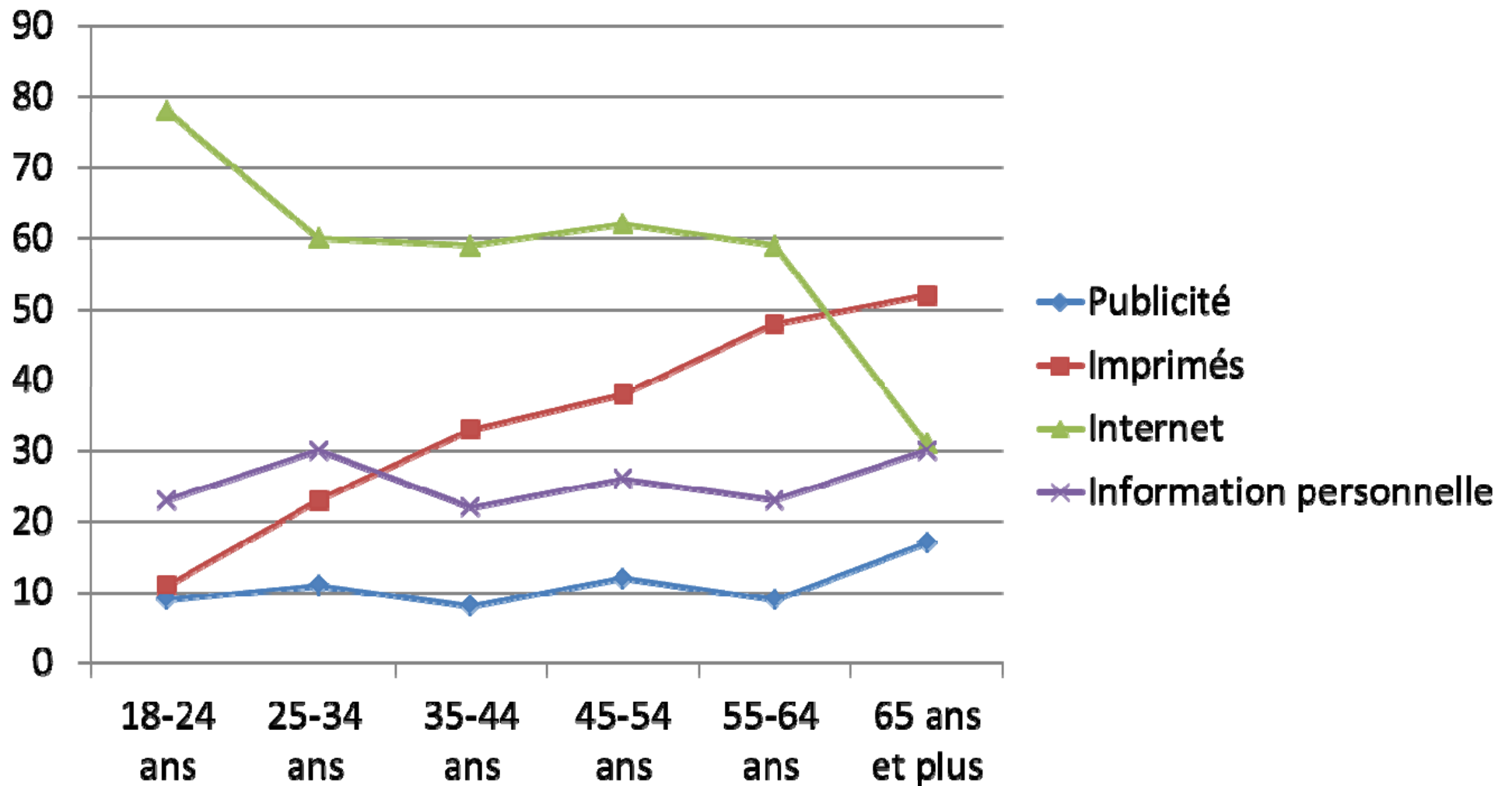


# Les sources d'information utilisées par les Flamands, selon les catégories d'âge (en %, vacances longues en 2008)



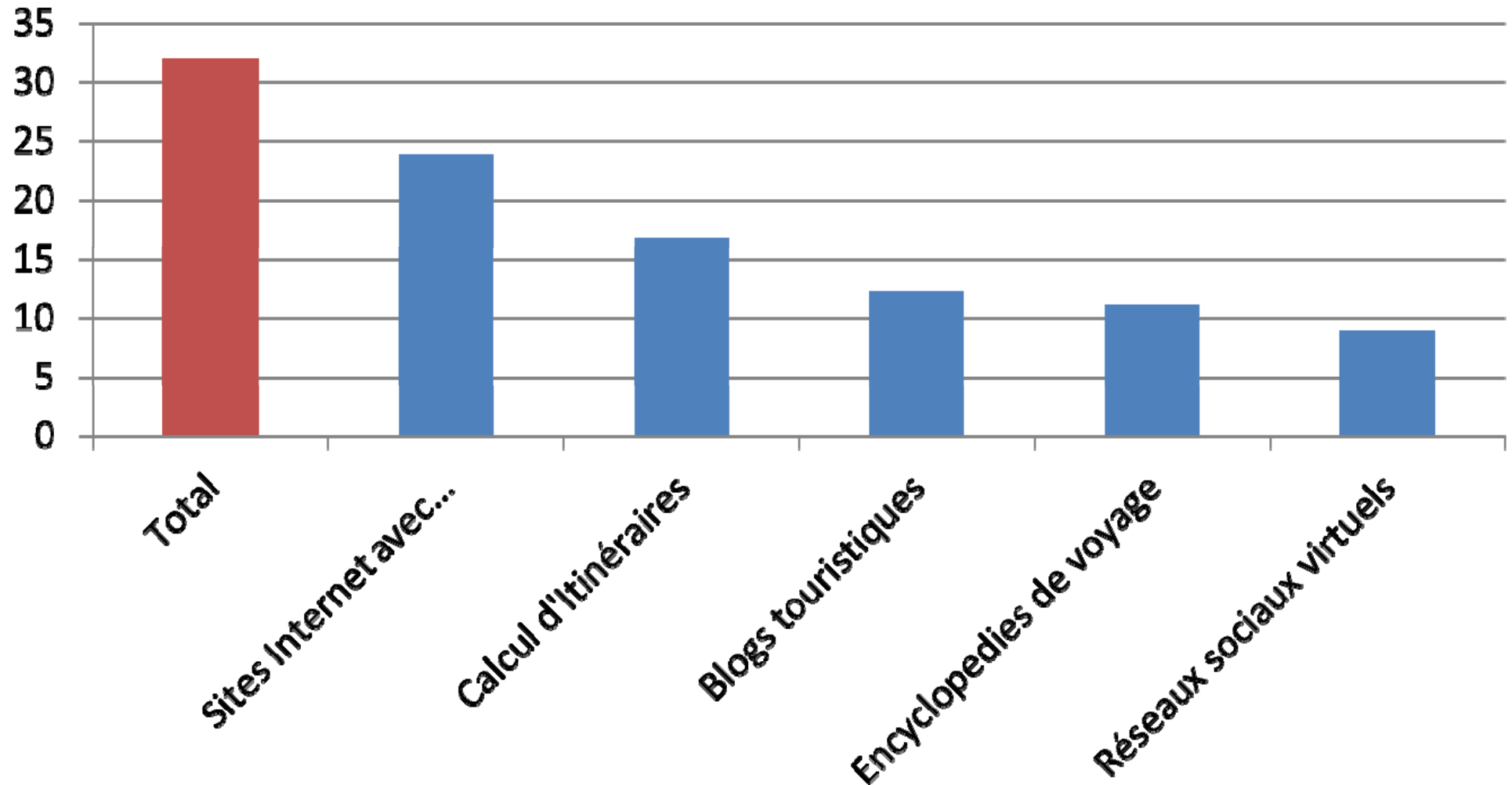


# Les sources d'information utilisées par les Flamands, selon les catégories d'âge (en %, vacances courtes en 2008)

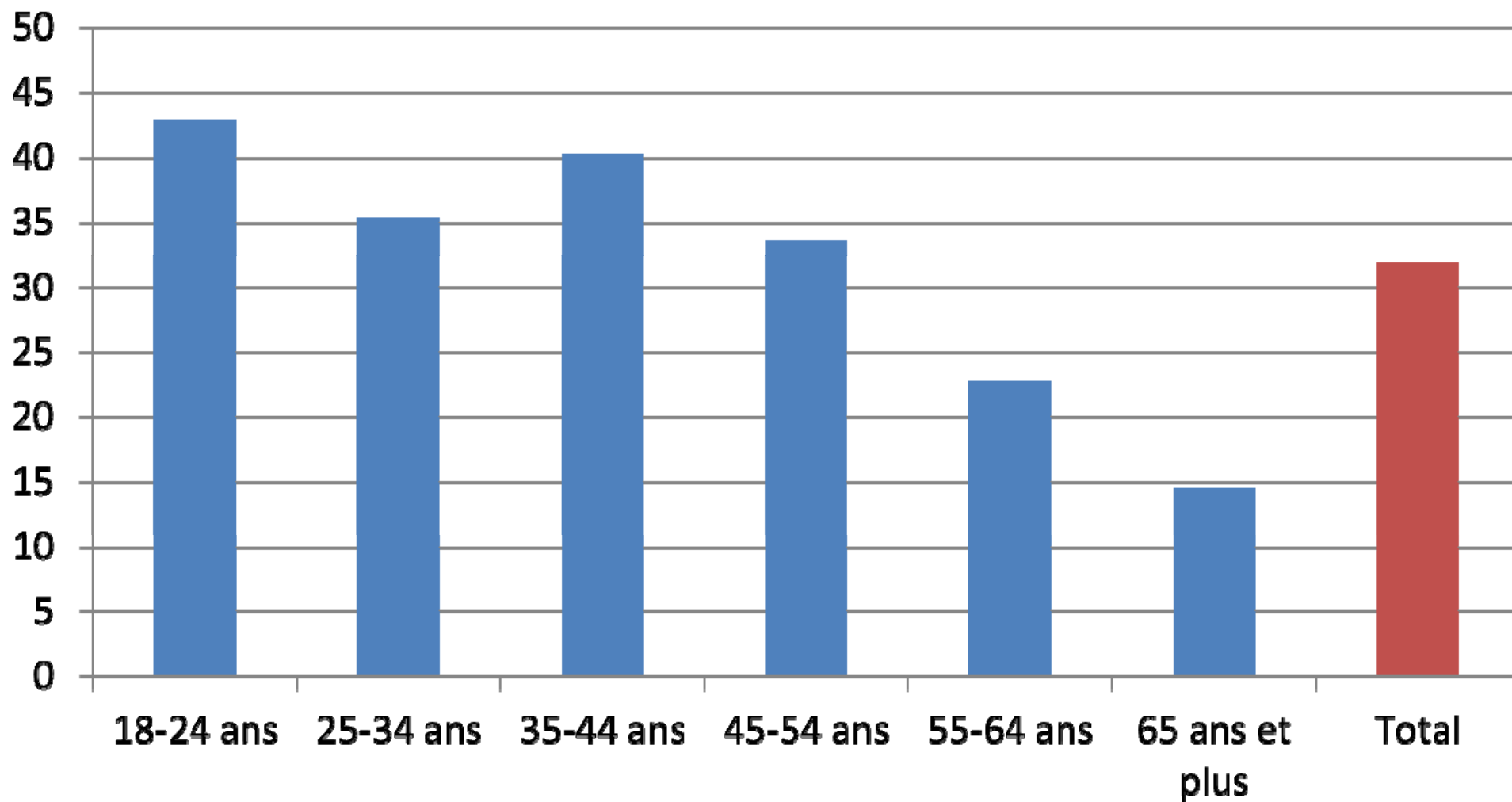


# Les sources d'information utilisées par les Flamands: utilisation des expériences d'autres vacanciers sur Internet

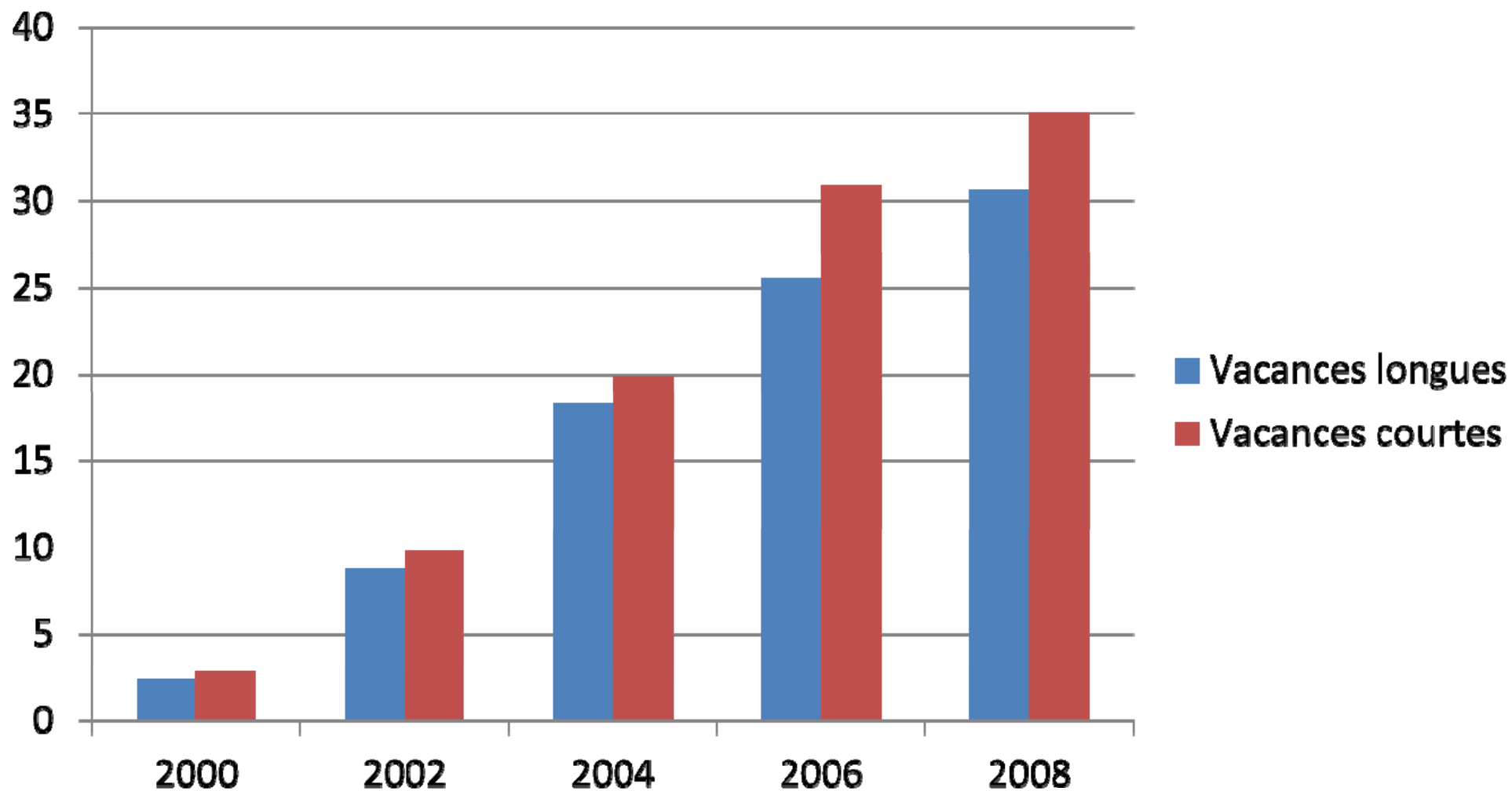
(en %, vacanciers potentiels en 2010)



# Les sources d'information utilisées par les Flamands: utilisation des expériences d'autres vacanciers sur Internet, selon les catégories d'âge (en %, vacanciers potentiels en 2010)

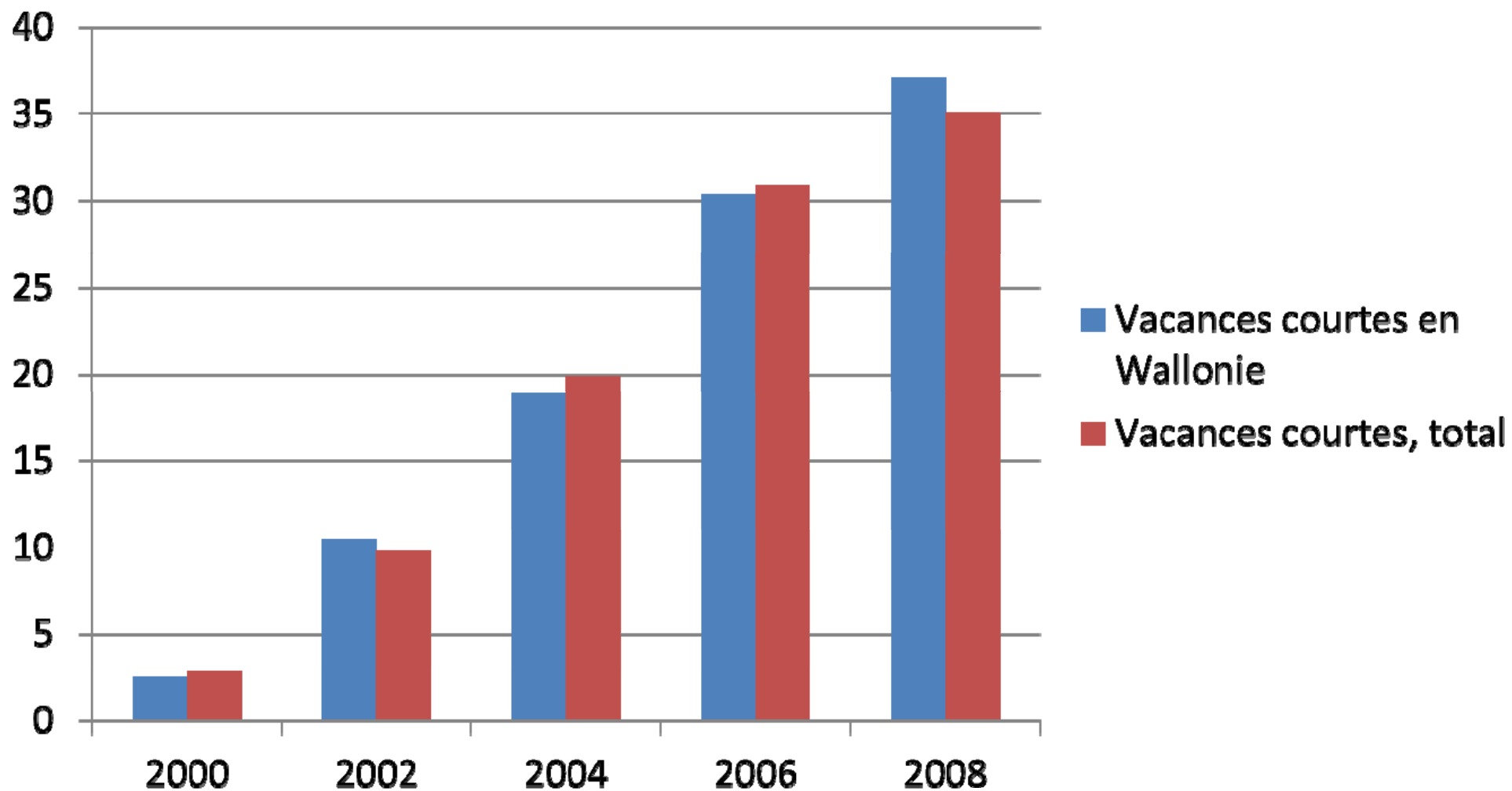


# La réservation sur Internet par les Flamands (en %)



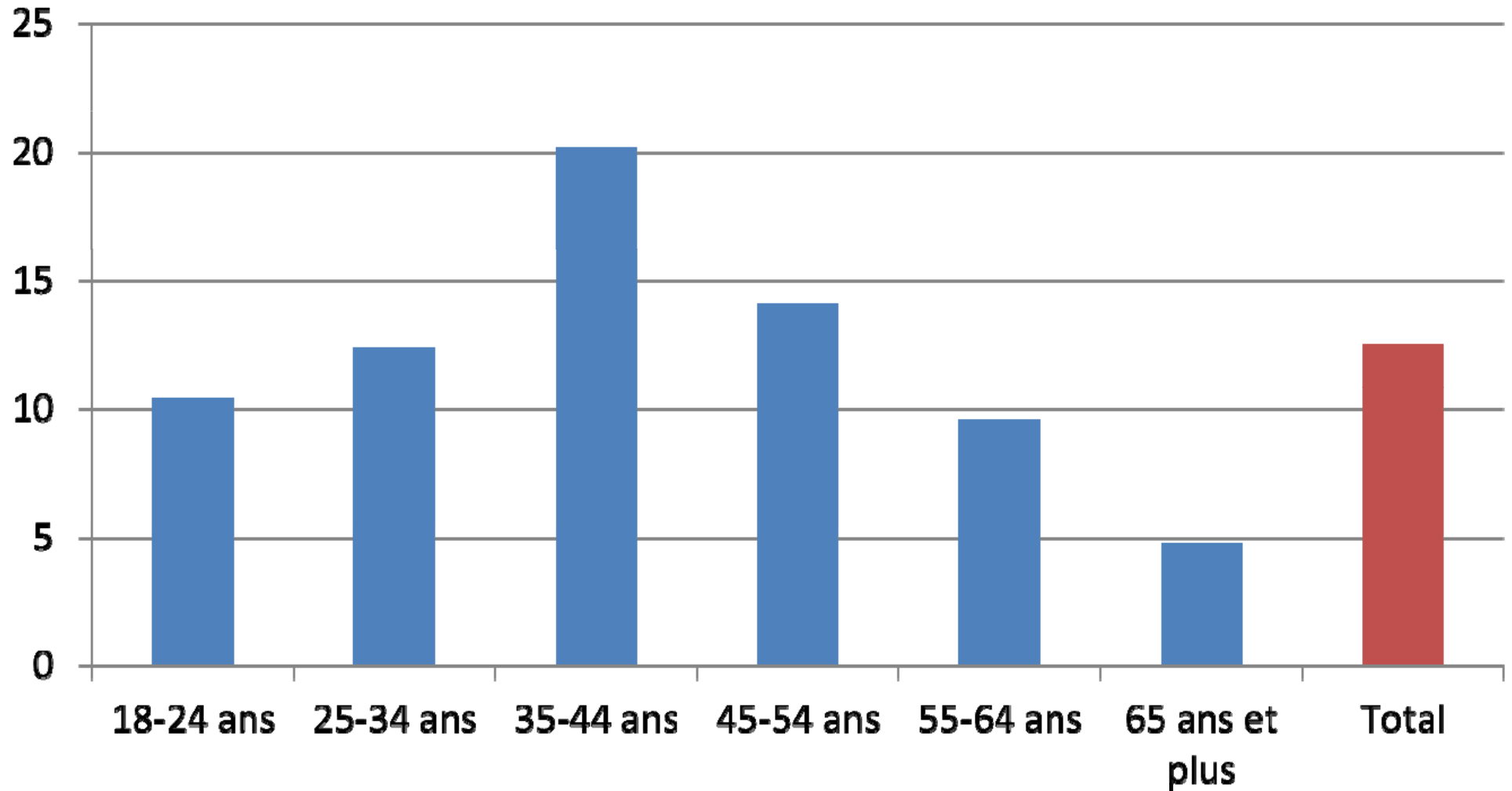
# La réservation sur Internet par les Flamands

(en %, vacances courtes, total et en Wallonie)



# Expérience comme source d'information: avis de voyageurs mis sur Internet, selon les catégories d'âge

(en %, vacanciers potentiels en 2010)



# Conclusions

- La Flandre constitue un marché important pour la Wallonie
- Nous voyons de grands glissements dans le comportement de réservation des Flamands et leur façon de rechercher des informations
- Il convient de supposer que ces tendances, soit dans une mesure un peu moindre, comptent également pour les excursions d'un jour
- En ce moment, nous sommes dans une phase de transition dans laquelle les médias classiques comme les médias nouveaux sont importants
- Ces évolutions sont fortement reliées à l'âge. N'oublions pas que les personnes de plus de 55 ans deviennent un groupe-cible toujours plus important
- Il ne faut pas se limiter aux communications on-line, néanmoins, celles-ci gagnent toujours en importance

# Merci de votre attention!



**Rik De Keyser**

Administrateur-directeur

T +32 50 36 71 02  
rik.dekeyser@wes.be



Recherche  
et Stratégies  
Vivifiantes

**WES asbl**

Baron Ruzettelaan 33  
BE-8310 Assebroek-Brugge  
T +32 50 36 71 36  
F +32 50 36 31 86  
info@wes.be  
[www.wes.be](http://www.wes.be)