

**RAADGEVENDE
INTERPARLEMENTAIRE
BENELUXRAAD**

8 octobre 2004

**Het economisch belang van de toeristische
sector in de Beneluxlanden en de
noodzakelijke promotie-inspanningen**

*Hoorzitting met Toerisme Vlaanderen (TVI)
en Office de Promotion du Tourisme
Wallonie-Bruxelles (OPT)*

VERSLAG

NAMENS DE VERENIGDE COMMISSIES VOOR
ECONOMISCHE AANGELEGENHEDEN,
LANDBOUW EN VISSERIJ EN VOOR
CULTUUR, ONDERWIJS
EN VOLKSGEZONDHEID

UITGEBRACHT DOOR
DE HEREN LOES EN SARENS ⁽¹⁾

(1) Samenstelling van de commissies :

a) *Commissie voor Economische Aangelegenheden,
Landbouw en Visserij :*

Voorzitter : de heer Negri

Leden : de heren Eigeman, Geluk, Ormel, Perdieu, Platteau,
mevrouw Stein, mevrouw Tjon-A-Ten, de heren Timmermans,
Van Den Brande, Van Der Linden en Willems.

b) *Commissie voor Onderwijs, Cultuur en Volksgezondheid :*

Voorzitter : de heer Sarens

Leden : mevrouw Aasted, de heer Dees, mevrouw Eijnsink,
mevrouw Mutsch, de heren Pieters en Siquet, mevrouw Stein,
mevrouw Tjon-A-Ten, de heren Tommelein, Werner en Willems.

**CONSEIL INTERPARLEMENTAIRE
CONSULTATIF
DE BENELUX**

8 oktober 2004

**L'importance économique du secteur
touristique dans les pays du Benelux
et les efforts de promotion nécessaires**

*Audition de l'Office de Promotion du
Tourisme Wallonie-Bruxelles (OPT) et
de Toerisme Vlaanderen (TVI)*

RAPPORT

FAIT AU NOM DES COMMISSIONS
RÉUNIES DES AFFAIRES ÉCONOMIQUES,
DE L'AGRICULTURE ET DE LA PÊCHE
ET DE LA CULTURE, DE L'ENSEIGNEMENT
ET DE LA SANTÉ PUBLIQUE

PAR
MM. LOES ET SARENS ⁽¹⁾

(1) Composition de la commission:

a) *Commission des Affaires économiques, de l'Agriculture et de
la Pêche :*

Président: M. Negri

Membres: MM. Eigeman, Geluk, Ormel, Perdieu, Platteau, Mme
Stein, Mme Tjon-A-Ten, MM. Timmermans, Van Den Brande,
Van Der Linden et Willems.

b) *Commission de l'Enseignement, de la Culture et de la Santé
publique :*

Président: M. Sarens

Membres: Mme Aasted, M. Dees, mevrouw Eijnsink, Mme
Mutsch, MM. Pieters en Siquet, Mme Stein, Mme Tjon-A-Ten,
MM. Tommelein, Werner en Willems.

VAST SECRETARIAAT
VAN DE INTERPARLEMENTAIRE BENELUXRAAD
PALEIS DER NATIE — BRUSSEL

SECRETARIAT PERMANENT
DU CONSEIL INTERPARLEMENTAIRE DE BENELUX
PALAIS DE LA NATION — BRUXELLES

De heer Loes memoreert dat op 5 mei 2003 de heer Robert L. Philippart van het «*Office National du Tourisme*» van Luxemburg over dit onderwerp een uiteenzetting heeft gegeven. Thans is het de beurt aan vertegenwoordigers van de toeristische sector uit België. De heren Jan Van Praet van «*Toerisme Vlaanderen*» (TVI) en Claude Pirard van het «*Office de Promotion du Tourisme Wallonie-Bruxelles*» (OPT) worden welkom geheten. Binnen afzienbare tijd zal ook een deskundige uit Nederland worden gehoord. Daarna zal namens de commissies worden gerapporteerd ter plenaire vergadering. Wellicht kunnen gemeenschappelijke punten in een aanbeveling vorm worden gegeven.

De heer Pirard stelt dat de toeristische sector in België drie belangrijke kenmerken heeft. Allereerst is sprake van complexiteit. Het toerisme is verweven met tal van sectoren, bijvoorbeeld de horeca en het hotelwezen. Ook zijn er veel gemengde activiteiten van overheid (publiek) en bedrijfsleven (privaat). In de tweede plaats zijn veel gegevens over het toerisme beschikbaar. Ten slotte kan de gewestelijke en communautaire structuur van het land worden genoemd. De impact van het toerisme op de economie, het leefmilieu en de maatschappij zijn essentiële gegevens om de duurzame ontwikkeling van het toerisme te meten. Zes indicatoren zullen daarbij aan de orde worden gesteld. Door de gemeenschappelijke belangen en ter voorkoming van overlappingsen aan informatie is gekozen voor een gezamenlijke *PowerPoint* presentatie van TVI en het OPT.

De twee belangrijkste doelstellingen van TVI en het OPT zijn het organiseren van de promotie van Vlaanderen, Brussel en Wallonië op de belangrijkste buitenlandse markten, en de toeristische sector met raad en daad bijstaan om nieuwe kwaliteitsproducten te ontwikkelen en te commercialiseren die beantwoorden aan de vraag van de verschillende marktsegmenten. Voor de organisatie van de promotie van het vrijetijds-, seminarie- en congrestoerisme en de incentives hebben TVI en het OPT vertegenwoordigingen op de belangrijkste buitenlandse markten. Deze inspanningen worden verder versterkt door samenwerkingsverbanden: voor het OPT met Waalse en Brusselse, voor TVI met Vlaamse organisaties op het terrein van handel, export en buitenlandse betrek-

M. Loes rappelle que, le 5 mai 2003, M. Robert L. Philippart, de l'Office national du Tourisme du grand-duché de Luxembourg, a déjà fait un exposé sur ce sujet. C'est à présent au tour des représentants de la Belgique, MM. Claude Pirard, de l'Office de Promotion du Tourisme Wallonie-Bruxelles (OPT), et Jan Van Praet, de *Toerisme Vlaanderen* (TVI). Prochainement, un expert des Pays-Bas sera également entendu. Ensuite rapport sera fait au nom des commissions, lors de la réunion plénière. Les points communs pourront éventuellement être présentés sous la forme d'une recommandation.

M. Pirard explique que le secteur du tourisme en Belgique présente trois caractéristiques importantes. Il y a d'abord sa complexité. Le tourisme a des liens étroits avec de nombreux secteurs, dont l'horeca et l'industrie hôtelière. Les activités mixtes, associant secteur public et secteur privé, sont par ailleurs nombreuses. Ensuite, il y a le volume considérable de données disponibles sur le tourisme. Enfin, il y a la structure régionale et communautaire du pays. L'impact du tourisme sur l'économie, l'environnement et la société sont des données essentielles pour mesurer le développement durable du tourisme. Six indicateurs seront pris en considération à cet égard. Étant donné leurs intérêts communs et afin d'éviter un chevauchement des informations, l'OPT et TVI ont opté pour une présentation *PowerPoint* conjointe.

Les deux principales activités de l'OPT et de TVI sont l'organisation de la promotion de la Wallonie, de la Flandre et de Bruxelles sur les principaux marchés étrangers et le soutien du secteur du tourisme en vue du développement et de la commercialisation de nouveaux produits de qualité qui répondent à la demande des divers segments du marché. Pour organiser la promotion du tourisme de loisirs, de séminaires et de congrès, ainsi que des *incentives*, l'OPT et TVI disposent de représentations sur les principaux marchés étrangers. Ces efforts sont encore renforcés par des accords de collaboration avec des organisations wallonnes et bruxelloises (pour l'OPT) et flamandes (pour TVI), actives dans les secteurs du commerce, de l'exportation et des relations extérieures. Les partenariats

kingen. Tevens zijn van belang de partnerships met transportorganisaties, hotelketens en de toeristische sector in de verschillende regio's van België.

Deze activiteiten vinden hun basis in een strategisch plan voor meerdere (3) jaren en in het jaarlijkse actieplan. In het jaarverslag wordt gerapporteerd over de marketingacties op de verschillende markten en hun resultaten.

De heer Van Praet vermeldt vervolgens de kennis van de trends op de markten waar promotie-activiteiten worden ontplooid als eerste indicator. Om efficiënt de verschillende markten te bewerken moeten TVI en het OPT beschikken over marktstudies die betrouwbaar zijn. Deze studies zijn duur, zodat partnerships soms zijn aangewezen om de investeringen te ondersteunen. Dankzij de samenwerking met het studiebureau *WES Onderzoek & Advies* zijn sedert 1982 betrouwbare gegevens over de Belgische markt beschikbaar. Deze gegevens zijn gebaseerd op een tweejaarlijkse enquête bij 12.000 personen. Een tweede bron van gegevens is afkomstig van eigen onderzoek bij de toeristen.

De cijfers van WES tonen bijvoorbeeld aan dat het aandeel van de Belgische bevolking dat op vakantie gaat de laatste jaren afneemt. In 1998 nam 63% een lange vakantie (vier nachten of meer), in 2002 nog maar 56%. Driekwart daarvan gaat naar het buitenland. Ook de korte vakanties (1-3 nachten) dalen, van 31% in 1998 tot 29% in 2002. Bij dit soort vakanties is het buitenland minder populair (42,5%). Overigens neemt het aantal Belgen dat jaarlijks zowel een lange als een korte vakantie neemt vanaf 2000 af, terwijl het aantal dat niet of op korte vakantie gaat vanaf 2000 toeneemt.

In de periode 1982-1994 is er sprake van een groei van het aantal vakanties/vakantiegangers, maar nadien stabiliseert dat rond de 6 miljoen vakantiegangers en 10 miljoen vakanties. In Vlaanderen is overigens nog tot 2000 een stijging waar te nemen. Tussen 1985 en 2000 stijgt het aantal korte vakanties van 1,5 miljoen naar 5,1 miljoen,

avec des organisations de transport, des chaînes hôtelières et l'industrie touristique dans les différentes régions de la Belgique revêtent également une grande importance dans ce contexte.

Toutes ces activités s'appuient sur un plan stratégique triennal et sur le plan d'action annuel. Le rapport annuel fait, quant à lui, le point sur les actions marketing entreprises sur les différents marchés et leurs résultats.

M. Van Praet explique ensuite que le premier des six indicateurs est la connaissance des tendances sur les marchés où sont menées des actions de promotion. Pour s'adresser efficacement aux différents marchés, l'OPT et TVI doivent disposer d'études de marché fiables. Ces études coûtent cher, si bien que des partenariats s'indiquent parfois afin de soutenir les investissements. La collaboration entretenue depuis 1982 avec le bureau d'études *WES Onderzoek & Advies* permet de disposer de données fiables sur le marché belge. Ces données sont basées sur une enquête biennale, réalisée auprès de 12.000 personnes. La propre étude réalisée auprès des touristes constitue une seconde source de données.

Les chiffres de WES montrent, par exemple, que la proportion de la population belge qui part en vacances a diminué ces dernières années. En 2002, 56% des Belges ont ainsi pris de longues vacances (quatre nuitées ou plus), contre 63% en 1998. Trois quarts d'entre eux partent à l'étranger. Les courts séjours (1 à 3 nuitées) sont également en recul, de 31% en 1998 à 29% en 2002. Pour ce type de séjour, les destinations à l'étranger sont moins populaires (42,5%). Par ailleurs, le nombre de Belges qui effectuent chaque année tant un long séjour qu'un court séjour diminue depuis 2000, alors que le nombre de ceux qui ne partent pas en vacances ou optent pour un court séjour est en augmentation depuis 2000.

Si, pendant la période 1982-1994, le nombre de séjours/vacanciers a augmenté, il s'est ensuite stabilisé aux alentours de 6 millions de vacanciers et de 10 millions de séjours. En Flandre, une augmentation a encore été observée jusqu'en 2000. Entre 1985 et 2000, le nombre de courts séjours est passé de 1,5 million à 5,1 millions, pour retomber à 4,7

om vervolgens in 2002 te dalen naar 4,7 miljoen; een duidelijke trendbreuk. Tussen 1982 en 2002 vertoont het aantal binnenlandse vakanties een stabiel patroon; het aantal buitenlandse vakanties bedraagt 4 miljoen in 1982 en is in 2000 bijna verdubbeld, om in 2002 weer licht te dalen. Ook het aantal korte binnenlandse vakanties stijgt van 1,1 miljoen in 1982 naar 2,8 miljoen in 2000 om vervolgens af te nemen naar 2,6 miljoen in 2002. Hetzelfde beeld vertoont het aantal korte buitenlandse vakanties: een stijging van 0,6 miljoen in 1982 tot 2,3 miljoen in 2000, en vervolgens een daling tot 2,1 miljoen in 2002.

Ook is aangegeven welke de belangrijkste lange vakantiebestemmingen van de Belgische toerist zijn. In 2002 scoort Frankrijk 22,1%, Spanje 14,5%, Italië 8,5%, de Belgische kust 13,1%, en Wallonië 6,9%. De populairste korte bestemmingen zijn de Belgische kust (21 %), Wallonië (21%), Frankrijk (19,9%), en Nederland (8,4%).

Andere belangrijke elementen zijn het profiel van de toerist, zijn/haar activiteiten, de gekozen logiesvorm, de transportmiddelen, de tevredenheid, etc. Wat betreft het hotelcomfort wordt de laatste jaren door Belgische toeristen voor lange vakanties steeds meer gekozen voor vier sterren of hoger, terwijl bij korte vakanties meer en meer wordt gekozen voor drie sterren.

Tijdens lange vakanties heeft 58% van de Belgen in 2002 de auto als transportmiddel gebruikt, tegenover 27% het vliegtuig, 9% de autocar, en 5% de trein.

Opmerkelijk is de enorme stijging van het gebruik van internet als boekingskanaal. Tussen 2000 en 2002 stijgt het aantal internetboekingen voor lange vakanties van 2 % naar 7,3% en voor korte vakanties van 2,5% naar 9,5%. In totaliteit gaat het in 2002 om 1.155.000 reizen, waarvan 780.000 logiesboekingen, 155.000 transportboekingen en 220.000 boekingen van logies en transport.

Vervolgens geeft de heer Van Praet aan dat Nederlanders zeer reislustig zijn. In de jaren 2000 tot en met 2002 gaat circa 80% met lange/korte vakantie. Voor de Belgische toeristische sector is het

millions en 2002. Il s'agit là d'une rupture claire de la tendance. Entre 1982 et 2002, le nombre de séjours sur le territoire national est demeuré assez stable; le nombre de séjours à l'étranger, qui s'élevait à 4 millions en 1982, a pratiquement doublé en 2000, avant de reculer légèrement en 2002. Le nombre de courts séjours en Belgique a également augmenté entre 1982 et 2000, passant de 1,1 million à 2,8 millions, avant de fléchir à 2,6 millions en 2002. Le constat est le même pour le nombre de courts séjours à l'étranger: une progression de 0,6 million en 1982 à 2,3 millions en 2000, suivie d'un repli à 2,1 millions en 2002.

On dispose également de données sur les principales destinations de longs séjours du touriste belge. En 2002, 22,1% des Belges ont mis le cap sur la France, 14,5% sur l'Espagne, 8,5% sur l'Italie, 13,1% sur la côte belge et 6,9% sur la Wallonie. Les destinations les plus populaires pour les courts séjours sont la côte belge (21 %), la Wallonie (21%), la France (19,9%) et les Pays-Bas (8,4%).

Parmi les autres facteurs importants figurent notamment le profil du touriste, ses activités, la formule de logement choisie, le moyen de transport, la satisfaction, etc. En ce qui concerne le confort hôtelier, les touristes belges optent de plus en plus pour des quatre étoiles ou plus, lorsqu'il s'agit d'un long séjour, alors qu'ils se contentent plus volontiers de trois étoiles pour un court séjour.

Pour les longs séjours, 58% des Belges ont utilisé la voiture comme moyen de transport en 2002, 27% préférant l'avion, 9% l'autocar et 5% le train.

Il y a lieu de noter l'augmentation considérable de l'utilisation de l'internet comme canal de réservation. Entre 2000 et 2002, le pourcentage de réservations par Internet est passé de 2 à 7,3% pour les longs séjours et de 2,5 à 9,5% pour les courts séjours. Au total, il s'agit en 2002 de 1.155.000 voyages, dont 780.000 réservations de logement, 155.000 réservations de transport et 220.000 réservations de logement avec transport.

M. Van Praet indique ensuite que les néerlandais sont friands de voyages. De 2000 à 2002, 80% d'entre eux ont pris des vacances de courte/longue durée. Pour le secteur de tourisme en Belgique, il est important, sous l'angle de la concurrence

met het oog op de concurrentiële positie van belang informatie te hebben over de belangrijkste lange vakantiebestemmingen van de Nederlandse toerist. In 2002 haalt Frankrijk 23,6% van deze groep binnen, dan volgen Spanje, Duitsland en Italië, terwijl België met 5,2% achterblijft. Geheel anders is dat voor de korte bestemmingen. Van de Nederlanders bezoekt 33,7% België, gevolgd door Duitsland, Frankrijk, Groot-Brittannië, en 2,5% gaat naar Luxemburg. Een derde voorbeeld voor het opdoen van kennis over trends de markten betreft het meten van de verblijfsduur van recreatieve vakanties en de tevredenheid van de cliëntèle.

Toerisme Vlaanderen heeft drie speerpunten bij haar promotieactiviteiten: de kust, de kunststeden en de Vlaamse regio's. De recreatieve verblijfs-toeristen in de kunststeden zijn bijvoorbeeld in 2002 in algemene zin tevreden over hun vakanties en over de prijs/kwaliteitsverhouding. Uit de gegevens over de verblijfsduur in 2002 blijkt duidelijk dat 57% van de Britten die de Belgische kust bezoeken daarvoor een week uittrekt en 3% daar meer dagen aan spendeert. Ter vergelijking : 36% van de bezoe-kende Nederlanders verblijft een week, 31% langer dan een week. Voor de Belgen is dat respectie-velijk 32% en 43%, en voor de Luxemburgers 34% en 37%. Voor de Duitsers en Fransen gelden min of meer vergelijkbare percentages.

De heer Van den Brande vraagt naar het economisch verbruik van de toeristen die België aandoen. Wie zijn de interessantste klanten?

Volgens *de heer Van Praet* zijn dat vooral toeristen uit Scandinavië.

De heer Van der Linden vestigt de aandacht op de dagtoeristen. Zij kunnen vaak goedkoop per trein reizen. In hoeverre worden van deze groep gegevens verzameld? *De heer Van Praet* antwoordt dat het dagtoerisme niet nauwkeurig te meten is. De heer Pirard zal hier later op terugkomen. Voor kort verblijf geldt minimaal een dag logies.

Een tweede indicator is volgens *de heer Pirard* het verzamelen van statistische informatie over het

de disposer d'informations sur les principales destinations de vacances de longue durée des néerlandais. En 2002, 23,6% de ce groupe se sont rendus en France. Viennent ensuite l'Espagne, l'Allemagne et l'Italie, la Belgique restant à la traîne avec 5,2%. Le situation est toute différente pour les brefs séjours. 37,7% des néerlandais se rendent en Belgique qui devance ainsi l'Allemagne, la France, la Grande-Bretagne et le Luxembourg qui accueille 2,5% des touristes néerlandais. Un troisième exemple qui plaide en faveur de la collecte d'informations sur les tendances du marché concerne la durée de séjour dans le cadre de vacances récréatives et la satisfaction de la clientèle.

Les activités de promotion de *Toerisme Vlaanderen* sont réparties sur trois axes: la côte les villes d'art et les régions flamandes. Les touristes qui ont séjourné dans les villes d'art en 2002 sont, d'une manière générale, satisfaits de leurs vacances et du rapport qualité/prix. Les données relatives à la durée du séjour en 2002 montrent, de manière assez étonnante, que 57% des Britanniques qui visitent la côte belge y consacrent une semaine et seulement 3%, plus d'une semaine. A titre de comparaison 36% des visiteurs néerlandais séjournent une semaine et 31 %, plus d'une semaine. Pour les visiteurs belges, ces pourcentages sont respectivement de 32% et 43% et pour les visiteurs luxembourgeois, de 34% et 37%. Les pourcentages sont assez comparables pour les Allemands et les Français.

M. Van den Brande s'enquiert de la consommation économique des touristes qui visitent la Belgique. Qui sont les clients les plus intéressants?

Selon *M. Van Praet*, ce sont surtout les touristes scandinaves.

M. Van der Linden attire l'attention sur les touristes d'un jour. Ceux-ci peuvent souvent voyager en train à un tarif avantageux. Dispose-t-on d'informations concernant ce groupe ? *M. Van Praet* répond qu'il n'est pas possible de mesurer le tourisme d'un jour avec précision. *M. Pirard* reviendra sur ce point ultérieurement. Les séjours courts supposent toujours au moins une nuitée.

M. Pirard explique que les informations statistiques sur les séjours touristiques dans les différen-

verblijfstoerisme in de verschillende regio's van België. Daartoe legt de Europese richtlijn een homogeen kader vast op Europees niveau. De samenwerking met het Nationaal Instituut voor de Statistiek (NIS) maakt het mogelijk om statistische gegevens te verzamelen op een homogene, betrouwbare en permanente basis voor de commerciële logies en dit voor het volledige grondgebied van België, ondanks de specifieke wetgeving in de verschillende regio's. De toeristische statistieken tonen aan dat bepaalde sectoren momenteel nog een sterke groei kennen. De samenwerking met de observatoria voor toerisme van de regio's laat toe om het gebruik van deze gegevens te optimaliseren en deze aan te vullen met specifieke studies, zoals bijvoorbeeld bij de toeristische attracties of het zaken-toerisme.

Op grond van deze statistieken kan een evolutie worden gemaakt van het aantal overnachtingen in België per regio. In de periode 1998 tot 2002 is voor Vlaanderen een stijging waar te nemen van 17.329.257 naar 17.586.790, voor Wallonië van 6.610.012 naar 6.819.401, en voor Brussel van 4.083.978 naar 4.686.350. Het aantal aankomsten in deze periode vertoont ook een groei: voor Vlaanderen van 5.683.328 naar 6.168.690, voor Brussel van 2.193.169 naar 2.468.264 en voor Wallonië van 2.203.166 naar 2.403.804.

De statistieken laten ook toe om de evolutie te volgen van elke markt in elke regio. Bij wijze van voorbeeld kan de Franse markt worden genoemd. Het aantal Franse overnachtingen in Vlaanderen bedraagt in 1998 798.345, 730.849 in 2000 en 808.888 in 2002. In Brussel: 479.173 in 1998, in 2000 480.896 en in 2002 498.585. Voor Wallonië zijn respectievelijk 326.590 (1998), 372.989 (2000) en 395.258 (2002) overnachtingen vastgesteld.

Tevens geven de statistieken inzicht in het aantal toeristen en hun reismotief. In 2002 hebben bijvoorbeeld 289.488 Franse toeristen in Brussel, 199.843 in Wallonië, en 419.288 in Vlaanderen overnacht. De Fransen vertegenwoordigen 5% van de bezoeken aan de gîtes ruraux in Wallonië; dit betreft 24.000 toeristen en 98.000 overnachtingen. Het reismotief van de Fransen varieert sterk naar regio in 2002. In Brussel zijn het deelnemen aan verga-

tes régions de Belgique constituent le deuxième indicateur. Une directive européenne fixe un cadre homogène pour la collecte de ces statistiques. La collaboration avec l'Institut national de Statistique (INS) permet de réunir des données statistiques sur une base homogène, fiable et permanente pour les logements commerciaux et pour l'ensemble du territoire belge et ce, en dépit des différences de législation d'une région à l'autre. Les statistiques du tourisme montrent que certains secteurs connaissent encore à l'heure actuelle une forte croissance. La collaboration avec les observatoires du tourisme des régions permet d'optimiser l'utilisation de ces données et de les compléter par des études spécifiques, par exemple, concernant les attractions touristiques ou le tourisme d'affaires.

Sur la base de ces statistiques il est possible d'établir l'évolution du nombre de nuitées en Belgique, par région. Au cours de la période entre 1998 et 2002, la Wallonie a enregistré une augmentation de 6.610.012 à 6.819.401; la Flandre, de 17.329.257 à 17.586.790 et Bruxelles de 4.083.978 à 4.686.350. Le nombre d'arrivées au cours de cette période s'est également inscrit en hausse: pour la Wallonie, de 2.203.166 à 2.403.804; pour la Flandre, de 5.683.328 à 6.168.690 et pour Bruxelles, de 2.193.169 à 2.468.264.

Les statistiques permettent aussi de suivre l'évolution de chaque marché dans chaque région. Le marché français est cité à titre d'exemple. Le nombre de nuitées de touristes français en Wallonie s'est élevé à 326.590 en 1998, à 372.989 en 2000 et à 395.258 en 2002. Pour la Flandre, ce nombre est respectivement de 798.345 en 1998, 730.849 en 2000 et 808.888 en 2002. Enfin, pour Bruxelles, les chiffres sont de 479.173 (1998), 480.896 (2000) et 498.585 (2002).

Les statistiques permettent aussi de déterminer le nombre de touristes et le motif de leur voyage. En 2002, 289.488 touristes français ont ainsi séjourné à Bruxelles; 199.843 en Wallonie et 419.288 en Flandre. Les Français représentent 5% des occupants des gîtes ruraux en Wallonie, soit 24.000 personnes et 98.000 nuitées. Le motif du voyage des visiteurs français varie fortement d'une région à l'autre en 2002. À Bruxelles, la participation à des

deringen (26%) en andere zakelijke doeleinden (35%) belangrijk. Slechts 39% van de Fransen komt voor vrije tijd naar de Belgische hoofdstad. Voor Vlaanderen en Wallonië scoort de vrijetijdsbesteding juist hoog, respectievelijk 74% en 61%. Het vergadertoerisme trekt in Wallonië 11% en in Vlaanderen 8% van de Fransen. Ten slotte komt 28% van de Fransen voor andere zakelijke doeleinden in Wallonië, tegenover 18% in Vlaanderen.

De vergelijking van de resultaten van de marktstudies en de statistieken van de NIS bevestigt de convergentie van de beschikbare informatie. Uit de studie van «*la Direction du Tourisme*» in Frankrijk kan worden opgemaakt dat het totaal aantal vakanties van Franse toeristen in België in 2002 931.000 bedraagt. De NIS-statistieken tellen 908.619 aankomsten van Franse toeristen. Op grond van de Franse informatie komt naar voren dat België de derde buitenlandse bestemming is voor de Fransen en de eerste noordelijke bestemming.

Als derde indicator noemt de heer Pirard de statistische informatie over de daguitstappen. De geografische positie van België en de toegangswegen (auto en trein) zijn twee belangrijke factoren om daguitstappen aan te moedigen. Hierbij komen ook de «bezoeken» in het kader van een verblijfsvakantie. Van belang is ook dat België een groot aantal toeristische attracties telt. De informatie van de observatoria over het bezoek aan attracties bevestigt bijvoorbeeld de hypothese van het WES dat in 2002 Belgen 4.125.000 maal vanuit hun woonplaats Brussel bezochten, 6.120.000 maal Wallonië en 34.755.000 maal Vlaanderen. Ook voor de Franse markt kan het type van daguitstap nader worden omschreven. Zo hebben in 2002 76.000 Franse toeristen vanuit hun woonplaats Brussel bezocht, 110.000 Fransen hebben een daguitstap gemaakt naar Brussel in het kader van een vakantie buiten Brussel, en 195.000 Fransen hebben een daguitstap gemaakt tijdens een vakantie in Brussel. Een daguitstap naar Wallonië hebben 273.000 Fransen vanuit hun woonplaats gedaan, 30.000 tijdens een vakantie buiten Wallonië, en 243.000 tijdens een verblijf in Wallonië.

réunions (26%) et à d'autres activités professionnelles (35%) arrive en tête. Seuls 39% des Français se rendent dans la capitale belge dans le cadre d'un voyage d'agrément. À l'inverse, l'agrément constitue le principal motif de séjour en Flandre et en Wallonie (respectivement 74% et 61%). Le tourisme de réunion attire 11% des Français en Wallonie et 8% en Flandre. Enfin, 28% des Français se rendent en Wallonie à d'autres fins professionnelles, pour 18% en Flandre.

La comparaison des résultats des études de marché et des statistiques de l'INS confirme la convergence des informations disponibles. Il ressort de l'étude de la Direction du Tourisme (France) que le nombre total de séjours de touristes français en Belgique s'est élevé à 931.000 en 2002. Les statistiques de l'INS font, quant à elles, état de 908.619 arrivées de touristes en provenance de l'Hexagone. Sur la base des informations françaises, la Belgique s'avère être la troisième destination de prédilection à l'étranger des Français et la première destination septentrionale.

M. Pirard cite comme troisième indicateur l'information statistique sur les excursions d'un jour. La situation géographique de la Belgique et les voies d'accès (auto et train) sont deux facteurs qui favorisent ce type d'excursion. Il y a aussi les «visites» dans le cadre de vacances résidentielles. Il est important aussi de souligner que la Belgique compte de nombreuses attractions touristiques. Les informations fournies par les observatoires sur la visite de ces attractions confirme par exemple l'hypothèse du WES selon laquelle, en 2002, les Belges ont visité à 4.125.000 reprises Bruxelles au départ de leur domicile, 6.120.000 fois la Wallonie et 34.755.000 fois la Flandre. Par ailleurs, en ce qui concerne aussi le marché français, le type d'excursions d'un jour peut être défini plus précisément. En 2002, 76.000 touristes français ont visité Bruxelles au départ de leur domicile, 110.000 ont fait une excursion d'un jour à Bruxelles dans le cadre de vacances en dehors de Bruxelles et 195.000 ont effectué une excursion d'un jour au cours de vacances à Bruxelles. 273.000 Français ont effectué une excursion d'un jour en Wallonie depuis leur domicile, 30.000 au cours de vacances en dehors de la Wallonie et 243.000 au cours d'un séjour en Wallonie.

Op basis van de marktstudies en de contacten met de sector kunnen convergenties worden gedetecteerd tussen de verschillende bronnen. Dit maakt het mogelijk om de bestedingen van de toerist per markt te analyseren en dus de toeristische inkomsten te relateren aan de investeringen en promotie. Als vierde indicator zijn derhalve de toeristische uitgaven per markt te beschouwen. Door bezoekersaantallen (daguitstappen, recreatief verblijf, vergaderingen, en andere zakelijke verplaatsingen) te vermenigvuldigen met de verblijfsduur komt men bijvoorbeeld te weten hoeveel dagen Franse toeristen geld uitgeven in Brussel. Door het aantal dagen per categorie bezoeker te vermenigvuldigen met de uitgaven per dag per categorie bezoeker bekomt men een beeld van de totale uitgaven van de Franse markt in Brussel, in 2002 81.957.603 euro.

Bij de gemiddelde bestedingen per persoon per nacht van de recreatieve verblijftoerist in de Vlaamse kunststeden in 2002 valt op dat Japanners relatief veel geld uitgeven aan shopping, bij Duitsers de nadruk ligt op logies, en bij Spanjaarden en Scandinaviërs op maaltijden, drank en voeding.

Op basis van officiële bronnen zoals BTW, Nationale Bank, NIS, Rijksdienst voor Sociale Zekerheid en de Rijksdienst voor Zelfstandigen (RSZ en RSVZ), hebben de observatoria studies verricht inzake de omzetcijfers en de tewerkstelling gegeneerd door toerisme in hun regio. Bepaalde bronnen moeten met de nodige voorzichtigheid worden aangewend, aangezien ze steunen op de beschikbare gegevens op basis van de sociale zetel van het bedrijf. Het voordeel van deze studies is de mogelijkheid om een jaarlijkse actualisatie voor de verschillende deelsectoren van het toerisme te maken. Verder kan worden geconcludeerd dat het moeilijk is om het economisch belang van het toerisme te kwantificeren aangezien het vele raakvlakken heeft met een groot aantal NACE-categorieën. Bovendien zorgen de verschillen in methodologie gehanteerd in elke regio voor een moeilijke onderlinge vergelijking en is een internationale vergelijking zelfs onmogelijk.

Sur la base des études de marché et des contacts avec le secteur, on peut détecter entre les différentes sources des convergences qui permettent d'analyser les dépenses des touristes par marché et donc d'évaluer les recettes du tourisme à l'aune des investissements et de la promotion qui sont faits. Les dépenses par marché constituent dès lors le quatrième indicateur. En multipliant le nombre de visiteurs (excursions d'une journée, séjours récréatifs, réunions et autres déplacements d'affaires) par la durée du séjour, on peut par exemple déterminer combien de jours des touristes français ont dépensé de l'argent à Bruxelles. La multiplication du nombre de jours par catégorie de visiteur par les dépenses par jour et par catégorie de visiteur donne un aperçu global des dépenses du marché français à Bruxelles, soit 81.957.603 euros en 2002.

En ce qui concerne les dépenses moyennes par personne et par nuit dans le cas du touriste adepte du tourisme résidentiel récréatif, on a pu observer en 2002, dans les villes d'art flamandes, que les Japonais consacrent relativement beaucoup d'argent au shopping, que les Allemands mettent l'accent sur le logement, et les Espagnols et les Scandinaves sur les repas, les boissons et l'alimentation.

Sur la base de sources officielles comme la TVA, la banque nationale, l'INS, L'Office national de Sécurité sociale et l'Office national d'Assurances sociales pour Travailleurs indépendants (ONSS et ONASTI), les observatoires ont étudié les chiffres d'affaire et l'emploi générés par le tourisme dans leur région. Certaines sources requièrent d'être utilisées avec les précautions d'usage dans la mesure où elles sont fondées sur les données disponibles sur la base du siège social de l'entreprise. Cette étude offre l'avantage de permettre une actualisation annuelle pour les différents sous-secteurs. On peut par ailleurs conclure qu'il est difficile de quantifier l'importance économique du tourisme qui a de nombreux points communs avec bien des catégories NACE. En outre, les différences entre les méthodologies mises en oeuvre dans chaque région ne sont pas propices à une comparaison interne et rendent même impossible une comparaison internationale.

Deze vijfde indicator geeft voor Vlaanderen een tewerkstellingscijfer in de toeristische sector van 125.000 personen aan, voor Brussel in 2002 35.301 en voor Wallonië in 2001 57.060 (werknemers en zelfstandigen). De omzetcijfers bedragen voor Brussel in 2002 6.776.000.000 euro en voor Wallonië in 2001 2.995.000.000 euro.

Een zesde indicator voor de impact van het toerisme op de economie betreft zogenaamde toerisme-satellietrekeningen. In 2002 hebben de regio's van België samen met de Europese Commissie een haalbaarheidsstudie voor de implementatie van een toerisme-satellietrekening in België gerealiseerd. Deze studie werd uitgevoerd in samenwerking met de drie rechtstreeks betrokken nationale organisaties: de Nationale Bank, het NIS en het Planbureau. Deze door de Verenigde Naties goedgekeurde methodologie laat wel een internationale vergelijking toe. Deze satellietrekeningen zijn een instrument dat een zicht geeft op frequentietabellen, bestedingen, productie en toeristische tewerkstelling en verschaffen aldus een economisch panorama over het toerisme in een land of regio. Deze rekeningen zijn een verdere ontwikkeling van de Nationale Rekeningen en houden rekening met de specificiteit van de toeristische sector. Hun uitwerking is gebaseerd op de *input-output* matrix. Het doel van deze activiteit is een globale kijk te bieden op het toerisme als economische activiteit. De (directe en indirecte) economische effecten van het toerisme kunnen dan vergeleken worden met andere sectoren van een land of regio. Recent heeft de Europese Commissie ingestemd met de co-financiering van een tweede (*pilot*)studie inzake van een satellietrekening toerisme. In deze studie moeten een aantal kernbegrippen en concepten een praktisch hanteerbare omschrijving krijgen, die gelijklopend is in alle landsdelen.

*
* *

Na de uiteenzetting worden door de leden van de twee commissies vragen gesteld en opmerkingen geformuleerd.

En ce qui concerne l'emploi dans le secteur touristique, on retient, dans le cadre du cinquième indicateur, les chiffres de 125.000 travailleurs salariés et indépendants en Flandre et de 35.301 à Bruxelles en 2002 et de 57.060 en Wallonie en 2001. Les chiffres d'affaire se montent pour Bruxelles à 6.776.000.000 euros en 2002 et, pour la Wallonie, à 2.995.000.000 euros en 2001.

Un sixième indicateur permettant de mesurer l'importance économique du tourisme concerne ce que l'on appelle les comptes satellites du tourisme. En 2002, les régions de Belgique ont réalisé, ensemble, avec la Commission européenne, une étude de faisabilité relative à la mise en oeuvre d'un compte satellite pour le tourisme en Belgique. Cette étude a été mise sur pied en collaboration avec les trois organismes nationaux directement concernés: la Banque Nationale, l'INS et le Bureau du Plan. Cette méthodologie, approuvée par les Nations Unies, permet quant à elle une comparaison internationale. Ces comptes satellites sont un instrument qui donne un aperçu de tableaux de fréquence, de dépenses, de production et d'emploi dans le secteur du tourisme et fournissent un panorama économique du tourisme dans un pays ou une région. Ces comptes sont un développement ultérieur des comptes nationaux et tiennent compte de la spécificité du secteur touristique. Leur élaboration est fondée sur une matrice *input-output*. Cette activité vise à donner une vue globale du tourisme en tant qu'activité économique. Les effets économiques (directs et indirects) du tourisme peuvent alors être comparés à d'autres secteurs d'un pays ou d'une région. Récemment, la Commission européenne a marqué son accord sur le cofinancement d'une deuxième étude (*pilote*) concernant la mise en oeuvre d'un compte satellite dans le domaine du tourisme. Dans le cadre de cette étude, un certain nombre de notions et de concepts fondamentaux doivent faire l'objet d'une description pratique identique dans toutes les parties du pays.

*
* *

A l'issue de l'exposé, l'occasion est donnée aux membres des deux commissions de poser des questions et de formuler des observations.

De heer Loes betreurt dat de samenwerking met Nederland en Luxemburg onderbelicht is gebleven. De mogelijkheden om dat beter te structureren zouden moeten worden benut. België en Nederland zijn immers belangrijk voor het toerisme in Luxemburg. Derhalve zou niet alleen gefocust moeten worden op de economische impact. *De heer Pirard* repliceert dat er in algemene zin geen sprake is van samenwerking, maar wel op het niveau van de Euregio's. Bovendien zijn er ook gemeenschappelijke projecten tussen Wallonië en Luxemburg. *De heer Van Praet* vult aan dat er op marketinggebied wel sprake is van samenwerking op Europees niveau. Bovendien werken Vlaanderen, Nederland en Luxemburg op het punt van toegankelijk reizen samen.

De heer Platteau feliciteert beide organisaties met hun goede onderlinge samenwerking. Ook hij vindt het jammer dat dit niet van toepassing is op de Beneluxlanden en dat cijfergegevens over Luxemburg ontbreken. Onduidelijk is welke conclusies uit al het cijfermateriaal worden getrokken. *De heer Van Praet* wijst erop dat zijn organisatie en boek heeft uitgegeven. «De Vlaanderen-vakantie-ganger», waarin ook statische informatie is opgenomen over toeristen uit Luxemburg.

In antwoord op vragen van *de heer Willems* naar de gevolgen van het gebruik van Internet voor de reisbureaus, deelt *de heer Van Praet* mee dat traditionele reisbureau's hierdoor niet verdwijnen. Vooral korte vakanties worden via internet geboekt. Voor meer gecompliceerde vakanties blijft het reisbureau echter aangewezen. Wel wordt vooraf veel informatie via internet verzameld.

De heer Van der Linden wijst op de negatieve rol die de invoering van de euro in de horeca heeft gespeeld. Heeft dit ook een rol gespeeld bij de knik in 2002 in de sector toerisme? Verder is hij van mening dat ondanks het bestaan van de regionale televisiezenders weinig informatie wordt gegeven over wat er net over de landsgrenzen gebeurt. Voor de Maastrichtenaar is kennis van activiteiten in bijvoorbeeld Luik, Aken en Hasselt interessant. Hij bepleit dan ook dat er meer grensoverschrijdende programma's worden ontwikkeld, mede in Benelux-ver-

M. Loes regrette que la coopération avec les Pays-bas et le Luxembourg n'ait pas été suffisamment mise en évidence. Les possibilités d'une meilleure structuration devraient être exploitées. La Belgique et les Pays-Bas sont en effet importants pour le tourisme luxembourgeois. Dès lors, il ne faudrait pas se concentrer seulement sur l'impact économique. *M. Pirard* réplique que, d'une manière générale, il n'est pas question de collaboration, si ce n'est au niveau des Eurorégions. En outre, il existe aussi des projets communs à la Wallonie et à Bruxelles. *M. Van Praet* ajoute que, dans le domaine du marketing, il existe bien une collaboration au niveau européen. En outre la Flandre, les Pays-bas et le Luxembourg coopèrent dans le domaine des voyages dits accessibles.

M. Platteau félicite les deux organisations pour leur bonne coopération. Il regrette aussi que cette coopération ne s'applique pas aux pays du Benelux et qu'il n'y ait pas de données chiffrées concernant le Luxembourg. On ne voit pas clairement à quelles conclusions aboutissent les chiffres. *M. Van Praet* souligne que son organisation a publié un ouvrage intitulé «*De Vlaanderen-vakantieganger*» qui comporte des données statistiques sur les touristes en provenance du Luxembourg.

En réponse à des questions de *M. Willems* sur les conséquences de l'utilisation de l'internet pour les agences de voyage, *M. Van Praet* indique que les agences de voyage classiques ne disparaîtront pas pour autant. Les réservations par l'internet concernent essentiellement les vacances de courte durée. Pour les voyages plus complexes, l'agence de voyage reste indiquée. Les consommateurs collectent toutefois préalablement une importante documentation sur l'internet.

M. Van der Linden rappelle le rôle négatif joué par l'introduction de l'euro dans le secteur horeca.. Cet effet a-t-il également joué en 2002 dans le secteur touristique? Il estime par ailleurs que malgré l'existence des télévisions régionales, les informations sur ce qui se passe de l'autre côté des frontières sont rares. Or il est intéressant pour l'habitant de Maastricht de savoir ce qui se fait par exemple à Liège, à Aix-la-Chapelle ou à Hasselt. Il préconise dès lors la réalisation de programmes transfrontaliers, notamment dans le cadre du

band. Daarmee worden ook de Euregio's beter op de kaart gezet. *De heer Pirard* antwoordt dat de invoering van de euro in alle sectoren heeft geleid tot prijsstijgingen en tot verminderde afzet. Van belang is voorts de koopkracht van de gezinnen, zeker met de komst van de Oosteuropese landen in de Europese Unie. Voor het toerisme in België staan de aantrekkelijkheid van de buitenlandse reizen en de reissom voorop. Wel is de tendens te signaleren dat toeristen zoveel mogelijk de kosten reduceren. *De heer Pirard* meldt dat hij in Noord-Frankrijk een exposé heeft gegeven over samenwerking tussen Vlaanderen, Wallonië en Frankrijk. Concreet voorbeeld is de recente samenwerking tussen Rijssel, de culturele hoofdstad in 2004, en Brussel en Antwerpen. Wat betreft projecten in het kader van de Euroregio's, zijn er tot op heden te weinig mogelijkheden geweest om daar veel tijd aan te spenderen. Wel is het interessant of er perspectief is om de samenwerking te verbreden.

De heer Van den Brande heeft geconstateerd dat veel Aziaten in Amsterdam (Schiphol) of Parijs (Charles de Gaulle) aankomen en tijdens hun vakanties België niet bezoeken. Zijn er ter zake evoluties waar te nemen? *De heer Van Praet* wijst erop dat men zich ook moet wenden tot de touroperators. De Aziatische markt is onmiskenbaar ingekrompen, o.m. ingevolge SARS. Zo is de rechtstreekse vlucht naar Brussel weggevallen. Langzamerhand is echter sprake van enig herstel. De bestedingen van de Aziatische markt zijn hoog, vooral op het gebied van winkelen.

De heer Loes bedankt de heren Van Praet en Pirard voor hun uiteenzettingen. Hij herhaalt dat binnen afzienbare tijd een vertegenwoordiger van de toeristische sector uit Nederland zal worden uitgenodigd voor een hoorzitting.

De voorzitters-rapporteurs,

N. LOES
F. SARENS

Benelux. De la sorte, les Eurorégions seront également mieux cernées. *M. Pirard* répond que l'introduction de l'euro s'est traduite dans tous les secteurs par des hausses de prix et par une réduction des débouchés. Par ailleurs, le pouvoir d'achat des ménages est important, particulièrement en prévision de l'entrée dans l'Union européenne de pays d'Europe de l'Est. En ce qui concerne le tourisme en Belgique, l'attrait des voyages à l'étranger et le coût du voyage sont les critères majeurs. On peut signaler chez le touriste une tendance à chercher à réserver à moindre coût et, d'une manière générale, à réduire l'ensemble des coûts. *M. Pirard* indique qu'il a fait dans le nord de la France un exposé sur la coopération entre la Flandre, la Wallonie et la France. Concrètement, on peut citer l'exemple récent de la coopération entre Lille, Capitale culturelle en 2004, Bruxelles et Anvers. En ce qui concerne les projets dans le cadre des Eurorégions, il n'y a pas eu jusqu'ici suffisamment de possibilités pour y consacrer beaucoup de temps. Il est intéressant toutefois de savoir si l'élargissement de la coopération est envisageable.

M. Van den Brande souligne que de nombreux asiatiques arrivent à Amsterdam (Schiphol) ou à Paris (Charles de Gaulle) sans visiter la Belgique au cours de leur séjour. Observe-t-on une évolution à cet égard? *M. Van Praet* indique qu'il s'agit notamment d'accéder aux tour-opérateurs. Le marché asiatique a incontestablement régressé, en raison notamment de l'extension du SARS. Ainsi, le vol direct sur Bruxelles a été supprimé. Le redressement s'opère toutefois peu à peu. Le marché asiatique dépense beaucoup, notamment dans le shopping.

M. Loes remercie MM. Van Praet et Pirard pour leurs exposés. Il répète qu'un représentant du secteur touristique néerlandais sera invité sous peu pour une audition.

Les présidents-rapporteurs,

N. LOES
F. SARENS