

HABITUDES DE CONSOMMATION DE LA CLIENTÈLE BELGE DANS LES MUSÉES



HABITUDES DE CONSOMMATION DE LA CLIENTÈLE BELGE : MUSÉES (GROTTES, CHÂTEAUX & CITADELLES)

- Enquête réalisée dans le cadre du jeu-concours en partenariat avec Atos Worldline
- L'objectif était de mieux comprendre les habitudes de consommation de la clientèle belge
- **1.256 répondants** du 20 avril au 20 mai 2014 dont **53,66 % de néerlandophones** et **46,34 % de francophones**



HABITUDES DE CONSOMMATION DE LA CLIENTÈLE BELGE : MUSÉES (GROTTES, CHÂTEAUX & CITADELLES)

365.be
JOURNEES DECOUVERTES

Du 20 avril au 20 mai, téléchargez sur www.365.be/awl des coupons de réductions pour partir à la découverte des attractions touristiques & de musées

PLUS D'AVANTAGES ? WWW.MONAVANTAGE.BE

VISA  



HABITUDES DE CONSOMMATION DE LA CLIENTÈLE BELGE : MUSÉES (GROTTES, CHÂTEAUX & CITADELLES)

Typologie des répondants

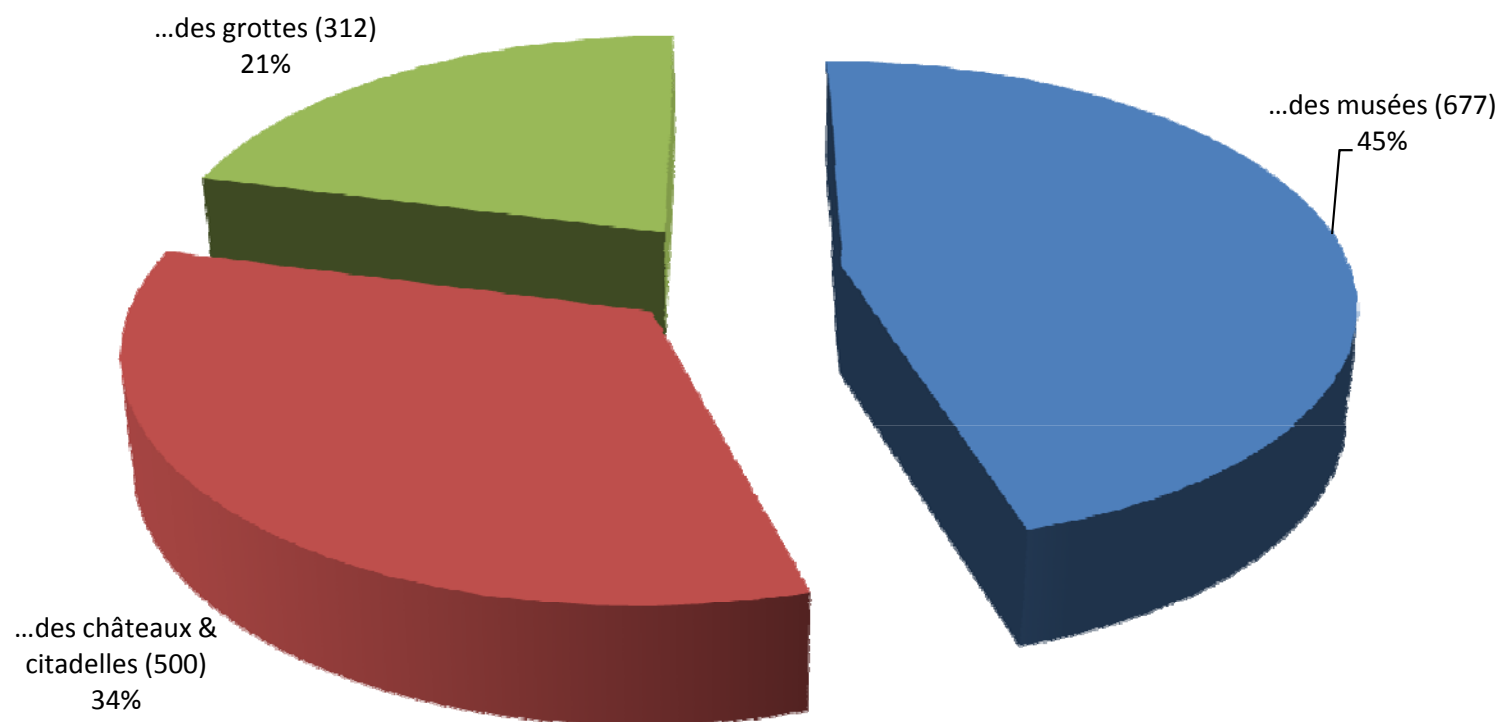
- 10% de Bruxelles (dont 9/10 sont francophones), 56% de Flandre et 34 % de Wallonie
- Majoritairement des couples avec enfants, puis couples sans enfants et seniors avec petits-enfants
- 34,39 % des personnes interrogées déclarent n'avoir visité aucun de ces trois types d'attractions en 2013



HABITUDES DE CONSOMMATION DE LA CLIENTÈLE BELGE : MUSÉES (GROTTES, CHÂTEAUX & CITADELLES)

Sur base des
65,61%
restants (824
personnes),
ils déclarent
avoir fait
1489 visites

Ont visité en 2013 - Belgique



PROJECTION DE CONSOMMATION POUR 2014 DE LA CLIENTÈLE BELGE : MUSÉES

(GROTTES, CHÂTEAUX & CITADELLES)

Typologie des répondants

- 12,58 % des personnes interrogées déclarent ne pas prévoir de visites de ces 3 types d'attractions en 2014
- Les bruxellois sont ceux qui estiment le plus qu'ils vont visiter une ou plusieurs de ces activités

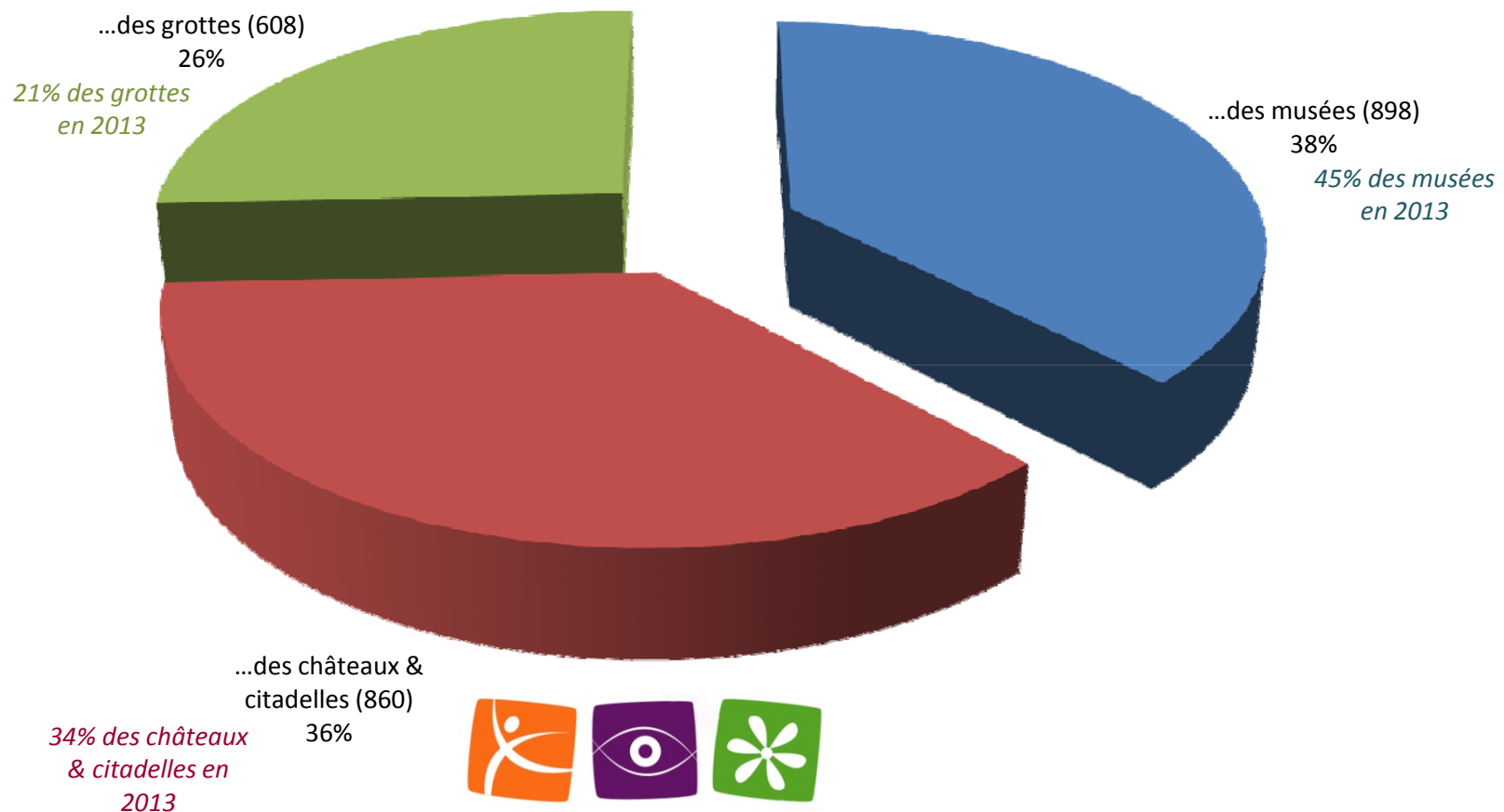


PROJECTION DE CONSOMMATION POUR 2014 DE LA CLIENTÈLE BELGE : MUSÉES

(GROTTES, CHÂTEAUX & CITADELLES)

Sur base des
87,42 %
restants
(1098), ils
déclarent
faire 2366
visites

Nombre de visites prévues en 2014 - Belgique



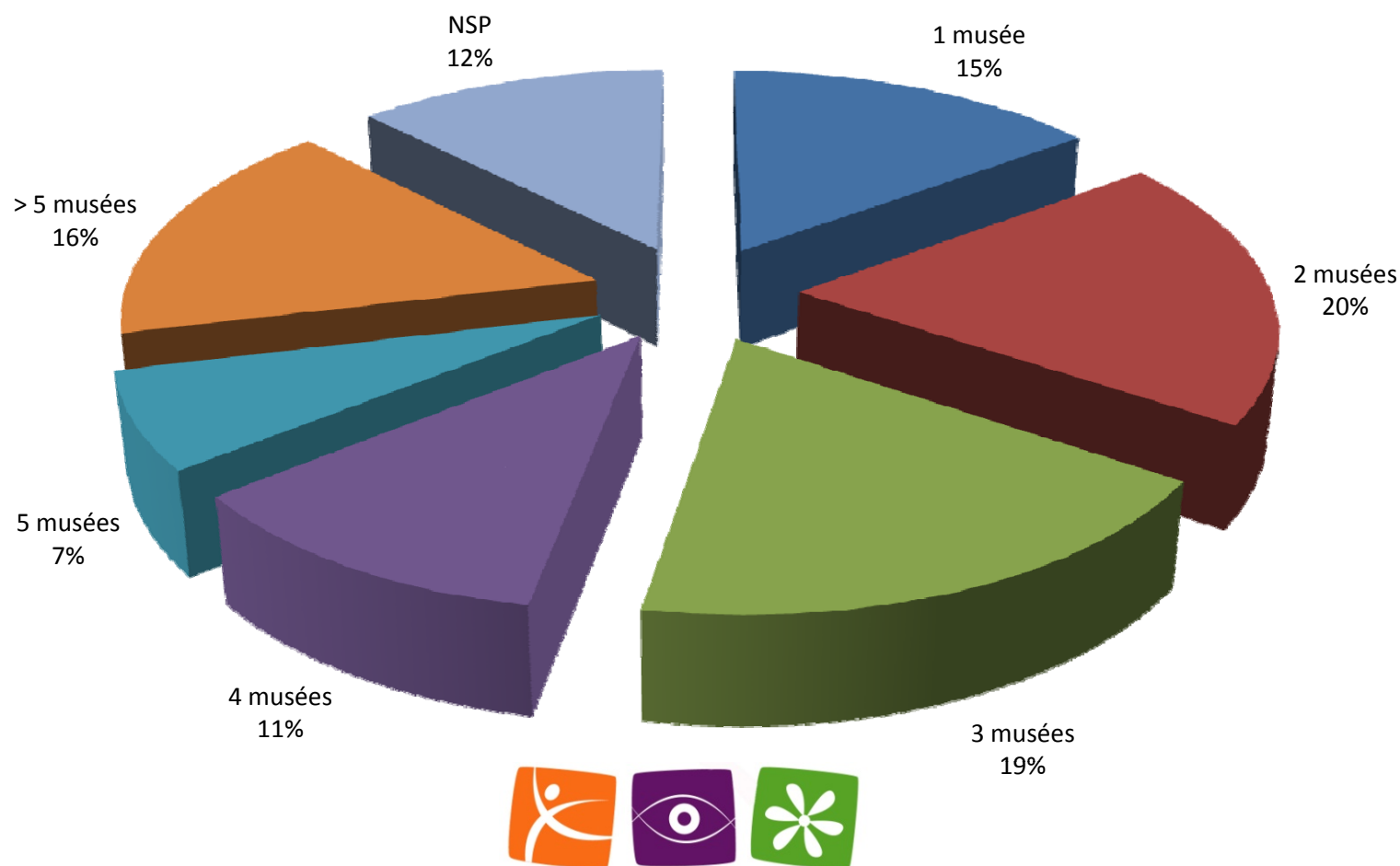
N=2366 visites

HABITUDES DE CONSOMMATION DE LA CLIENTÈLE BELGE : LES MUSÉES



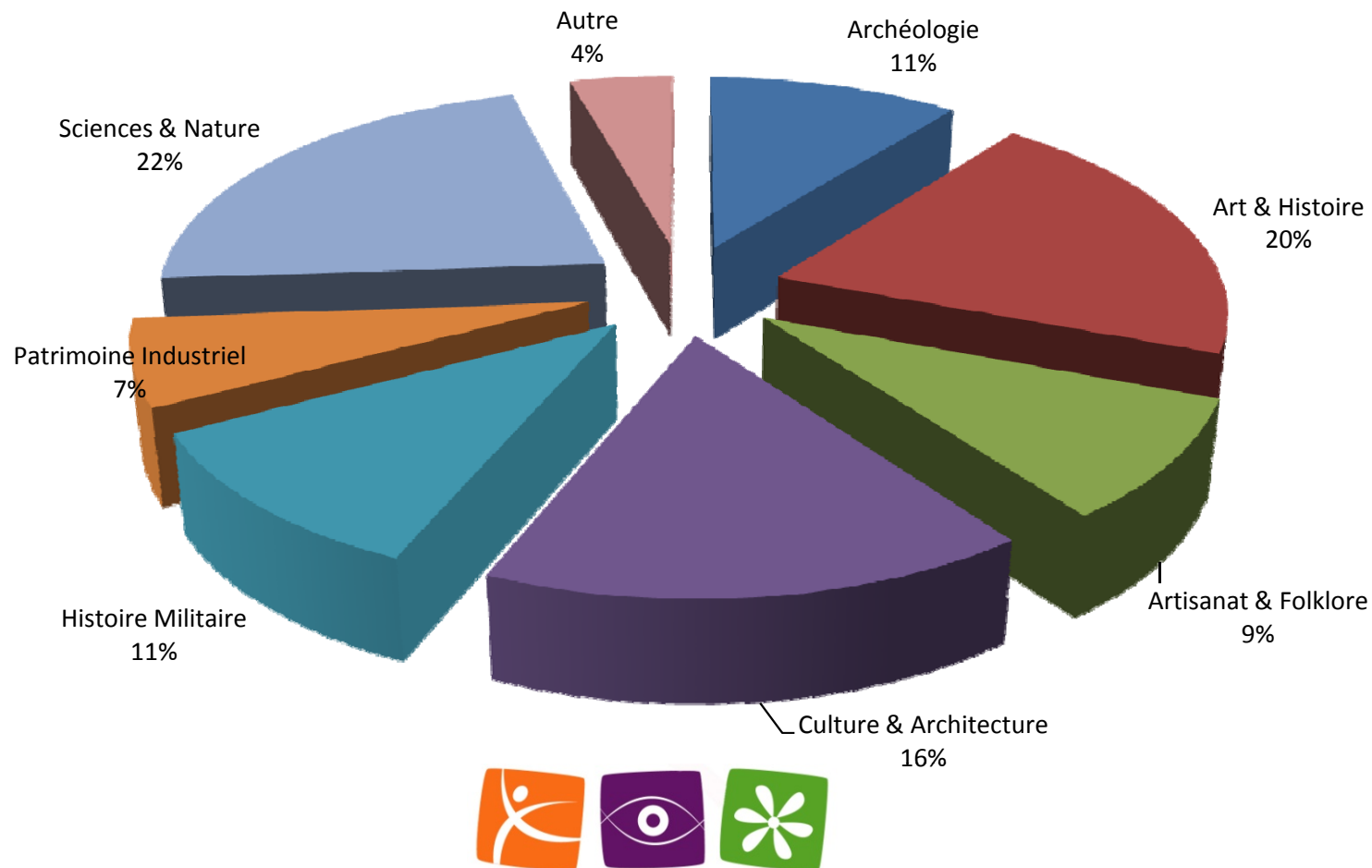
HABITUDES DE CONSOMMATION DE LA CLIENTÈLE BELGE : LES MUSÉES

Nombre de visites de musées en 2013 - Belgique



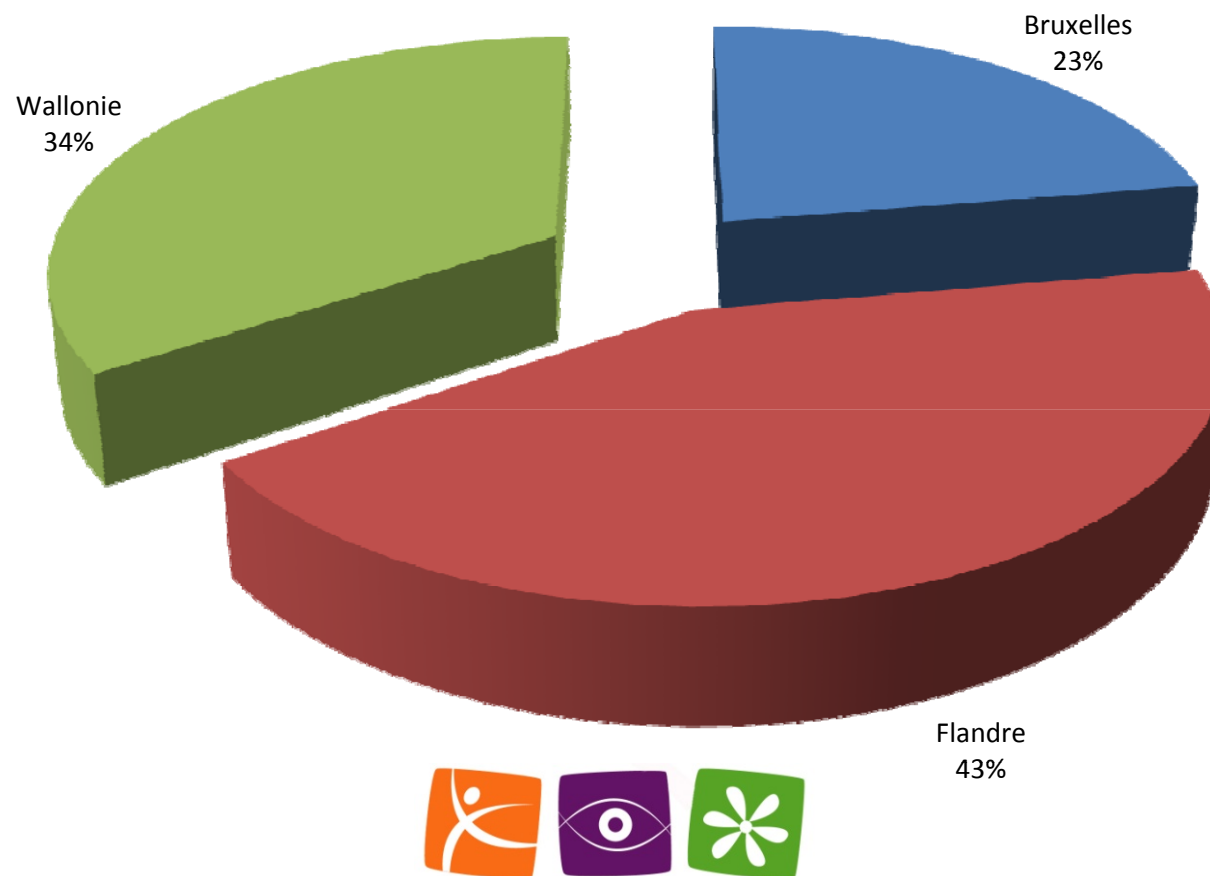
HABITUDES DE CONSOMMATION DE LA CLIENTÈLE BELGE : LES MUSÉES

Type de visites de musées en 2013 - Belgique



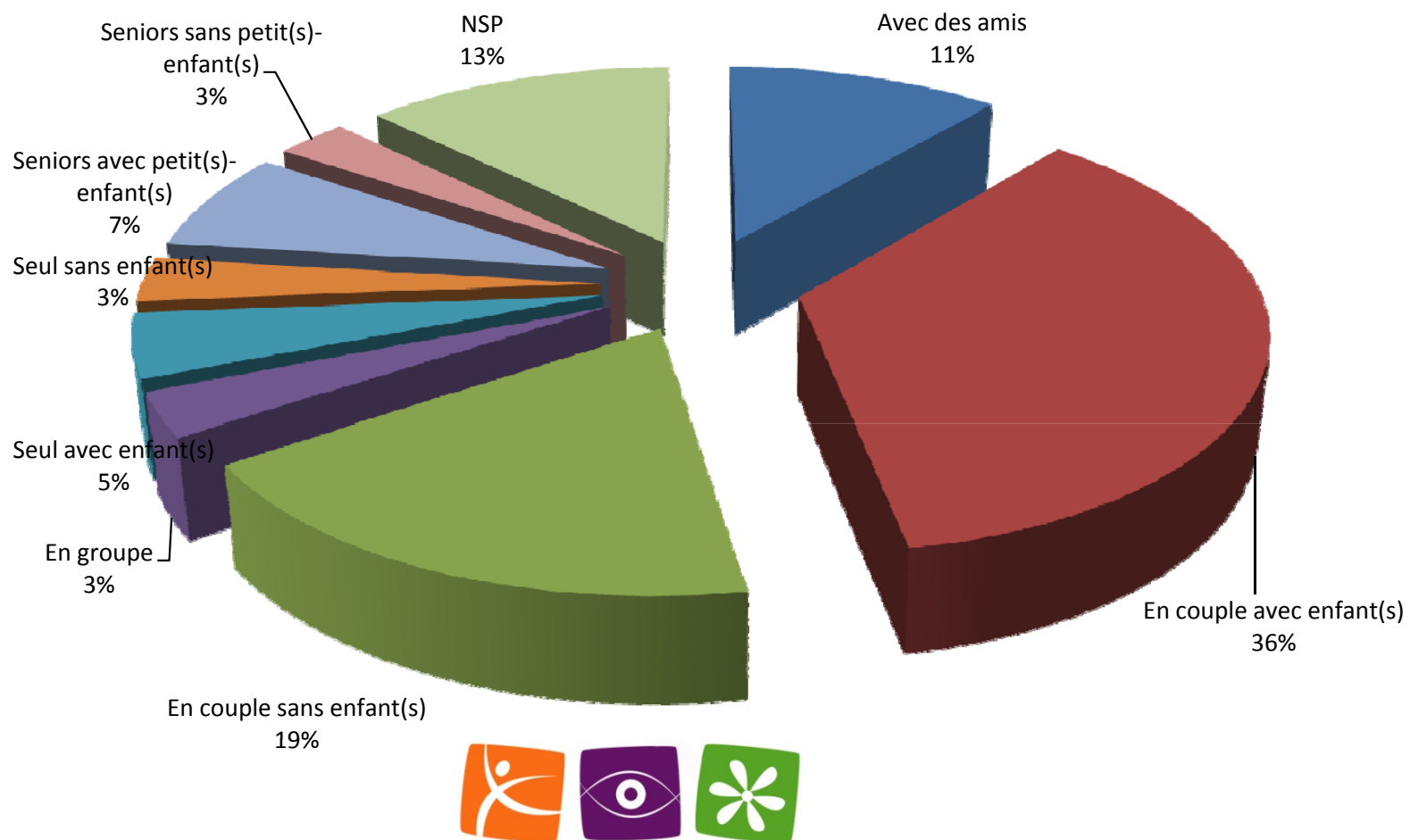
HABITUDES DE CONSOMMATION DE LA CLIENTÈLE BELGE : LES MUSÉES

Région de visites des musées en 2013 - Belgique



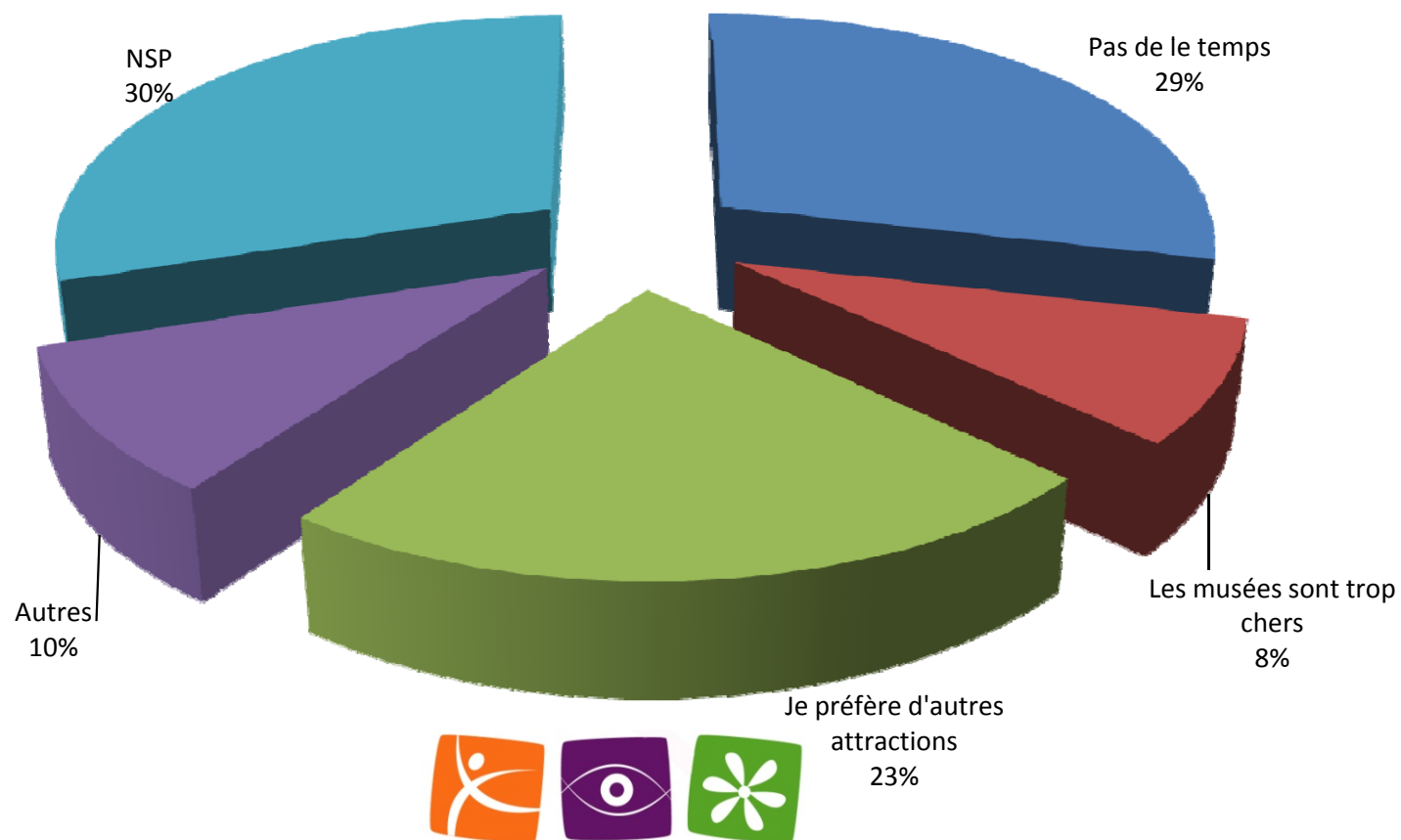
HABITUDES DE CONSOMMATION DE LA CLIENTÈLE BELGE : LES MUSÉES

Vous étiez au musée avec... - Belgique



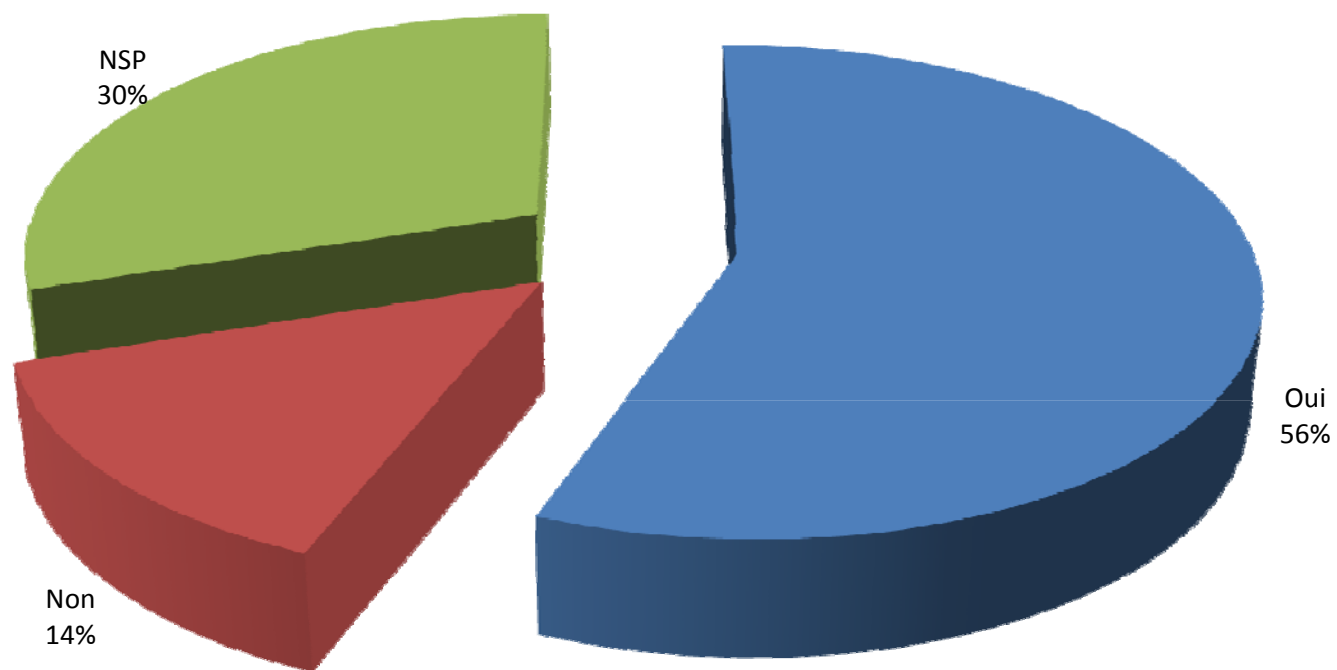
HABITUDES DE CONSOMMATION DE LA CLIENTÈLE BELGE : LES MUSÉES

Pourquoi pas visite de musée en 2013 - Belgique



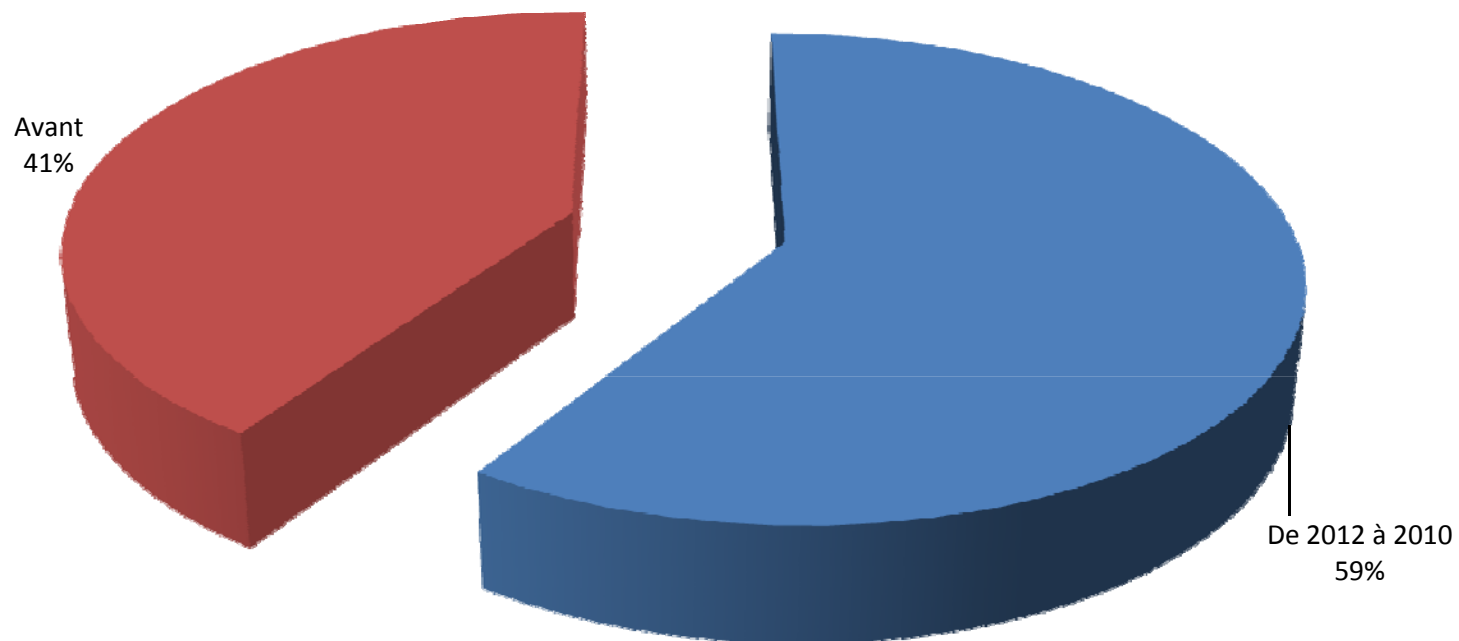
HABITUDES DE CONSOMMATION DE LA CLIENTÈLE BELGE : LES MUSÉES

Visite d'un musée avant 2013 - Belgique



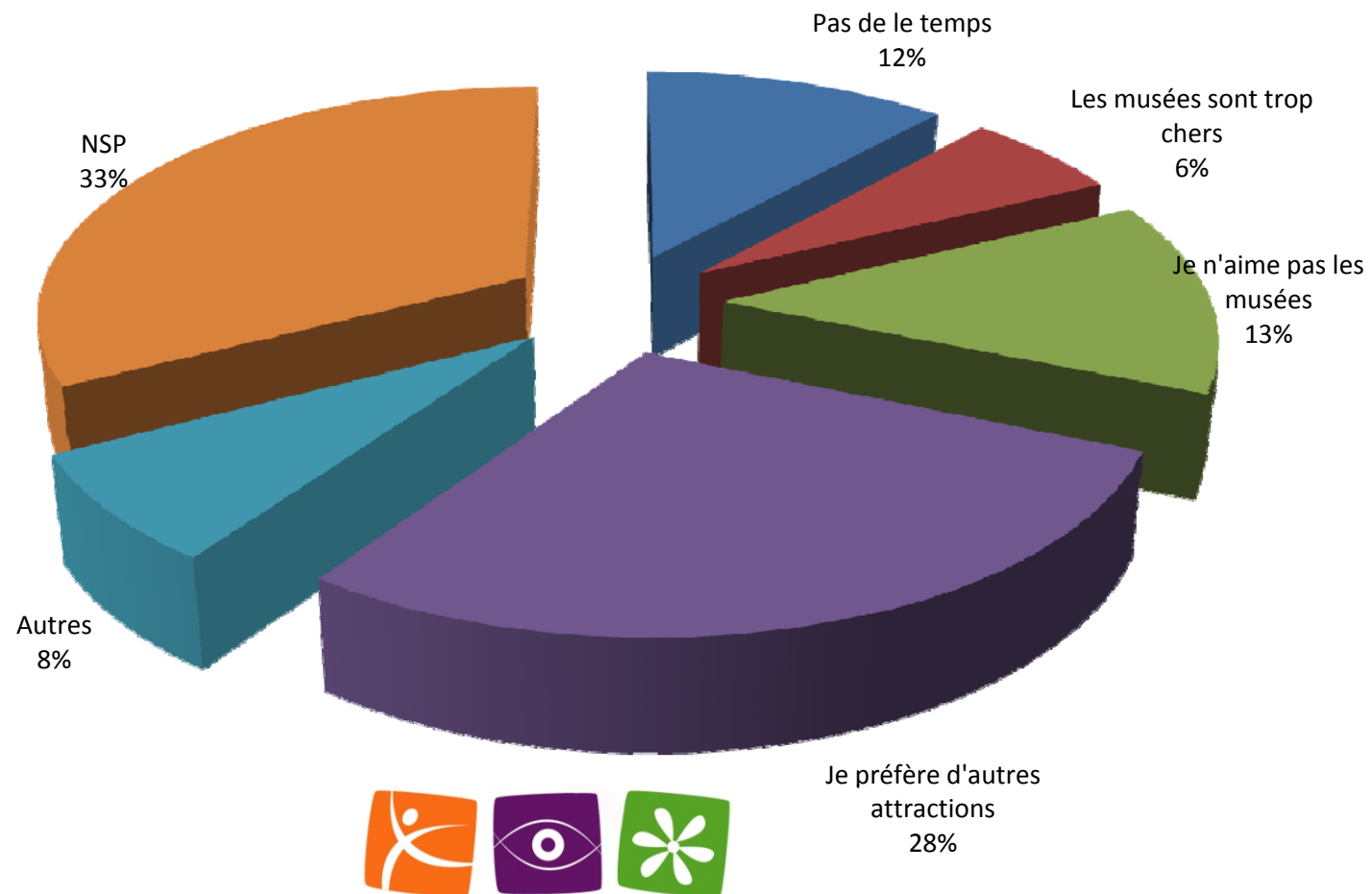
HABITUDES DE CONSOMMATION DE LA CLIENTÈLE BELGE : LES MUSÉES

Quand s'est faite cette visite de musée- Belgique



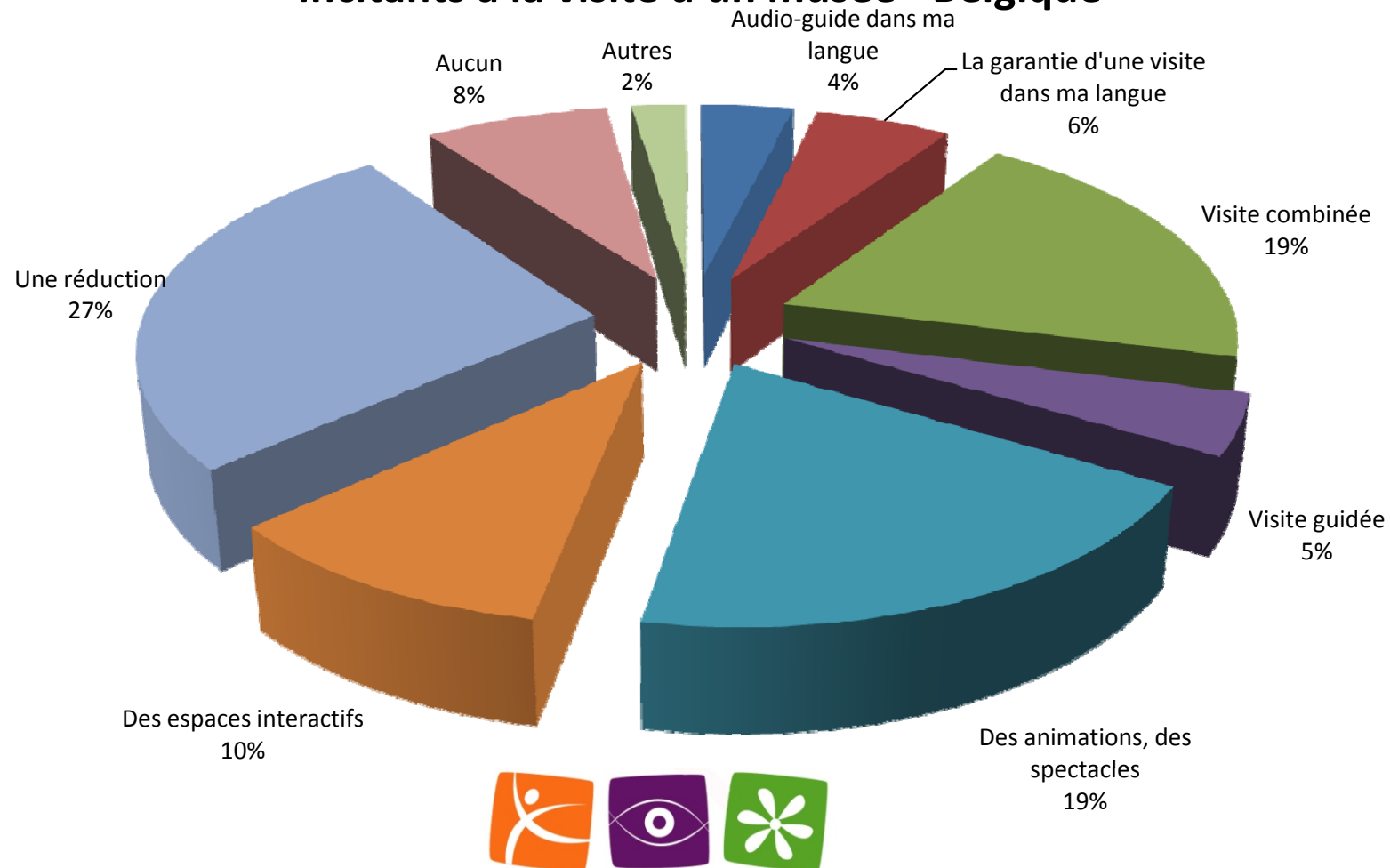
PROJECTION DE CONSOMMATION DE LA CLIENTÈLE BELGE : LES MUSÉES

Pourquoi pas de visite de musées en 2014 - Belgique



PROJECTION DE CONSOMMATION DE LA CLIENTÈLE BELGE : LES MUSÉES

Incitants à la visite d'un musée - Belgique



VISION DE LA CLIENTÈLE BELGE SUR LES MUSÉES

Comment estimez-vous les musées ? (cote sur 5)

Attractifs	3,30
Interactifs	3,10
Adaptés aux loisirs	3,25
Cérébraux	2,70



HABITUDES DE CONSOMMATION DE LA CLIENTÈLE BELGE : LES MUSÉES

Synthèse

- La clientèle des musées est essentiellement wallonne et bruxelloise pour nos deux régions
- Elle est composée de familles avec & sans enfants et d'amis
- Quatre catégories de musées sont les « plus porteuses » du secteur : Sciences/Nature, Art & Histoire, Histoire Militaire & Patrimoine Industriel



HABITUDES DE CONSOMMATION DE LA CLIENTÈLE BELGE : LES MUSÉES

Synthèse

- La fréquence de visite des musées est élevée (mais pas du même musée)
- L'offre doit évoluer vers plus de « vulgarisation », d'animations, d'espaces interactifs, de visites guidées, d'offres combinées...
- La tarification doit être aussi un élément à prendre en compte

