

Wallonie Bruxelles

DIAGNOSTIC DE FRÉQUENTATION

2014 | 2024



Indicateurs globaux



Taux de croissance moyen annuel

Le taux de croissance moyen annuel est un indicateur qui sert à mesurer la croissance d'une année sur l'autre. Dans notre cas il s'exprime sur la moyenne des années 2014 à 2024 hors période COVID.



Taux de représentativité

Nous l'utilisons ici pour démontrer l'importance en nombre d'attractions de certaines catégories ou en fonction des provinces.



Nombre moyen de visiteurs

On trouvera cet indicateur de deux façons dans ce rapport : le nombre moyen de visiteurs par attraction ou le nombre moyen de visiteurs par province.

203 attractions reprises dans ce nouvel échantillon

Depuis le Colloque d'Automne de 2013, nous réalisons un document qui rassemble une série de données destinées à mettre en perspective l'évolution de la fréquentation des attractions touristiques sur une période débutant en 2004. Il nous a paru pertinent de recadrer l'échantillon sur 10 ans, de 2014 à 2024. Nous avons naturellement veillé à ce que cet échantillon soit bien représentatif de l'ensemble du secteur. Il se base sur les chiffres de 203 attractions collectés par **l'Observatoire wallon du Tourisme**.



Wallonie



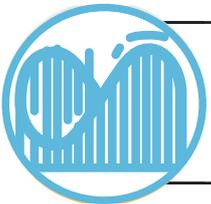
150 attractions du pôle culturel

dont 21 châteaux & citadelles
dont 8 demeures & monuments historiques
dont 121 musées



18 attractions du pôle naturel

dont 6 parcs animaliers & zoos
dont 6 grottes & cavernes
dont 6 jardins, parcs & réserves naturelles



35 attractions du pôle récréatif

dont 19 centres récréatifs & parcs
dont 16 attractions nautiques

Nous avons également pris soin de neutraliser l'impact exceptionnel des années COVID pour dégager une tendance plus fiable. Cela nous aide à mesurer l'évolution réelle du secteur et à mieux anticiper les actions à mettre en place.



Brabant wallon
14 attractions



Liège
41 attractions



Namur
48 attractions



Hainaut
66 attractions

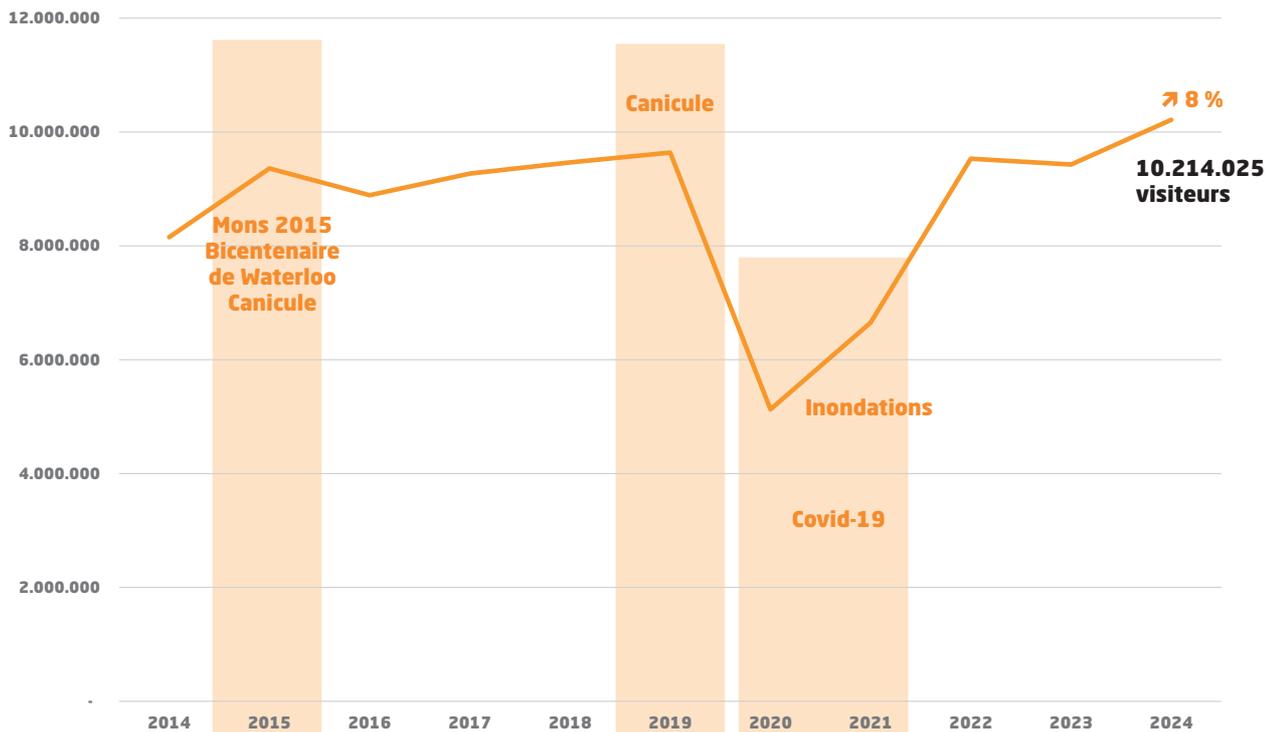


Luxembourg
34 attractions

Chiffres

10.000.000 !

Fréquentation des attractions touristiques de 2014 à 2024
échantillon de 203 attractions



3 %

VISITORS
par attraction
45.954

Un cap est franchit en 2024 avec plus de 10.000.000 de visiteurs partis à la découverte de nos attractions !

L'année écoulée présente une progression de 8 % face à l'année 2023.

On constate un taux de croissance moyen annuel de 3% de 2014 à 2024 (hors période COVID). Ce chiffre tient compte des fluctuations liées à des événements ponctuels, comme Mons 2015 ou le Bicentenaire de Waterloo, et des phénomènes climatiques (canicules, inondations).

Malgré ces aléas, la tendance reste positive, preuve de la capacité de notre secteur à se renouveler. Nous dépassons aujourd'hui le cap de 10 millions de visiteurs annuels, ce qui démontre un réel intérêt du public pour nos attractions.

Un très belle dernière année boostée cependant par la croissance des très grandes attractions.

Les résultats par paliers de fréquentation



> 500.000 visiteurs



100 à 500.000 visiteurs



50 à 100.000 visiteurs



25 à 50.000 visiteurs



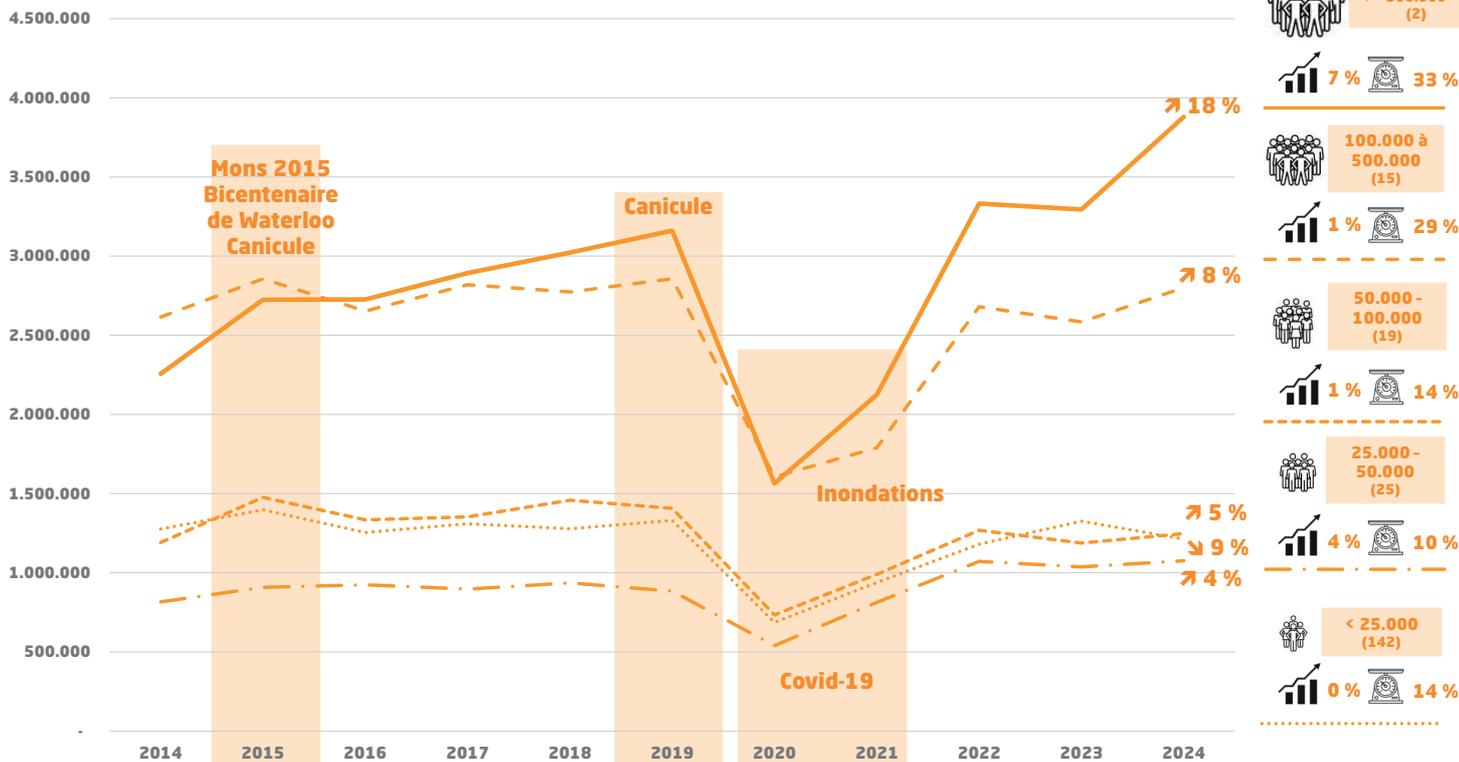
< 25.000 visiteurs

Ce graphique met en lumière la répartition de nos attractions en fonction de leur fréquentation. Vous voyez qu'une majorité d'établissements accueille moins de 25.000 visiteurs par an, tandis qu'un petit nombre en reçoit plus de 500.000. Cette diversité reflète la richesse de notre offre : les petites structures et les grandes attractions se complètent et contribuent toutes à l'attractivité globale de la Wallonie.

Cette variété est une force, car elle nous permet d'attirer des publics très différents. Ce graphique montre aussi que les attractions qui reçoivent moins de 50.000 visiteurs annuels représentent 25% du secteur, donc un poids relativement similaire aux attractions qui reçoivent entre 100.000 et 500.000 de visiteurs annuels et presque similaires à celles accueillant plus de 500.000 visiteurs.

Les petites structures, bien qu'essentielles à la diversité et au maillage touristique de la Wallonie, sont souvent plus vulnérables: elles subissent plus fortement les variations de la demande et disposent souvent de moyens plus limités pour s'adapter. À l'inverse, les attractions de grande taille bénéficient généralement de ressources plus importantes, leur permettant de mieux amortir les chocs. On voit d'ailleurs que la période post COVID semble mieux profiter aux plus grosses attractions qu'aux petites. Notre enjeu collectif est donc d'aider les plus petites à valoriser leurs atouts et à mutualiser certaines actions (communication, partenariats...) pour améliorer leur résilience et mieux capter la demande, y compris en période incertaine.

Fréquentation des attractions touristiques de 2014 à 2024
échantillon de 203 attractions par paliers de fréquentation



Résultats par pôles

Analysons maintenant l'évolution de la fréquentation en fonction des trois grands pôles : culturel, naturel et récréatif.

Le **pôle culturel** affiche une fréquentation qui connaît logiquement un pic lors d'événements majeurs, comme Mons 2015 ou le Bicentenaire de Waterloo. Cependant, il a été particulièrement impacté par des crises comme le COVID-19, avec une reprise progressive qui semble trouver un nouveau palier. Cela peut souligner l'importance d'une diversification des offres et d'un ancrage plus fort auprès des publics locaux par exemple.

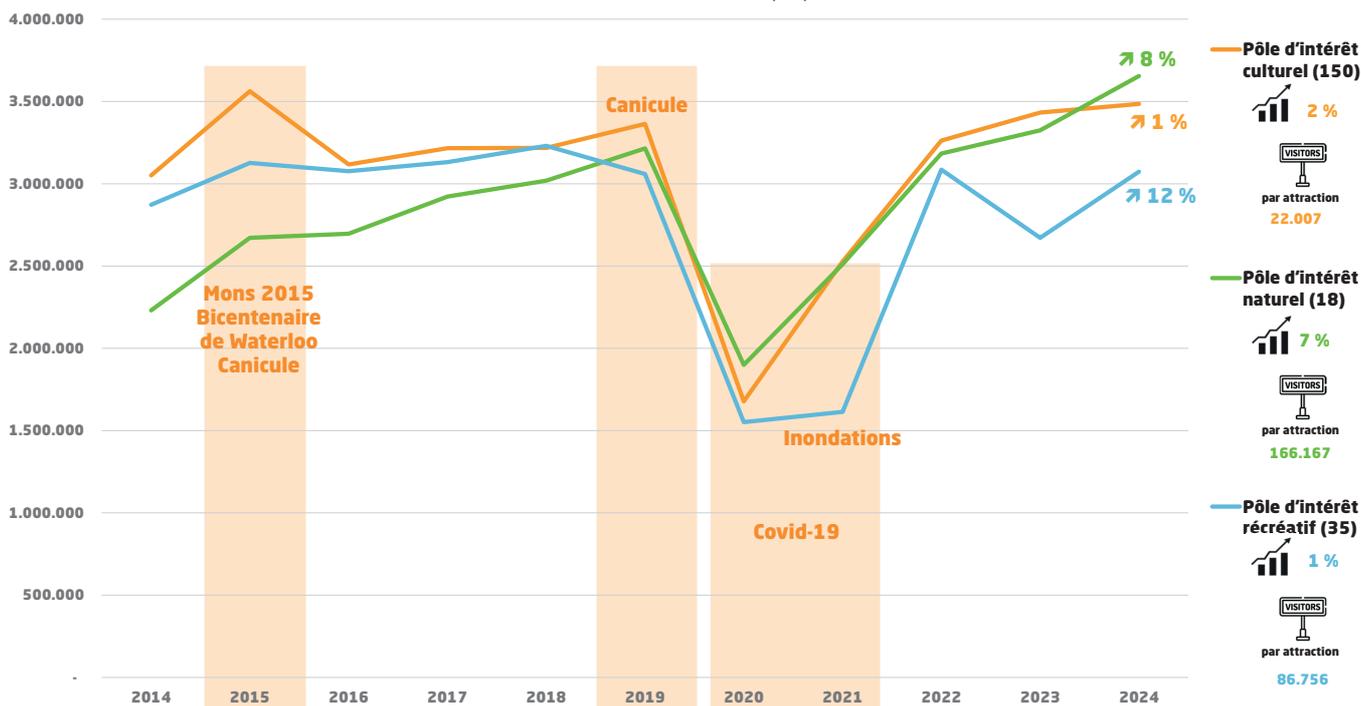
Enfin, le **pôle récréatif** connaît des variations plus marquées, avec une plus forte dépendance aux conditions climatiques et aux aléas économiques.

Le **pôle naturel** se distingue lui par la meilleure croissance annuelle moyenne du secteur avec 7%, voire une augmentation encore plus marquée après la crise covid. On observe ici une tendance de fond: la recherche d'espaces de plein air et de tourisme plus durable. Ce segment semble en effet bénéficier d'un attrait croissant et représente sans doute une opportunité à exploiter. La crise sanitaire suivie par les inondations a fortement affecté ce secteur, mais la reprise post-COVID a été plus rapide que pour les autres pôles

bien que celle-ci n'a pas encore permis de retrouver les fréquentations d'avant la crise COVID.

Ces dynamiques montrent que chaque type d'attraction possède ses propres leviers de croissance et de résilience. L'enjeu pour l'avenir est d'anticiper les tendances et de renforcer la complémentarité entre ces trois pôles pour construire une offre touristique encore plus attractive et pérenne. L'innovation permettra aussi de répondre aux nouvelles attentes : aujourd'hui, l'expérience visiteur est primordiale. La gamification, la réalité augmentée ou encore la personnalisation des parcours sont autant de leviers pour enrichir l'offre et fidéliser le public.

Fréquentation des attractions touristiques de 2014 à 2024
échantillon de 203 attractions par pôle



Pôle culturel

74 %

Pôle naturel

9 %

Pôle récréatif

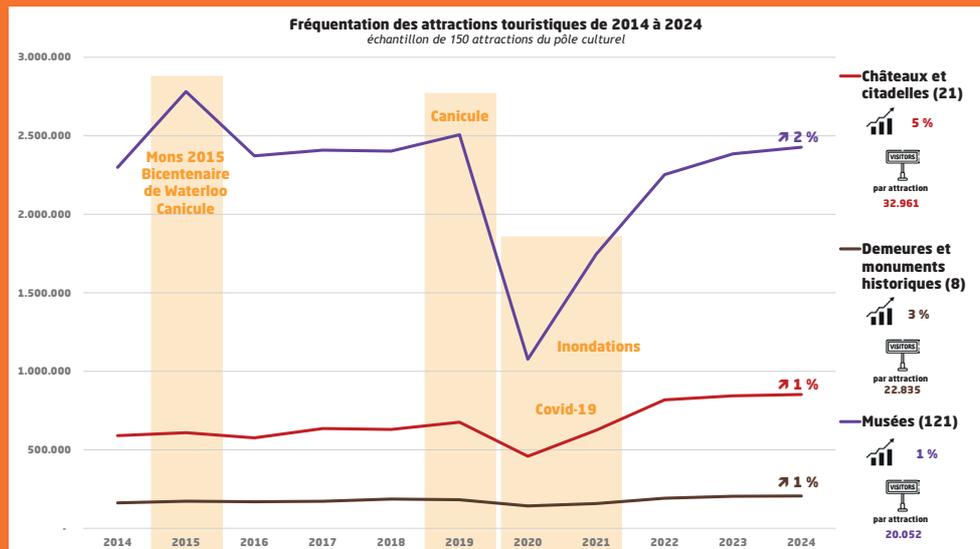
17 %



Pôle culturel



74 %



Le **pôle culturel** joue un rôle essentiel dans l'attractivité touristique, en offrant aux visiteurs un voyage à travers le patrimoine, l'histoire et l'art.

Les **musées**, qui représentent la plus grande partie du pôle avec 121 sites étudiés, ont subi des variations marquées, avec un effondrement brutal en 2020 en raison du Covid-19, suivi d'une remontée progressive. La fréquentation atteint aujourd'hui un niveau stable, avec une croissance annuelle moyenne de 1 % sur 10 ans et + 2 % en 2024.

Les **châteaux & citadelles** affichent une dynamique plus favorable, avec une progression moyenne de 5 % par an sur 10 ans, et + 1 % en 2024. Cette croissance souligne un attrait renouvelé pour le patrimoine fortifié.

Les **demeures & monuments historiques** suivent une évolution plus modérée, avec une croissance annuelle de 3 % et + 1 % en 2024, confirmant leur importance dans l'offre patrimoniale, bien que leur potentiel puisse être encore mieux exploité.

Un pôle lui aussi sensible aux événements externes. Le graphique met en évidence trois moments clés qui ont fortement influencé la fréquentation.

Mons 2015 et le Bicentenaire de Waterloo : ces événements ont généré un pic spectaculaire de fréquentation, démontrant l'impact positif des commémorations et des événements culturels sur l'attractivité du patrimoine.

La crise du COVID-19 (2020-2021) : une chute historique, illustrant la dépendance du secteur culturel à la mobilité des visiteurs et aux mesures sanitaires. La reprise est visible, mais elle demande encore un accompagnement pour retrouver un niveau de croissance plus soutenu.

Les aléas climatiques sont un facteur moins déterminant pour ce type d'attractions, même si pour certaines leur localisation peut nécessiter de repenser l'aménagement ou d'adapter les offres en fonction des nouvelles réalités climatiques.

Le pôle culturel a prouvé sa résilience et son attractivité, mais doit continuer à évoluer pour répondre aux attentes d'un public en quête d'expériences nouvelles. L'avenir de ces sites passe par une approche innovante et inclusive, où patrimoine et modernité se rencontrent pour créer un tourisme culturel plus immersif, dynamique et durable.

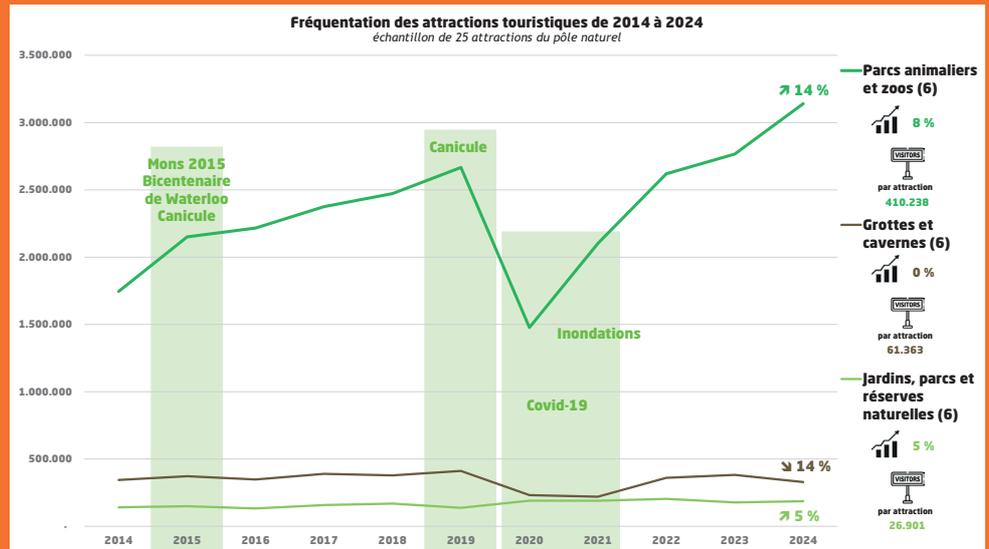
Il faudra jouer sur la réinvention de l'expérience culturelle pour créer de nouveaux leviers d'attractivité, miser sur le storytelling et l'événementiel pour animer les lieux historiques ou encore valoriser l'offre patrimoniale locale pour accrocher un public à la recherche d'expériences authentiques et de proximité.



Pôle naturel



9 %



Observons maintenant l'évolution spécifique des attractions du **pôle naturel**, qui regroupent les parcs animaliers, les grottes et cavernes, ainsi que les jardins, parcs & réserves naturelles.

Ce qui ressort immédiatement, c'est la forte croissance des **parcs animaliers & zoos**, avec une hausse de 14 % sur la période. Ce segment semble avoir le vent en poupe, bien sûr tiré vers le haut par une attraction majeure.

Les **jardins, parcs & réserves naturelles** connaissent une progression plus modérée de 5 %, mais ils confirment une tendance de fond: la recherche de nature et d'espaces verts, notamment en réponse aux crises climatiques et sanitaires. Leur rôle dans le développement d'un tourisme plus durable et localisé devient sans doute un atout stratégique.

En revanche, les **grottes & cavernes** enregistrent une stagnation de leur fréquentation avec une année 2023-2024 particulièrement difficile. Contrairement aux autres segments du pôle naturel, ce type d'attraction ne bénéficie pas des mêmes dynamiques de croissance, et ce constat n'est pas propre à notre territoire: il s'agit d'une tendance générale que l'on observe aussi à l'international.

Pourquoi ce statu quo ? Plusieurs facteurs entrent probablement en jeu. Notamment, le changement des attentes des visiteurs : aujourd'hui, le public recherche davantage des expériences immersives, interactives, ce qui peut être un défi pour des sites au patrimoine exceptionnel, mais dont la valorisation repose souvent sur des visites plus traditionnelles.

Comment redonner une nouvelle attractivité à ces lieux uniques ? La réponse passera sans doute par l'innovation : enrichir l'expérience par des dispositifs interactifs, repenser les parcours de visite, développer des offres plus immersives.

Si nous parvenons à accompagner ce changement en valorisant ces sites autrement, ils pourraient retrouver une dynamique de croissance et continuer à émerveiller les visiteurs de demain.

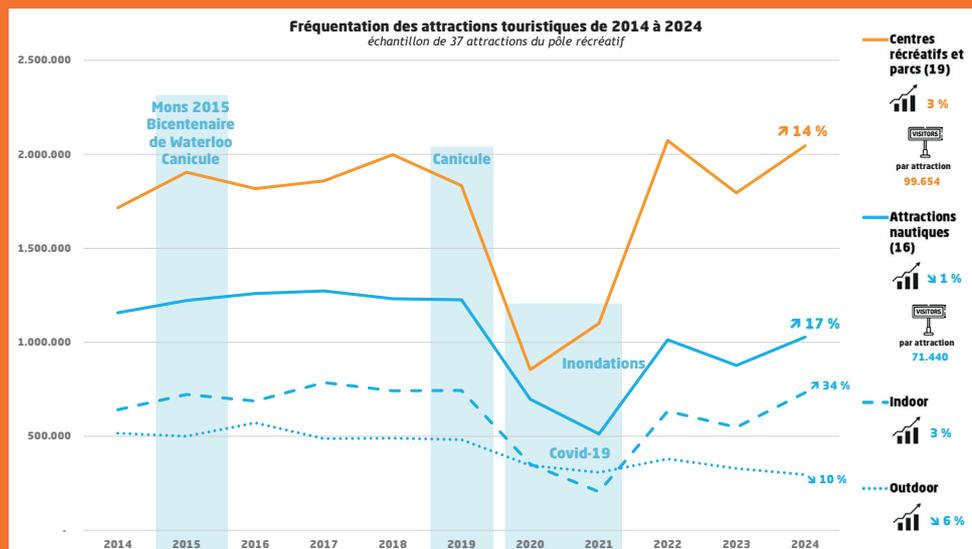
Ce zoom sur le pôle naturel met en lumière une dynamique positive, portée par une prise de conscience environnementale et une évolution des attentes du public. La question clé pour l'avenir sera d'accompagner cette croissance en structurant une offre durable et innovante, capable d'anticiper les défis climatiques et d'attirer de nouveaux profils de visiteurs.



Pôle récréatif



17 %



Passons maintenant à l'analyse du **pôle récréatif**, qui regroupe les parcs & centres récréatifs ainsi que les attractions nautiques splitées entre les espaces intérieurs et extérieurs. Ce segment est l'un des plus dynamiques, mais aussi l'un des plus sensibles aux crises et aux aléas climatiques.

Sont observées des tendances contrastées selon les segments. Les **centres récréatifs & parcs** affichent une croissance de 3 % sur la décennie avec une très belle augmentation l'année passée, malgré une forte chute en 2020 due à la pandémie. On observe une reprise rapide, portée par un besoin fort de divertissement et de socialisation post-crise. Cela confirme l'importance de ces lieux comme espaces de loisir incontournables, en particulier pour les familles et les jeunes.

Les **attractions nautiques** suivent une dynamique plus fluctuante avec une progression globale négative de 1 % , marquée par un impact très fort des crises climatiques, notamment les inondations de 2021 et bien sûr la pandémie. Cette instabilité met en évidence la nécessité d'une adaptation aux conditions météorologiques extrêmes. La distinction indoor vs outdoor est particulièrement intéressante : alors que les espaces indoor enregistrent une croissance progressive de +3 %. En revanche, le segment outdoor est en recul de -6 % sur 10 ans et -10 % sur la dernière année , ce qui pourrait sembler être un vrai signal d'alerte. Cette tendance peut s'expliquer par plusieurs facteurs : une vulnérabilité accrue aux aléas climatiques (canicules, inondations), une concurrence renforcée avec d'autres types de loisirs et, éventuellement, une évolution des attentes du public.

Ce graphique met en lumière un secteur réactif et résilient , mais qui doit faire face à des défis majeurs.

Le recul du segment outdoor ne signifie pas une baisse de l'intérêt du public pour les expériences en plein air, mais plutôt un besoin de repenser l'offre. Plusieurs pistes d'évolution se dessinent.

L'adaptation aux conditions climatiques: les événements météorologiques extrêmes influencent directement la fréquentation. La capacité à proposer des solutions flexibles, comme des offres hybrides intérieur/extérieur ou des installations plus résilientes, sera un facteur clé.

La diversification des modèles économiques: certains sites présentent encore une forte saisonnalité. Investir dans des offres multisaisons et des formats événementiels peut permettre de lisser la fréquentation sur l'année.

Le pôle récréatif dans son ensemble montre une capacité de rebond impressionnante , mais avec des défis à relever, en particulier sur le segment outdoor. Le message clé ici est que l'avenir de ce secteur dépendra de sa capacité à adapter et innover , en transformant ces espaces pour mieux répondre aux attentes des visiteurs et aux défis.

Résultats par provinces

Au niveau des provinces, la province la plus fréquentée est celle du **Hainaut** avec une moyenne de 3,3 millions de visiteurs accueillis en moyenne chaque année. Le taux de croissance moyen annuel y est de 4 %, porté il est vrai par une attraction phare de la province. Elle représente 32 % de la population d'attractions touristiques en Wallonie.

Le **Brabant wallon** est la 2^e province en termes de visiteurs, avec un peu plus de 1,8 million de visiteurs accueillis chaque année. À l'instar du Hainaut, le Brabant wallon connaît un taux de croissance moyen annuel de 4 %, porté par des attractions phares.

La province ne représente que 7% de la population en attraction touristique.

La 3^e province est celle de **Namur**. Elle accueille, elle aussi, un peu plus de 1,8 million de visiteurs en moyenne chaque année. Le taux de croissance moyen annuel est par contre plus faible avec un taux de 2 %. Elle se classe 2^e position en nombre d'attractions avec un taux de représentativité de 24 %.

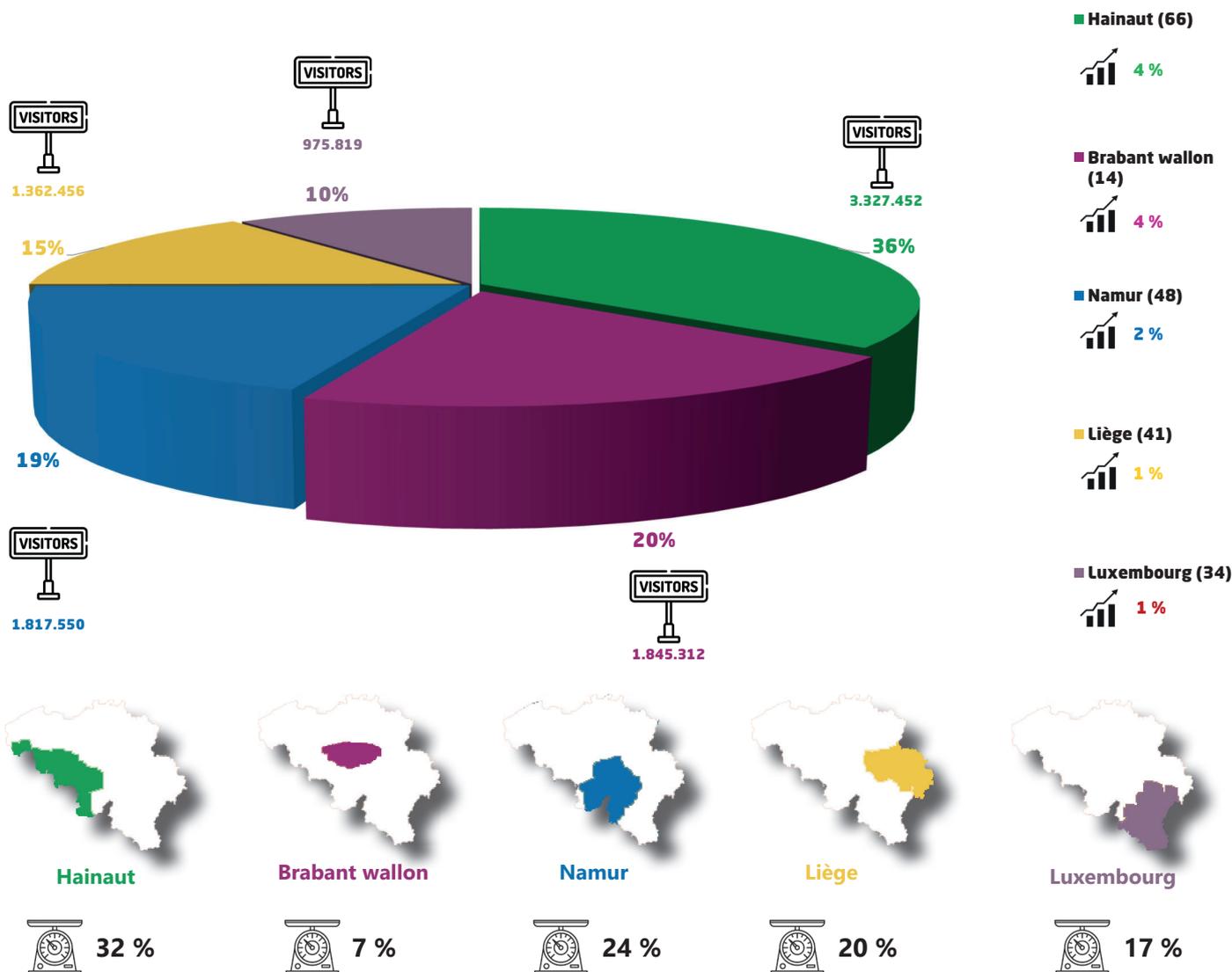
Suit ensuite, la province de **Liège**, qui accueille annuellement en moyenne près de 1,4 million de visiteurs. Le taux de croissance moyen annuel n'y est de que de 2 %. Elle représente 20 % de la population en attraction touristique.

Enfin, la province de **Luxembourg**, accueille annuellement près d'1 million de visiteurs. Son taux de croissance moyen annuel est de 1 %. Elle représente par ailleurs 17 % de la population d'attractions.

On le voit, donc 2 provinces se dégagent de ce podium de fréquentation : le Hainaut et le Brabant wallon, mais les chiffres sont évidemment influencés par la présence d'attractions touristiques accueillant pour certaines plus d'1 million de visiteurs par an. C'est aussi dans ces provinces que le taux de croissance moyen annuel est le plus élevé, soit de l'ordre de 4 % contre 1 à 2 % pour les autres provinces.

Fréquentation des attractions touristiques de 2014 à 2024

Moyenne de visiteurs annuels par province

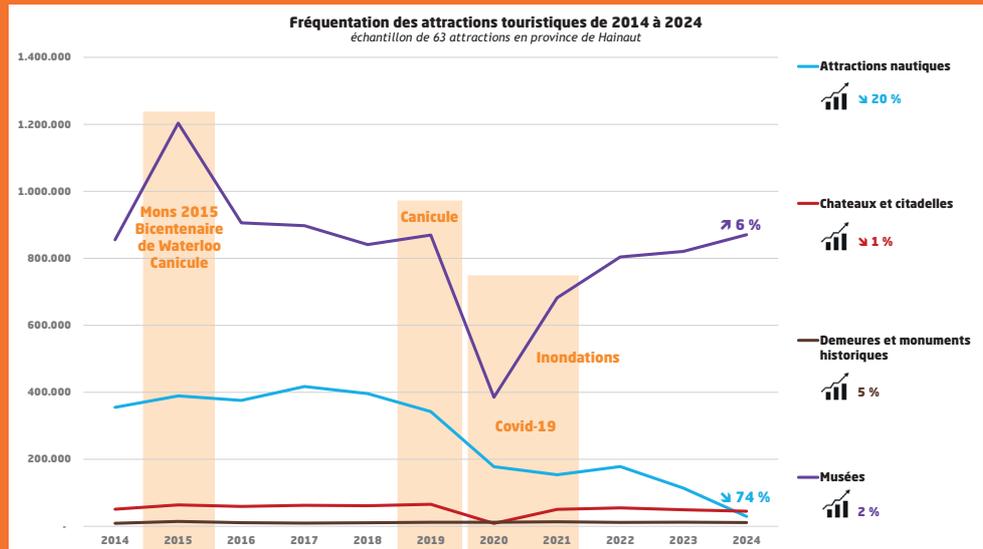




Hainaut



32 %



Au niveau du Hainaut, les informations relatives aux **attractions nature** ne sont pas reprises dans un souci de confidentialité. Les **musées**, qui constituent la 2^e typologie de la province, voient leur fréquentation progresser de 6 % face à l'année précédente. Ces bons résultats sont à mettre sur le compte de certaines expositions temporaires qui ont boosté les chiffres de l'année.

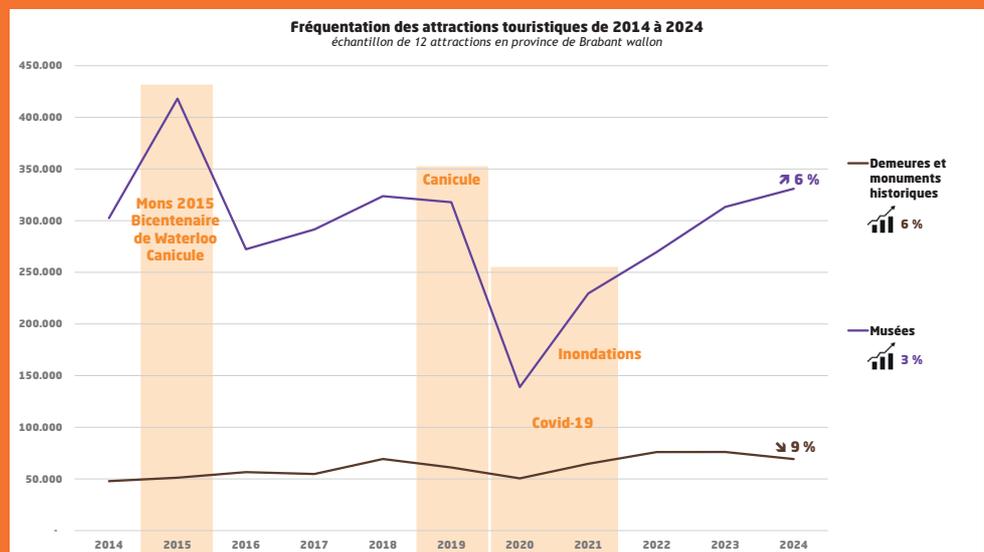
Au niveau des **attractions nautiques**, il faut prendre en considération la fermeture temporaire de deux parcs aquatiques. Ceci explique la forte chute. Les **châteaux & citadelles** présentent un taux de croissance moyen annuel négatif de 1 %.



Brabant wallon



7 %



Dans le Brabant wallon, comme pour le Hainaut, nous avons retiré de ce graphique les attractions du pôle récréatif, pour des raisons de confidentialité. Au niveau des **musées**, ce sont les plus grandes attractions qui ont boosté la fréquentation en 2024. Le taux de croissance moyen annuel est le meilleur de toutes les provinces avec un résultat de 3 %.

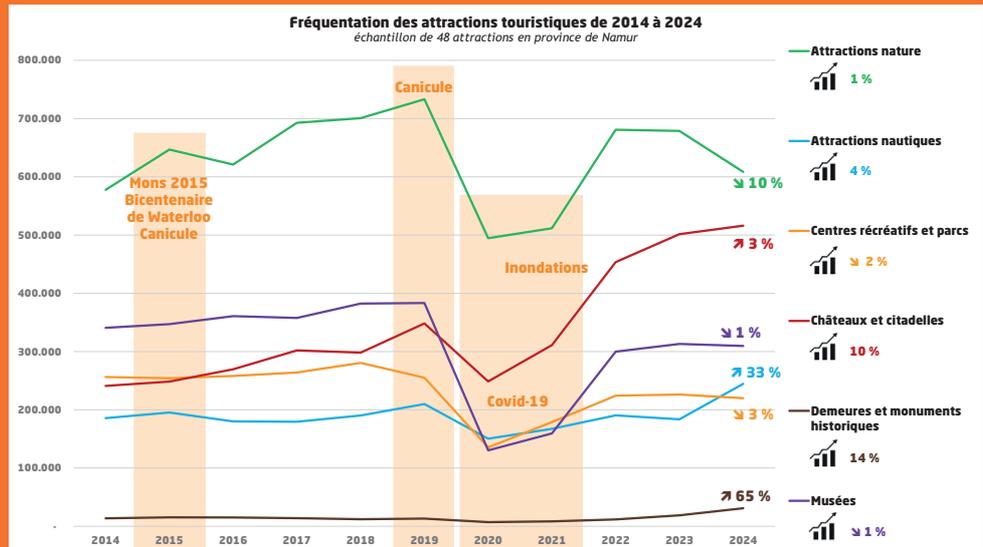
En ce qui concerne le taux de croissance moyen annuel des **demeures & monuments historiques**, s'il présente un chiffre de 6 %, il faut relativiser ce dernier puisque seules 2 attractions sont reprises dans cette typologie.



Namur



24 %



Les **attractions nature** constituent la 1^{ère} typologie la plus importante en termes de fréquentation. Le taux de croissance moyen annuel est de 1 %, mais on constate une baisse de 10 % face à 2023, notamment à cause des grottes & cavernes.

Pour les **musées**, il semble difficile de revenir au niveau de 2019. La quasi-majorité des musées est en diminution, mais surtout leur taux de croissance annuel moyen est négatif de 1 %.

Les **châteaux et citadelles** sont à niveau de fréquentation nettement plus haut qu'en 2019. Leur taux de croissance annuel moyen est le plus élevé de la province avec plus de 10 %, outre une hausse de 3 % en 2024. Presque tous les sites voient leur fréquentation augmenter.

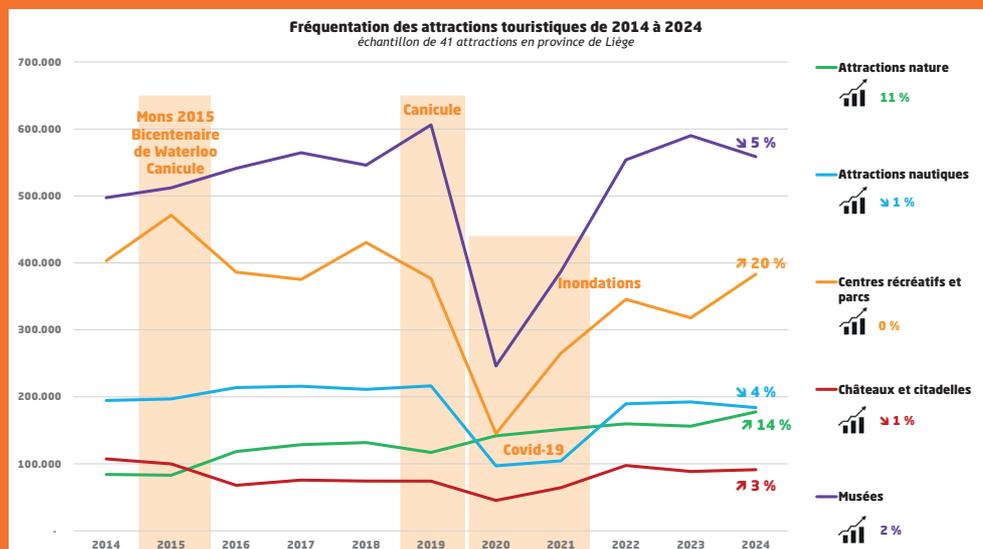
Enfin, au niveau des **demeures & monuments historiques**, ils sont en augmentation. Par contre, il n'y a que 2 attractions dans cette typologie, les résultats sont donc à relativiser.



Liège



20 %



Les **musées** qui concentrent la fréquentation de la province, présentent une baisse de 5 % face à 2023. À de très rares exceptions, tous les grands musées diminuent.

Les **centres récréatifs & parcs** progressent de 20 % face à 2023.

Pour les **attractions nautiques**, on note une diminution de 4 % en 2024. Le taux de croissance moyen annuel est par contre négatif de 1 %.

La fluctuation des résultats des kayaks suivant les années, mais aussi la baisse de la fréquentation de certains complexes aquatiques expliquent cette situation.

Les **attractions nature** ne sont que 2 dans cet échantillon. Si on constate une hausse, les données sont à relativiser.

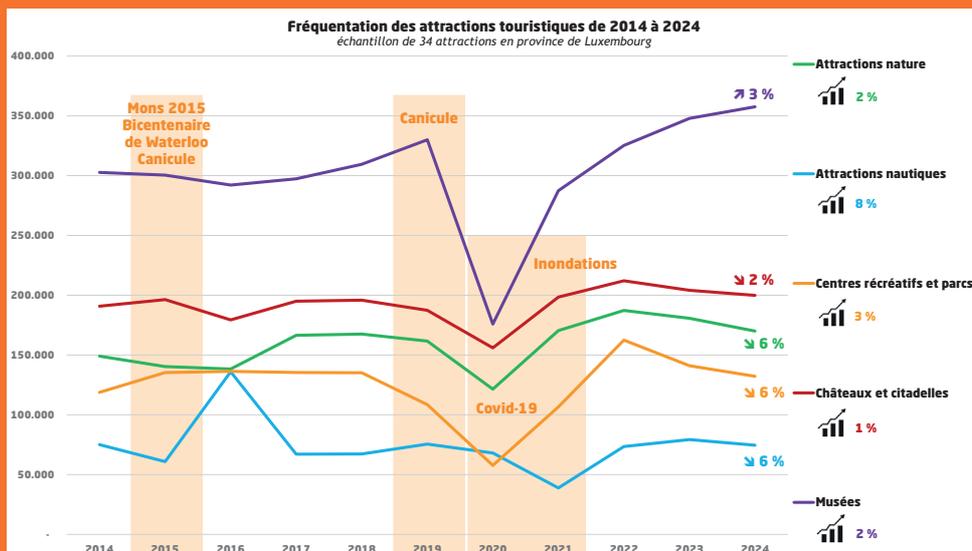
Les **châteaux & citadelles** progressent de 3 %, mais ont un taux de croissance moyen annuel négatif de 1 %.



Luxembourg



17 %



En province de Luxembourg, ce sont les **musées** qui trident la 1^{ère} place du podium comme à Liège. Ils sont les seuls en augmentation constante depuis la fin du covid. Évidemment la progression de 3 % cette année face à 2023 est liée aux festivités du 80^e anniversaire de la Bataille des Ardennes. La fréquentation des **châteaux & citadelles** est à relativiser dans la mesure où nous n'avons que 2 attractions dans cette typologie.

Les **attractions nature** de la province diminuent comme à Namur face à 2023. Ici la chute est à imputer sur les parcs animaliers. Le taux de croissance moyen annuel reste tout de même positif à 2 %.

Les **centres récréatifs & parcs** chutent en 2024.

Enfin, les **attractions nautiques** accusent un recul de 6%. Les kayaks étant fort tributaires de la météo, cela se constate sur l'évolution.

Indicateurs par nationalité

2014-2019

La 1^{ère} période analysée concerne une moyenne entre les années 2014 à 2019. Soit la période avant COVID.

2020-2021 (COVID)

Pour la 2^e période, nous avons isolé la période du COVID qui a eu un impact sur la provenance des visiteurs, il est donc intéressant d'analyser cette dernière.

2022-2024

La 3^e période, elle analyse la période post COVID et permet donc de voir de quelle façon les clientèles ont évolué.

149 attractions reprises dans ce nouvel échantillon

Un 2^e échantillon permet de disposer d'informations sur la provenance des visiteurs des attractions touristiques. Les 149 attractions concernées représentent, en moyenne, sur la période de référence, 56 % de la fréquentation totale.

Les valeurs qui sont proposées dans ce diagnostic doivent aussi se voir à la lumière des valeurs absolues entre 2014 et 2024. Durant cette période, l'échantillon a progressé de 1 millions de visiteurs.

L'évolution des profils de visiteurs est un indicateur clé des transformations du tourisme.

Wallonie



117 attractions du pôle culturel



78 %

dont 17 châteaux & citadelles
dont 6 demeures & monuments historiques
94 musées

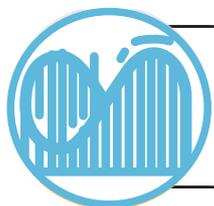


13 attractions du pôle naturel



72 %

dont 6 parcs animaliers & zoos
dont 6 grottes & cavernes
dont 6 jardins, parcs & réserves naturelles



19 attractions du pôle récréatif



54 %

dont 10 centres récréatifs & parcs
dont 9 attractions nautiques

Les graphiques présentés dans les pages suivantes nous éclairent sur la répartition des visiteurs en fonction de leur origine, exprimée en pourcentage, ce qui permet de mieux comprendre les dynamiques de marché et les opportunités à saisir.

L'évolution des nationalités des visiteurs montre que notre attractivité ne cesse d'évoluer. Comprendre ces tendances nous permet d'anticiper les attentes et de construire un tourisme plus performant. Ceci montre tout l'intérêt de collecter un maximum de données pour mieux connaître notre visitorat et prendre les meilleures décisions pour l'avenir.



Brabant wallon
11 attractions



Liège
26 attractions



Namur
39 attractions



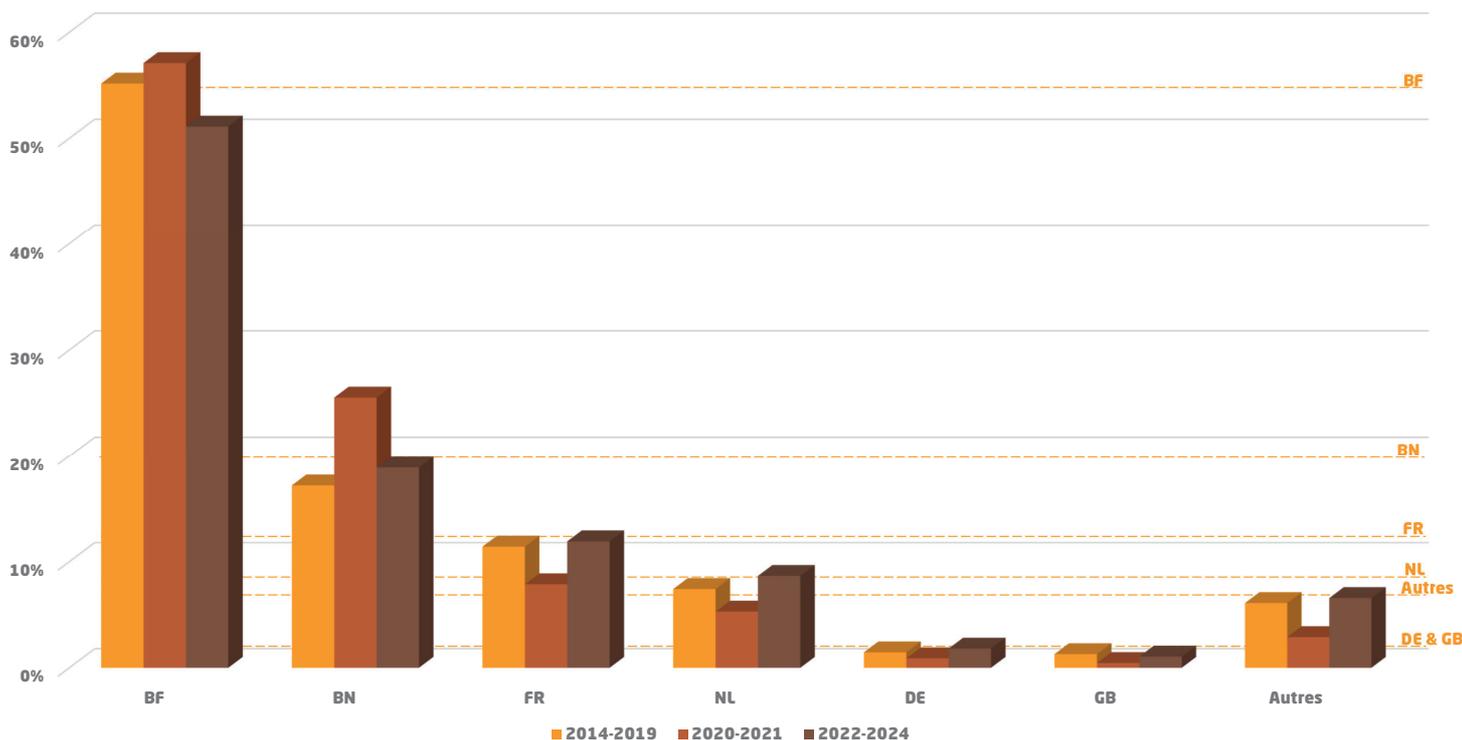
Hainaut
46 attractions



Luxembourg
27 attractions

Une progression marquée des visiteurs étrangers !

Fréquentation des attractions touristiques de 2014 à 2024
échantillon de 149 attractions par nationalité (56 % de la fréquentation de l'échantillon des 203 attractions)



Les **Belges francophones (BF)** restent largement majoritaires, avec plus de 50% des visiteurs. Cependant, en valeur absolue, leur fréquentation a diminué de 2 % depuis la période 2014-2019. Cette légère baisse relative s'explique par la montée en puissance d'autres segments, notamment des visiteurs étrangers et néerlandophones.

Les **Belges néerlandophones (BN)** connaissent une croissance significative de + 16 % en valeur absolue, et cela se traduit par une part plus importante dans la répartition globale. Cela reflète une attractivité accrue pour ce public, sans doute liée à une meilleure communication ciblée et une offre adaptée.

Les **Français (FR)** (+ 10 %) renforcent leur présence, confirmant un intérêt stable et croissant pour les attractions wallonnes. Ce marché reste une valeur sûre qui mérite d'être encore développée.

Les **Néerlandais (NL)** (+ 23 %) marquent une forte progression, ce qui témoigne d'une évolution des flux touristiques et d'un attrait croissant pour nos destinations. La proximité géographique et l'intérêt pour le tourisme de nature et de loisirs sont des atouts à exploiter.

Les **Allemands (DE)** (+ 32 %) affichent la plus forte progression. Bien qu'ils restent un segment plus modeste en volume, cette hausse traduit une opportunité : il existe un potentiel à activer davantage sur ce marché grâce à une meilleure adaptation des offres et de la communication.

Le marché **britannique (GB)** est en net recul avec une diminution de 13 %. Cet effet semble renforcé depuis le Brexit. Ce segment mérite une réflexion sur les leviers qui pourraient être actionnés pour inverser cette tendance. Diversification des profils touristiques : une chance à saisir !

Enfin, le segment **autres nationalités** a progressé de 6 %, signe d'une diversification progressive des profils de visiteurs.

Dans les graphiques qui suivent, il faut être attentif à la représentativité des données des provinces de Hainaut et de Liège, les échantillons ne sont pas pleinement représentatifs.

ationalité

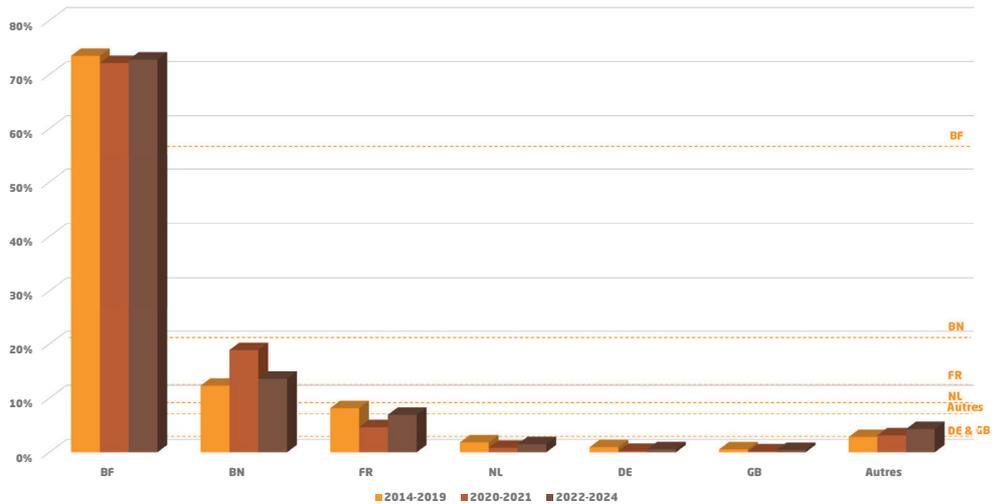
En **Hainaut**, en valeur absolue :

- les **Belges francophones** ont progressé de 4% en regard de la période 2014-2019 face à 2022-2024 ;
- les **Belges néerlandophones** ont progressé de 28% ;
- les **Français** de 24 % ;
- les **Néerlandais** de 66 % ;
- les **Allemands** de 44 % ;
- les **Anglais** ont diminué de 46 % ;
- et les **autres** ont diminué de 3 %.

Hainaut
46 attractions



Fréquentation des attractions touristiques de 2014 à 2024
échantillon de 46 attractions par nationalité en province de Hainaut (22 % de la fréquentation de la province) 



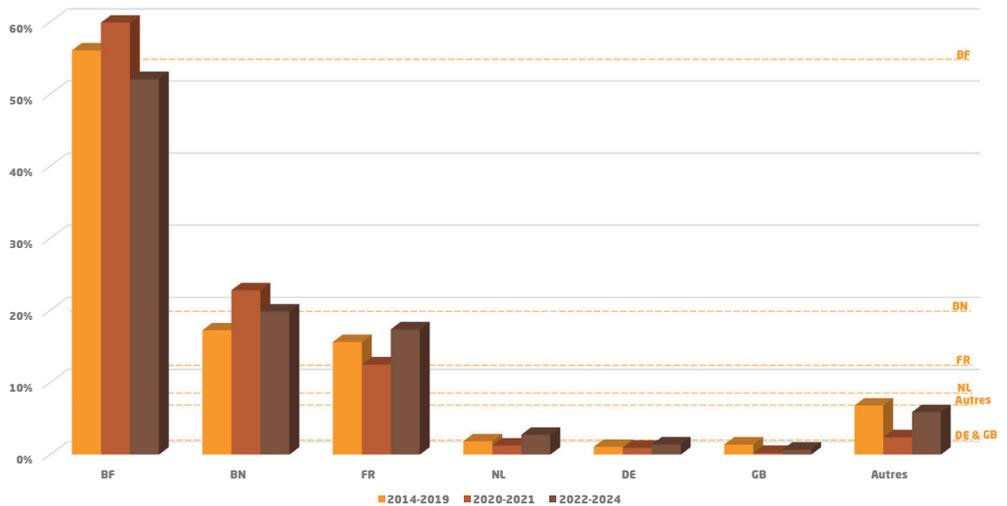
En **Brabant wallon**, en valeur absolue :

- les **Belges francophones** ont diminué de 11% en regard de la période 2014-2019 face à 2022-2024 ;
- les **Belges néerlandophones** ont diminué de 1% ;
- les **Français** de 24 % ;
- les **Néerlandais** de 27 % ;
- les **Allemands** de 47 % ;
- les **Anglais** ont diminué de 28 % ;
- et les **autres** ont augmenté de 37 %.

Brabant wallon
11 attractions



Fréquentation des attractions touristiques de 2014 à 2024
échantillon de 11 attractions par nationalité en province de Brabant wallon (93 % de la fréquentation de la province)



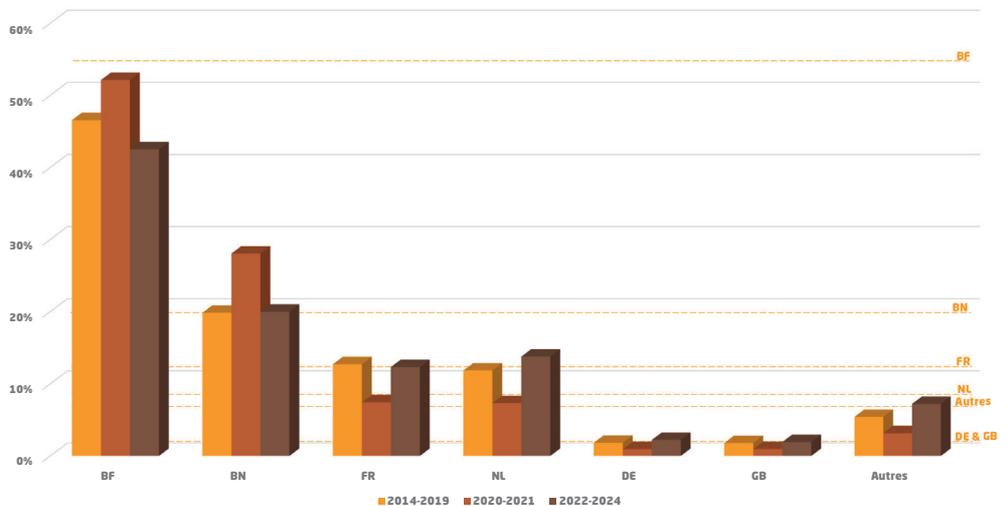
En province de **Namur**, en valeur absolue :

- les **Belges francophones** ont diminué de 4% en regard de la période 2014-2019 face à 2022-2024 ;
- les **Belges néerlandophones** ont progressé de 6% ;
- Les **Français** de 2 % ;
- les **Néerlandais** de 23 % ;
- les **Allemands** de 28 % ;
- les **Anglais** de 13 % ;
- et les **autres** ont augmenté de 40 %.

Namur
39 attractions



Fréquentation des attractions touristiques de 2014 à 2024
échantillon de 39 attractions par nationalité en province de Namur (79 % de la fréquentation de la province)



Fréquentation des attractions touristiques | 2014-2024

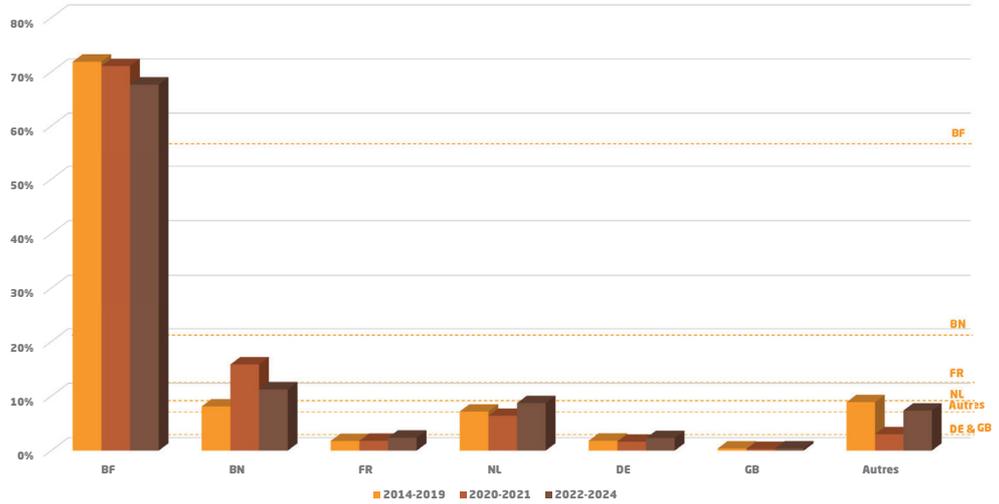
À **Liège**, en valeur absolue :

- les **Belges francophones** ont progressé de 4% en regard de la période 2014-2019 face à 2022-2024 ;
- les **Belges néerlandophones** ont progressé de 28% ;
- les **Français** de 24 % ;
- les **Néerlandais** de 66 % ;
- les **Allemands** de 44 % ;
- les **Anglais** ont diminué de 46 % ;
- et les **autres** ont diminué de 3 %.

Liège
26 attractions



Fréquentation des attractions touristiques de 2014 à 2024
échantillon de 26 attractions par nationalité en province de Liège (40% de la fréquentation de la province)



En province de **Luxembourg**, en valeur absolue :

- les **Belges francophones** ont diminué de 11% en regard de la période 2014-2019 face à 2022-2024 ;
- les **Belges néerlandophones** ont diminué de 1% ;
- les **Français** de 24 % ;
- les **Néerlandais** de 27 % ;
- les **Allemands** de 47 % ;
- les **Anglais** ont diminué de 28 % ;
- et les **autres** ont augmenté de 37 %.

Luxembourg
27 attractions



Fréquentation des attractions touristiques de 2014 à 2024
échantillon de 27 attractions par nationalité en province de Luxembourg (88% de la fréquentation de la province)

