

Colloque spécial Bruxelles 2019

**Le marché des Comités d'entreprises & collectivités en France
vs expérience des attractions touristiques bruxelloises**

■ Philippe STEENBERGEN, Directeur Commercial



Colloque spécial Bruxelles 2019

Seul parc à thème de 2,5 ha sur toute l'Europe (UE)

Top 10 des attractions visitées en Belgique

N°2 à Bruxelles avec +/-400.000 visiteurs/an

65% de visiteurs du monde entier



ACTIVITÉ QUI CONVIENT DE 3 À 103 ANS
350 MONUMENTS ET ANIMATIONS À L'ÉCHELLE 1/25^{ÈME}



DÉCOUVREZ UNE SÉLECTION DES
MONUMENTS LES PLUS CONNUS
D'EUROPE



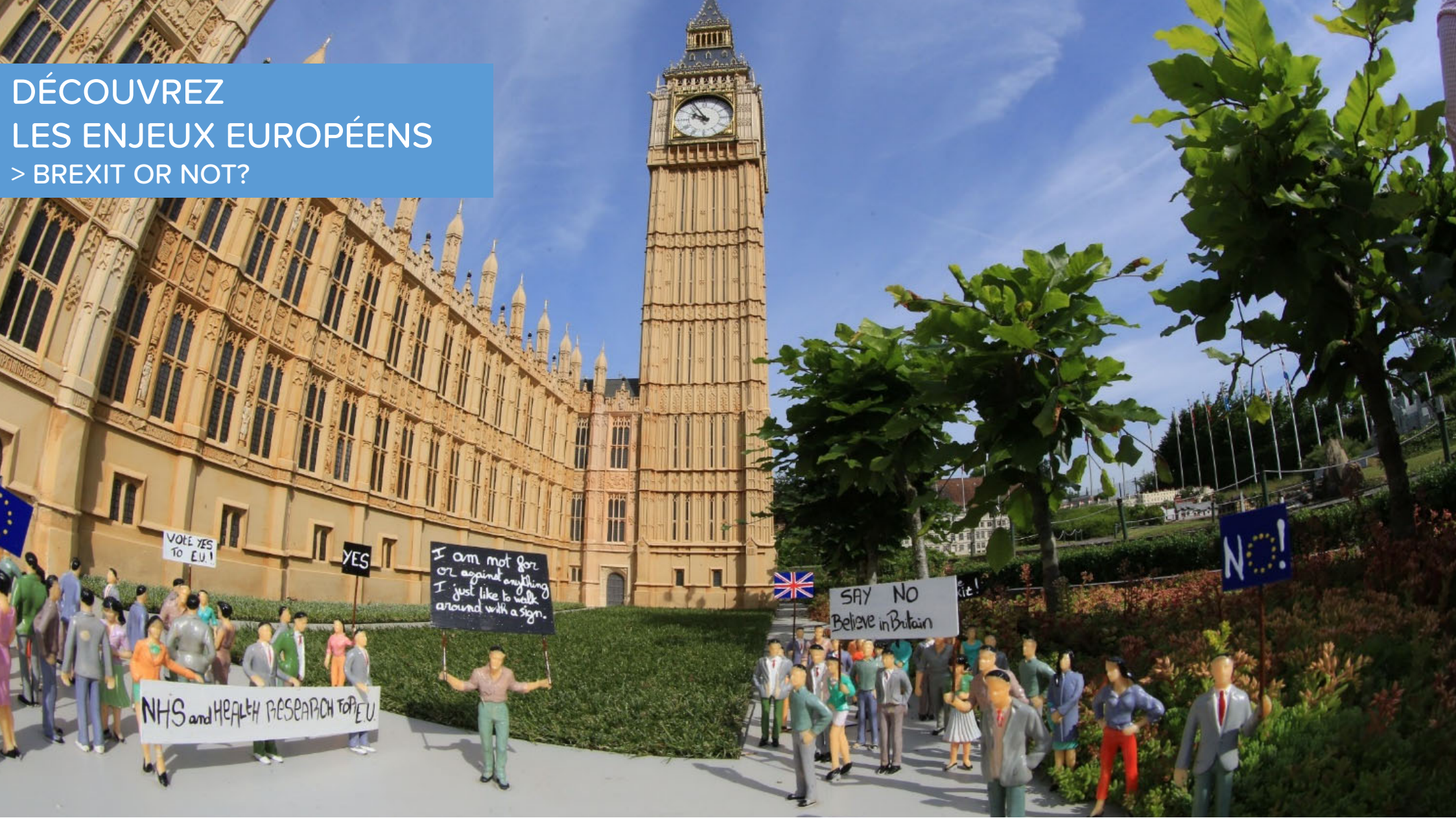
DÉCOUVREZ
L'HISTOIRE DE L'EUROPE



DÉCOUVREZ NOTRE HÉRITAGE EUROPÉEN



DÉCOUVREZ LES ENJEUX EUROPÉENS > BREXIT OR NOT?



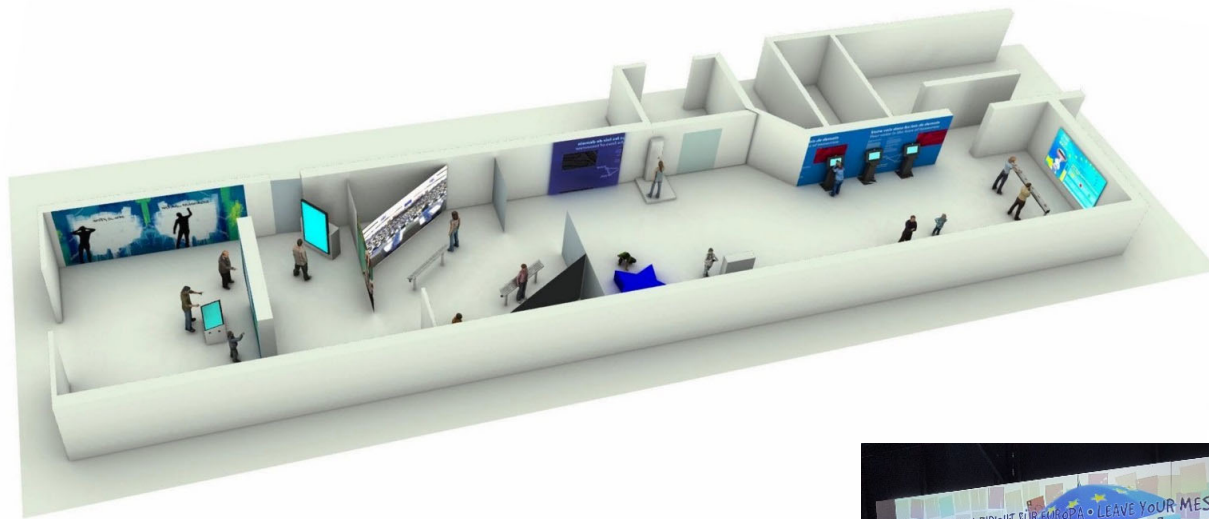
DÉCOUVREZ
UN MONDE MINIATURE



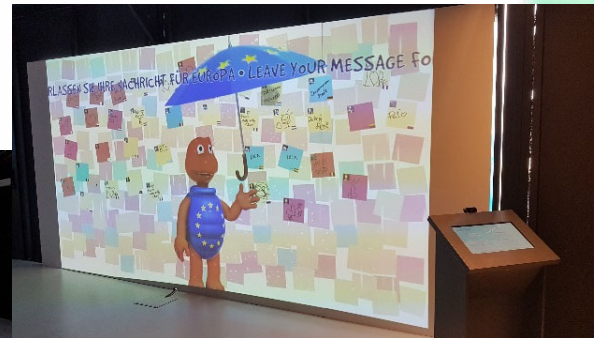
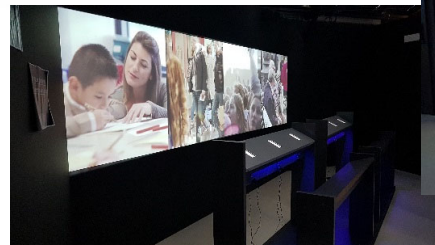
DÉCOUVREZ
DES ANIMATIONS SURPRENANTES



Découvrez SPIRIT of EUROPE, la toute nouvelle expo.
interactive développée en partenariat avec le Parlement
européen!



Un rôle éducatif : apprenons L'Union
européenne!
Inclus dans le prix d'entrée



Colloque spécial Bruxelles 2019

L'importance du marché français dans votre attraction touristique?

- 388.000 visiteurs en 2018 dont +/- 30 % de belges et +/- 70 % d'étrangers
- La clientèle française (individuels & groupes):
 - ⊕ *48.000 visiteurs en 2014 (13%) - avant attentats*
 - ⊕ *42.000 visiteurs en 2018 (11% du total)*
- La clientèle française (individuels & groupes):
 - ⊕ *Individuels = 35.000 pers. (65% Hauts de France) • +/- 37.500 en 2014*
 - ⊕ *Groupes = 7.000 pers. (80% Hauts de France) • +/- 11,000 en 2014*
dont scolaires : 49,75% & CE/Assoc : 50,25%



Colloque spécial Bruxelles 2019

Depuis combien d'années travaillez-vous le marché des CE ?

- +/- 27 ans de présence sur les C.E
- Au niveau des salons :
 - ✚ *Salons CE avec Bruparck / Océade / Atomium avec Village
365.be/OPT-WBT/VisitBXL*
 - ✚ *Salons organisés par des autocaristes,
Lille/Paris/Metz/Reims/Amiens/Strasbourg...*



Colloque spécial Bruxelles 2019

Outre les salons, quelles actions menez-vous sur ce marché ?

- Envoi/relance par mailings personnalisés
- Prospection téléphonique
- Relance/invitation salons e-mailings
- Annonces ciblées autocaristes et voix du Nord
- Campagne publicitaire en radio dans le nord de la France
- Affichage « cul » de bus
- Salon Grand Public Tourissima

Colloque spécial Bruxelles 2019

Quels produits mettez-vous à disposition du public dans les salons ?

- Produits pour groupe / de préférence à la journée
- Les partenaires de la brochure groupe/Web « Une journée chez les Brusseleirs »
- Week-ends en partenariat (TS Loisirs-Isy Tours)
- Produits individuels (Mini-Europe/Océade/ Atomium) en prévente billetterie individuelle!

Colloque spécial Bruxelles 2019

Quels produits mettez-vous à disposition du public dans les salons ?

- 1 visite groupe sur 2 est une visite combinée (Atomium, Chocolat, Bière, Train World, ...) ou liée à des événements temporaires (Plaisirs d'hiver, Serres de Laeken, BD, Festival bière, expos)
- 1 visite sur 4 se fait avec l'Atomium
- Un restaurant avec capacité groupe est un atout,
- attention : ne pas oublier l'eau et le pain à table!



Colloque spécial Bruxelles 2019

Quel est le comportement du CE chez vous (visite, repas,...) ?

- Le CE cherche convivialité et une prise en charge
- Demandes variées culturelles ou récréatives (C.A/CE)
- Cherche prix sans surprise type forfait et sur certaines villes, demandent du logement
- Repas tout compris : apéro & 3-4 services avec café
- Clientèle FR CE/COS dépense plus que la moyenne
- Paiement en chèques français – bons administratifs

Colloque spécial Bruxelles 2019

Votre regard sur la clientèle (évolution éventuelle,...) ?

- Impact CE → CSE : constat Mini-Europe sur cette période transitoire
- Fréquentation plus faible des salons. Pour quelle raison?
- Nouveaux élus hésitants/cherche idées, mal préparé à l'organisation de sorties & WE en groupe → impact négatif sur les réservations à court terme
- Changement des mentalités : individualisme → besoin offre billetterie
- Chèque vacances, référencement inter-CE



Colloque spécial Bruxelles 2019

Vos conseils pour une bonne approche des CE

- S'engager sur 3 ans minimum car font en moyenne 1 à 2 sorties/an voir à 1/mois!
- Partager le coût de l'espace salon entre plusieurs partenaires si budget limité!
- Créer des formules de journées complètes pour groupes à prix max de 50€/jour(hors transport) - repas inclus et éventuellement de la billetterie individuelle!
- Créer une base de données des sociétés rencontrées et les relancer, les informer!
- Le personnel qui vous représente sur le stand doit être enthousiaste et empathique car les CE sont fort sollicités et les stands nombreux sur ces salons!

Colloque spécial Bruxelles 2019

Vos conseils pour une bonne approche des CE

- Envisager une présence également dans d'autres salons comme le Tourissima (mixte grand public-associatif)!
- Insister auprès de visit.brussels pour soutenir nos efforts sur minimum 3 années en facilitant l'accès à des initiatives en commun (cf. vacances de Bruxelles et les Educ days Bruxelles) !
- Du temps de Wallonie « Bruxelles » Tourisme, un partenariat « Public-Privé » permettait de construire des plans d'actions permettant à tous les musées et attractions d'accéder à une visibilité ou des salons impayables individuellement!
- Soyez patient et endurant sur ce marché comme tous les autres!

PLUS ON SERA DE BRUXELLOIS SUR LES SALONS CE...
PLUS LA DESTINATION SERA ATTRAYANTE!

