

Notes de Recherche

Tourisme en Wallonie et en Europe

C. d'Andrimont & I. Bauthier
Sous la direction scientifique de J.-M. Decroly



CPDT

Conférence Permanente
du Développement
Territorial

Numéro 39 • Septembre 2013

Responsable scientifique : *Jean-Michel Decroly (GUIDe – IGEAT-ULB)*

Chercheurs : *Caroline d'Andrimont & Isabelle Bauthier (GUIDe)*

Photo de couverture : *Le lac de Butgenbach - © Jean-Louis Carpentier, SPW*

TABLE DES MATIÈRES

1.	RÉSUMÉ	3
2.	INTRODUCTION	4
3.	UNE MATRICE DES FLUX TOURISTIQUES EN EUROPE : METHODOLOGIE	5
	3.1 CONSTRUCTION DE LA MATRICE	5
	3.2 LES DONNEES	5
	3.3 LES ZONES D'EMISSION	6
	3.4 LES ZONES DE RECEPTION	6
	3.4.1 Les marchés proches et similaires	6
	3.4.2 Les espaces maritimes	7
	3.4.3 Les espaces de montagne	8
	3.4.4 Les grandes métropoles	9
	3.4.5 Le reste de l'Europe	9
	3.5 GLOSSAIRE	10
4.	LE TOURISME EN EUROPE	11
	4.1 LES GRANDES ZONES DE RECEPTION	11
	4.2 LES PRINCIPAUX MARCHES	12
5.	LA WALLONIE DANS LE TOURISME EUROPEEN	16
	5.1 LE TOURISME DANS LA ZONE 'DESTINATIONS PROCHES'	16
	5.2 LA WALLONIE ET SON TOURISME	17
	5.3 LES DESTINATIONS DES MARCHES PRIORITAIRES	19
6.	ANNEXES	24
	6.1 DESCRIPTION DES ESPACES RETENUS, SOURCES MOBILISEES ET TRAITEMENTS STATISTIQUES:	24
	Les marchés proches	24
	L'espace de la Mer du Nord	24
	L'espace de la Baltique	24
	L'espace Atlantique	25
	Les îles atlantiques	26
	L'espace méditerranéen	26
	L'espace de la mer Noire	27
	L'espace de la haute montagne	28
	L'espace de la moyenne montagne	28
	Les grandes métropoles	29
	6.2 TAUX DE PENETRATION DES DIFFERENTES REGIONS DE LA ZONE 'DESTINATIONS PROCHES'	30

TABLE DES FIGURES

Figure 1	Les zones de réception (CPDT-ULB-GUIDE)	10
Figure 2	Répartition des nuitées totales par zones touristiques	11
Figure 3	Taux de pénétration des zones touristiques	12
Figure 4	Part du tourisme domestique	15
Figure 5	Répartition des nuitées au sein des destinations proches	16
Figure 6	Origines des nuitées dans les destinations proches	16
Figure 7	Origine des nuitées en Wallonie par marchés	17
Figure 8	Taux de pénétration des différentes régions pour les marchés domestiques	18
Figure 9	Taux de pénétration sur les marchés prioritaires wallons	19
Figure 10	Répartition des nuitées belges	19
Figure 11	Répartition des nuitées allemandes	20
Figure 12	Répartition des nuitées françaises	21
Figure 13	Répartition des nuitées néerlandaises	21
Figure 14	Répartition des nuitées italiennes	22
Figure 15	Répartition des nuitées du Royaume-Uni	22
Figure 16	Répartition des nuitées espagnoles	23
Figure 17	Répartition des nuitées polonaises	23

1. RESUME

Cette note de recherche est une exploitation du travail effectué dans le cadre de la recherche plus vaste portant sur l'impact de la modification climatique à 30 ans sur le tourisme en Wallonie. Elle se base sur une récolte de données détaillées qui a conduit à l'élaboration d'une matrice des flux touristiques européens. Il s'agira ici de déterminer, de manière quantitative, quelle est la place du tourisme wallon dans le tourisme européen, quels sont ses principaux marchés et qui sont ses principaux concurrents, proches ou plus lointains.

Sans surprise, les données montrent que le tourisme en Wallonie et chez ses concurrents proches (nord de la France, Pays-Bas, Allemagne):

- est faible par rapport à des zones comme la Méditerranée ou les zones de montagnes ;
- est principalement un tourisme domestique.

Le tourisme en Europe, quant à lui,

- est dominé par 3 marchés principaux (Allemands, Français et Britanniques) ;
- est composé en grande partie par du tourisme domestique ;
- a comme destination principale la zone méditerranéenne.

.....

SUMMARY

This fact sheet refers to a research on the relationship between climate change and tourism in Wallonia. The results are based on a matrix of European tourist flows. The purpose is to quantify the part of Walloon tourism in European tourism.

What are its main markets?
Who are its competitors?

The data prove that tourism in Wallonia and in neighbouring regions (or countries) (North of France, The Netherlands, Germany) is :

- Low in comparison to the Mediterranean region or Mountain areas ;
- Mainly domestic.

Tourism in Europe :

- Is dominated by three markets : Germany, France, UK
- Is mainly domestic
- Has the Mediterranean region as main destination

2. INTRODUCTION

Inscrite dans une recherche plus vaste portant sur l'impact de la modification climatique à 30 ans sur le tourisme en Wallonie, cette note a pour intention d'analyser la place de la Wallonie dans le tourisme européen. Elle se base sur une récolte de données détaillées qui a conduit à l'élaboration d'une matrice des flux touristiques intra-européens. Cette dernière doit permettre, dans la phase ultérieure de la recherche, d'établir des scénarii sur l'évolution des flux touristiques en Europe.

Il s'agit d'exploiter ici cette base de données fouillée et exhaustive à des fins de quantification du tourisme wallon :

- Quelle est sa place dans le tourisme européen ?
- Quels sont ses principaux marchés ?
- Qui sont ses principaux concurrents, proches ou plus lointains ?

La première partie de cette note sera consacrée à la méthodologie utilisée tout au long de la recherche. Nous expliciterons la construction de la matrice, ainsi que les données choisies, les sources exploitées et les arbitrages nécessaires. Nous terminerons par une brève notice portant sur les définitions et les indicateurs utilisés.

Viendra ensuite un chapitre consacré au tourisme en Europe : ses grandes zones de réception, ses marchés les plus importants.

Enfin, le troisième chapitre se focalisera sur la Wallonie, et sur ses concurrents. Il permettra de répondre à plusieurs questions importantes pour l'avenir et le développement du tourisme en Wallonie : Quels sont ses marchés principaux ? Quels sont ses concurrents les plus directs ?

3. UNE MATRICE DES FLUX TOURISTIQUES EN EUROPE : METHODOLOGIE

3.1 CONSTRUCTION DE LA MATRICE

Cette matrice a été construite pour à la fois positionner la Wallonie dans les flux touristiques européens et également pour estimer les flux touristiques à venir vers la Wallonie, en fonction des changements climatiques et de divers scénarii d'évolution des facteurs du tourisme (évolution du pouvoir d'achat, évolution démographique). Sa construction et les données qu'elle contient découlent de cette double problématique.

Pour en être au plus près, nous avons choisi de construire une matrice asymétrique dans laquelle les espaces d'émission de touristes sont des Etats mais où les espaces de réception sont des zones construites par nos soins, et ce pour tout le territoire européen. Le niveau de précision de ces zones se base sur le découpage statistique européen en NUTS¹. Les zones varient de l'échelle nationale à l'échelle régionale (du Nuts 0 au Nuts 2) selon la précision nécessaire.

3.2 LES DONNEES

Les données utilisées sont les nuitées commerciales totales effectuées en 2010. Cet indicateur a été préféré à tout autre car il est plus fidèle que le nombre de séjours pour quantifier l'importance du tourisme, notamment en termes économiques. Ce qui signifie que tous les modes d'hébergements touristiques (hôtels, campings, chambres d'hôtes...) sont pris en compte de même que toutes les nuitées, qu'elles soient à but de loisir ou d'affaires. Par contre les nuitées chez les amis et les parents sont exclues des statistiques, de même que les séjours dans les secondes résidences. Ces derniers, bien que représentant une part non négligeable² des nuitées, sont immesurables par les méthodes actuelles de construction des statistiques, aussi bien au niveau belge qu'au niveau européen.

Différentes sources ont du être mobilisées pour remplir cette matrice : Eurostat mais également des instituts de statistiques nationaux ou régionaux. Cette multitude de sources soulève inévitablement plusieurs questions : compatibilité des dates des données, cohérence dans les définitions des hébergements...

La concordance des dates a été respectée au mieux en choisissant les données les plus récentes. Cependant, cette matrice a pour but de modéliser les grands flux touristiques, les tendances lourdes. Par conséquent, une différence de quelques années dans les données ne compromet pas son but initial.

Les différences dans les définitions des hébergements sont par contre plus difficiles à résoudre. Le fait de prendre l'ensemble des nuitées sans la désagrégation loisir/affaire et tous types de logements permet de solutionner une partie du problème. Il serait cependant utopique de croire toutes les différences abolies mais il n'est pas possible avec les informations dispensées par les offices de tourisme de résoudre totalement le problème.

¹ Nuts 0 équivaut au niveau national, le niveau Nuts 1 est comparable aux Régions Belges et le Nuts 2 est comparable aux provinces belges.
² Néanmoins, une enquête réalisée en 2002 par le SPF Economie-SIE (INS) évalue à 34% la part des résidences secondaires comme logement principal choisi par les belges en vacances en Région wallonne (en 2001) ». *Rapport analytique sur l'état de l'environnement wallon 2006-2007.*

3.3 LES ZONES D'EMISSION

Les zones d'émission sont des Etats : il a été impossible de trouver une information fiable et généralisée à toute l'Europe à l'échelle des régions. Tous les Etats européens sont repris individuellement, à l'exception de quelques Etats³ qui se trouvent dans un groupe 'reste EU'. Les nuitées réalisées par des citoyens non européens ont été regroupées sous le terme 'reste Monde'.

3.4 LES ZONES DE RECEPTION

Il s'agit ici de définir des zones touristiques homogènes, qui sont susceptibles de subir en leur sein les mêmes effets des changements climatiques et/ou des mesures d'atténuation. Leur identification s'est faite en utilisant plusieurs critères :

- La localisation des grands bassins de réception actuels ;
- Les zones aux caractéristiques géographiques similaires, qui proposent donc une offre touristique assez similaire mais qui également sont susceptibles de subir les mêmes changements.

Il a fallu également envisager des zones qui aujourd'hui n'attirent pas un nombre important de touristes mais qui avec les changements climatiques pourraient devenir plus attractives. C'est le cas de l'espace 'mer Baltique'. Dans le même ordre d'idées, nous avons également considéré les espaces où les changements climatiques pourraient faire changer les pratiques touristiques (tourisme d'été et d'hiver, fuite de touristes...).

Les zones de réception, sont reprises sur la carte (**Figure 1**). Elles sont également détaillées en annexe où nous repreneons le nom de toutes les régions retenues ainsi que leur code NUTS et les différentes sources statistiques utilisées (ANNEXE 1).

Nous décrivons brièvement ci-dessous ces différents espaces ainsi que les arbitrages qu'a engendrés leur détermination. En effet, pour des raisons de statistiques et de cohérence dans la matrice, nous ne pouvons pas positionner une province dans deux espaces différents même si celle-ci peut effectivement être classée dans les deux. Nous avons donc dû procéder à des choix, guidés par les applications pratiques futures de la matrice.

L'avantage de ces zones de réception est que contrairement au reste de la littérature touristique, les frontières étatiques sont supprimées et elles permettent ainsi de travailler en termes de régions homogènes sur le plan de l'offre touristique.

3.4.1 Les marchés proches et similaires

Il s'agit pour cet espace de mettre en avant les concurrents directs de la Wallonie, c'est-à-dire ceux qui sont situés à proximité de la Région et qui proposent une offre touristique similaire. Ces espaces pourraient profiter des mêmes changements de comportements des visiteurs.

³ Il s'agit de l'Albanie, de la Serbie, de la Macédoine, du Monténégro, de la Bosnie-Herzégovine, de l'Ukraine, de la Belarus, de l'Arménie, de la Géorgie et de l'Ouzbékistan.

Cet espace est subdivisé en quatre zones : une française, une luxembourgeoise, une allemande et une hollandaise.

L'établissement de cette zone a demandé quelques arbitrages : Le Nord-Pas de Calais, la Picardie et les côtes anglaises peuvent être classés soit en espaces concurrents proches soit en espace de la Mer du Nord.

Ils ont été classés dans le second espace : toutes ces zones risquent de subir les mêmes effets des changements climatiques liés à leur position côtière.

3.4.2 Les espaces maritimes

Il s'agit du type d'espace le plus représenté : nous avons distingué parmi eux six groupes différents avec pour chacun des caractéristiques spécifiques.

L'espace de la mer du Nord, est le plus proche de la Wallonie. Il est également celui qui capte les mêmes marchés prioritaires⁴ : pour le sous-espace belge, en 2010, le marché belge représentait 3,5 millions de nuitées sur la côte, les Français à la mer du Nord belge représentaient près de 230 000 nuitées, les Néerlandais près de 500 000 nuitées et les Allemands près de 345 000 nuitées (Toerisme Vlaanderen). De même, les marchés les plus importants de la côte du Nord-Pas-de-Calais sont, par ordre d'importance, les Anglais, les Belges et les Allemands (INSEE 2011).

Cet espace regroupe les espaces français, belge, hollandais et allemand bordant la mer du Nord.

L'espace de la Mer Baltique, n'est pas aujourd'hui une destination fortement prisée par l'ensemble des résidents européens. C'est avant tout un tourisme national. Dans les deux provinces allemandes de Mecklenburg-Vorpommern et Schleswig-Holstein, plus de 90 pourcents des nuitées sont effectuées par des résidents allemands. De même, au Danemark, la province de Syddanmark compte 70% de ses nuitées réalisées par des Danois.

Cependant, si nous prenons en compte le possible réchauffement des températures, surtout dans les latitudes élevées de l'hémisphère nord, nous pouvons envisager un déplacement d'une partie des touristes internationaux originaires du nord-ouest de l'Europe vers cette zone de tourisme balnéaire. Cet espace se subdivise en espaces baltiques danois, allemand, polonais, estonien, letton, finnois et suédois.

L'espace Atlantique est le plus étendu en latitude. Il s'étend de la Bretagne jusqu'au sud du Portugal. Nous l'avons subdivisé en un espace Atlantique Nord bordé par le Gulf Stream (de la Bretagne à la pointe de l'Espagne) et un espace Atlantique Sud bordé par le courant des Canaries, baignant le Portugal.

Les îles de l'Atlantique, c'est-à-dire les régions autonomes des Açores et de Madère ainsi que les Canaries, constituent un espace à part entière. D'un point de vue climatique, ce sont des îles en plein océan, même si elles ne subissent pas les mêmes courants. De plus, elles sont toutes trois tributaires des vols aériens pour leur tourisme et subiront donc les mêmes effets des politiques de compensations.

4 Ces marchés sont définis plus précisément au chapitre 3.

L'espace méditerranéen englobe les pourtours européen et africain de la méditerranée. Cet espace a le plus gros poids touristique et risque également de subir plusieurs effets du réchauffement climatique : augmentation de la température, de la sécheresse, recrudescence de la malaria... Il est donc possible, si ces scénarii se confirment qu'une part des touristes choisisse d'autres destinations touristiques.

Cet espace, dans son entièreté représente 38 % des flux touristiques européens. Etant donné cela, il a été divisé en trois sous-groupes : l'espace méditerranéen Occidental qui va de l'Andalousie à la Sardaigne, l'espace méditerranéen oriental qui comprend le pourtour méditerranéen de la région des Pouilles à la Turquie, enfin, la Méditerranée méridionale comprend les pays d'Afrique du Nord (Maroc, Algérie, Tunisie, Egypte). Ces derniers, ne sont pas européens mais ils participent de manière importante au tourisme des Européens.

Dans cet espace, certains Etats seront découpés en NUTS 2, c'est le cas de l'Espagne, de la France et de l'Italie. Les autres Etats européens ou africains constituant cet espace seront eux considérés au niveau national (NUTS 0) car les données ne sont pas disponibles (ou sont sujettes à caution) à une échelle plus fine.

L'espace de la Mer Noire est beaucoup plus modeste en termes de surface et de nuitées touristiques. Nous pourrions le qualifier d'espace secondaire par rapport à la Méditerranée. Cependant, nous avons choisi de nous y intéresser car c'est un espace balnéaire qui accueille des touristes étrangers dans sa partie bulgare.

3.4.3 Les espaces de montagne

Nous avons différencié les espaces de montagne en moyenne et haute montagne. En effet, les effets d'un réchauffement climatique seront différents pour ces deux espaces. En moyenne montagne, en hiver la neige risque de se raréfier. Par contre, en été, ces espaces offrant des températures plus douces qu'en plaine, risquent de voir augmenter leur fréquentation.

Les **espaces de hautes montagnes**, semblent, eux, moins exposés aux changements climatiques⁵.

Les espaces de hautes montagnes sont constitués des massifs autrichien, italien, suisse et français. Pour cet espace également, un arbitrage a été nécessaire : la région de Provence-Alpes-Côte d'Azur pouvait être classée en espace de montagne ou en espace méditerranéen.

A la lecture des statistiques, il apparaît que les sous-régions méditerranéennes (les Alpes Maritimes et les Bouches du Rhône) représentent 44% des nuitées de la région contre 16% pour les sous-régions alpines (Comité Régional du tourisme PACA). Cette région française a donc été classée dans l'espace méditerranéen.

Les **espaces de moyenne montagne** comprennent les sous-espaces français (le Massif Central et le Jura), allemands, autrichiens et italiens.

⁵ Le Scouarnec N « Changement climatique et développement durable du tourisme », Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie, Veille touristique, <http://www.veilleinfotourisme.fr/>

3.4.4 Les grandes métropoles

Les grandes métropoles européennes sont des capteurs importants de touristes. Il est donc intéressant de s'en préoccuper. De plus, si une augmentation de la température se produit, la température estivale excessive, ainsi que la pollution atmosphérique associée, y provoqueront peut-être une baisse de fréquentation. Nous avons décidé de considérer les grandes métropoles touristiques : Londres, Berlin, Paris, Prague, Madrid et Vienne.

Pour deux autres métropoles, un arbitrage a dû être effectué : il s'agit de Barcelone et de Munich. Toutes deux sont déjà comprises dans d'autres espaces, méditerranéen pour Barcelone et de moyenne montagne pour Munich. Selon les statistiques de la Catalogne, la ville de Barcelone représente 35% des nuitées de la Région alors que la côte en représente 57%. La Catalogne est donc classée dans l'espace méditerranéen.

De même, pour la région de la Bavière, la ville de Munich représente 15% des nuitées totales alors que les zones de moyenne montagne en totalisent 52%. La Bavière est donc incluse dans la zone de moyenne montagne.

3.4.5 Le reste de l'Europe

Le reste de l'Europe a été divisé en trois sous groupes : les autres destinations Ouest, Nord et Est.

Les **autres destinations européennes occidentales** regroupent les régions belges, allemandes, françaises, néerlandaises et espagnoles non reprises dans un autre groupe.

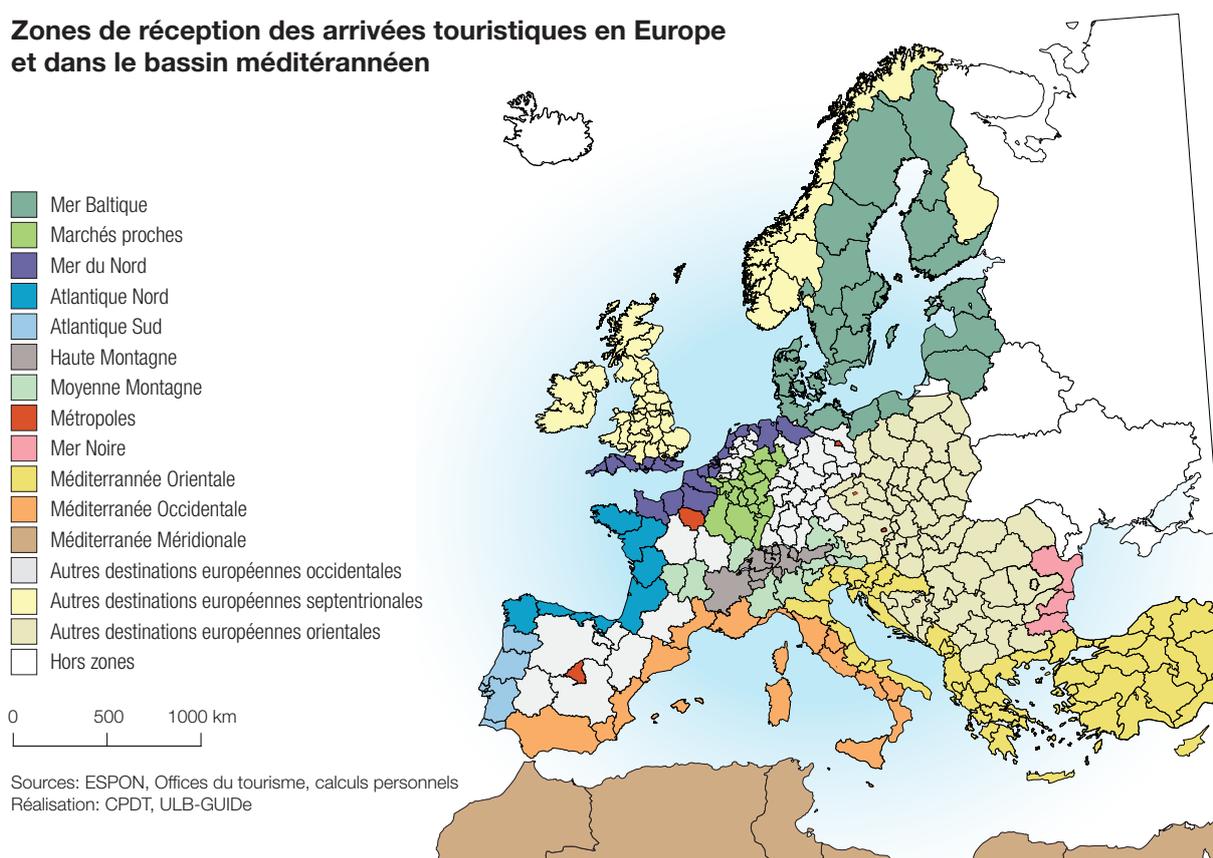
Les **autres destinations européennes septentrionales** reprennent les régions britanniques et finlandaises non reprises dans une autre zone ainsi que l'Irlande et la Norvège.

Les **autres destinations européennes orientales** représentent les régions autrichiennes, polonaises, tchèques et bulgares non répertoriées ailleurs ainsi que la Slovaquie, la Roumanie, la Serbie et la Macédoine.

Cette matrice est donc un tableau Excel à double entrée comprenant en lignes les Etats émetteurs et en colonnes les zones réceptrices. Chaque case est remplie par un nombre de nuitées effectuées par des touristes de l'Etat dans la zone de réception. Le nombre de nuitées représente l'ensemble des nuitées réalisées dans tous les modes d'hébergement pour les zones reprises dans ce tableau.

Figure 1 : Les zones de réception (CPDT-ULB-GUIDe)

Zones de réception des arrivées touristiques en Europe et dans le bassin méditerranéen



3.5 GLOSSAIRE

Dans la suite de cette note, les termes de ‘zone’ et de ‘région’ seront très fréquemment utilisés.

Le terme ‘**zone**’ fait référence aux zones touristiques construites et décrites ci-dessus. Par contre, le terme ‘**région**’ correspond à une unité territoriale définie par un code NUTS 1 ou 2, par exemple la Wallonie est une région dans la zone ‘destinations proches’.

Plusieurs indicateurs vont être utilisés par la suite dont le ‘**taux de pénétration**’. Celui-ci est calculé en divisant les nuitées d’origine α dans une région β sur l’ensemble des nuitées d’origine α . Ceci permet de comparer différentes régions entre elles.

Enfin, le terme **tourisme domestique** sera également très souvent employé. Il représente dans cette note les nuitées effectuées dans une région, d’un Etat déterminé, par les touristes provenant de cet Etat. En pratique, les nuitées domestiques de la zone ‘destinations proches’ représentent les nuitées belges en Wallonie et au Limbourg plus les nuitées néerlandaises dans la province du Limbourg, plus les nuitées allemandes dans les trois provinces allemandes, plus les nuitées françaises dans les trois régions françaises et les nuitées des Luxembourgeois au Grand Duché du Luxembourg.

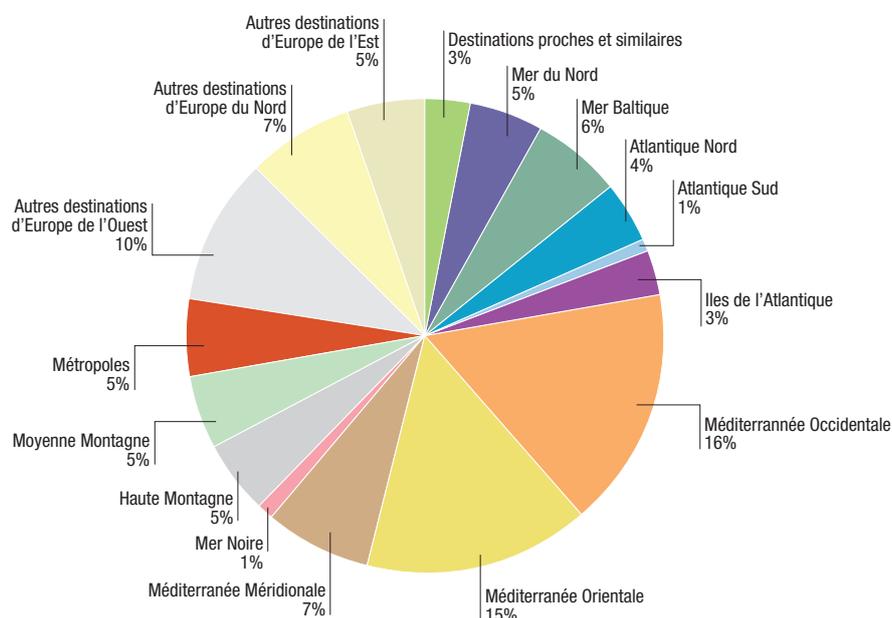
4. LE TOURISME EN EUROPE

Cette matrice des flux touristiques représente plus de 2.8 milliards de nuitées effectuées en Europe et dans certains pays d'Afrique du Nord, par des visiteurs issus du monde entier. Nous précisons une dernière fois que ces nuitées ont été effectuées dans l'ensemble des hébergements touristiques aussi bien pour des raisons de loisirs que d'affaires.

4.1 LES GRANDES ZONES DE RECEPTION

En dépit de la diversification contemporaine des pratiques touristiques et des flux associés, le tropisme littoral du tourisme européen reste très marqué (**Figure 2**) : en 2010, près de 60% des nuitées touristiques ont été réalisées dans des zones littorales. Parmi ces dernières, les littoraux de la mer Méditerranée se détachent nettement : les trois zones concernées réalisent à elles seules 38 % des nuitées. Ces chiffres confirment que le bassin méditerranéen reste donc un des lieux majeurs du tourisme européen - et mondial -, avec la concentration d'une grande partie des flux comme des infrastructures. Ils montrent par la même occasion que le modèle des 4S ("sun, sea, sand and sex"), associé à la fréquentation estivale d'un littoral de mer "chaude" reste prépondérant.

Figure 2 : Répartition des nuitées totales par zones touristiques



Les résultats mettent également en évidence la bonne tenue du tourisme montagnard : à elles seules les zones de haute et moyenne montagne reçoivent un peu plus de 10% de l'ensemble des nuitées, soit davantage que l'ensemble de la Méditerranée méridionale qui regroupe pourtant trois destinations phares du tourisme international (Maroc, Tunisie et Egypte), pas encore affectées en 2010 par les effets du "printemps arabe". Les destinations montagnardes européennes, en dépit des difficultés qu'elles rencontrent, drainent encore un nombreux public par la combinaison d'une fréquentation hivernale, liée aux sports d'hiver, et d'une fréquentation estivale, liée aux activités de plein air (randonnée, mountain-bike...) mais aussi à la découverte de l'environnement naturel.

Les grandes métropoles tirent également leur épingle du jeu. Bien que nous n'ayons pris en compte que six métropoles (Berlin, Londres, Madrid, Paris, Prague, et Vienne), celles-ci reçoivent environ 5% des nuitées, soit autant que la Mer du Nord et presque autant que la Mer Baltique. Une situation qui résulte pour partie de l'affirmation récente du marché des courts séjours urbains, mais qui doit beaucoup aussi à l'importance des nuitées pour motifs professionnels, prises en compte dans les nuitées totales.

Une dernière constatation s'impose. Dans le concert du tourisme européen, les destinations proches et similaires à la Wallonie se taillent une part modeste du gâteau, puisqu'elles accueillent à peine 3% de l'ensemble des nuitées.

4.2 LES PRINCIPAUX MARCHES

Au-delà du nombre total de nuitées, se pose la question de l'origine de ces nuitées. Trois marchés se détachent très clairement. Le marché allemand, tout d'abord, qui est responsable de 20% des nuitées effectuées, le marché français, ensuite qui produit près de 12% des nuitées et enfin le Royaume-Uni qui est responsable de 11% des nuitées. Les autres marchés européens se situent en-dessous des trois pourcents. La comparaison avec les volumes de la population de chaque Etat, autrement dit avec le marché potentiel, révèle d'intéressants contrastes. En se limitant aux Etats de l'Union européenne, il ressort que les Pays-Bas, l'Autriche, l'Allemagne et le Danemark se détachent par une capacité d'émission touristique élevée : la part de leurs ressortissants parmi les nuitées est au minimum 1,5 fois plus élevée que la part de leurs ressortissants parmi la population. A l'opposé, les pays Baltes, la Bulgarie, la Grèce, la Hongrie, la Pologne et la Roumanie se caractérisent par une faible capacité d'émission, avec une part de leurs ressortissants dans les nuitées qui est inférieure de moitié à la part de leurs ressortissants dans la population.

L'analyse des taux de pénétration pour chacune des zones permet de montrer des différences importantes par rapport aux marchés cibles de chacune d'entre elles (**Figure 3**). Pour rappel, ce taux est un rapport entre le nombre de nuitées effectuées par les habitants d'un pays A dans une zone B et le total des nuitées effectuées par les habitants d'un pays A.

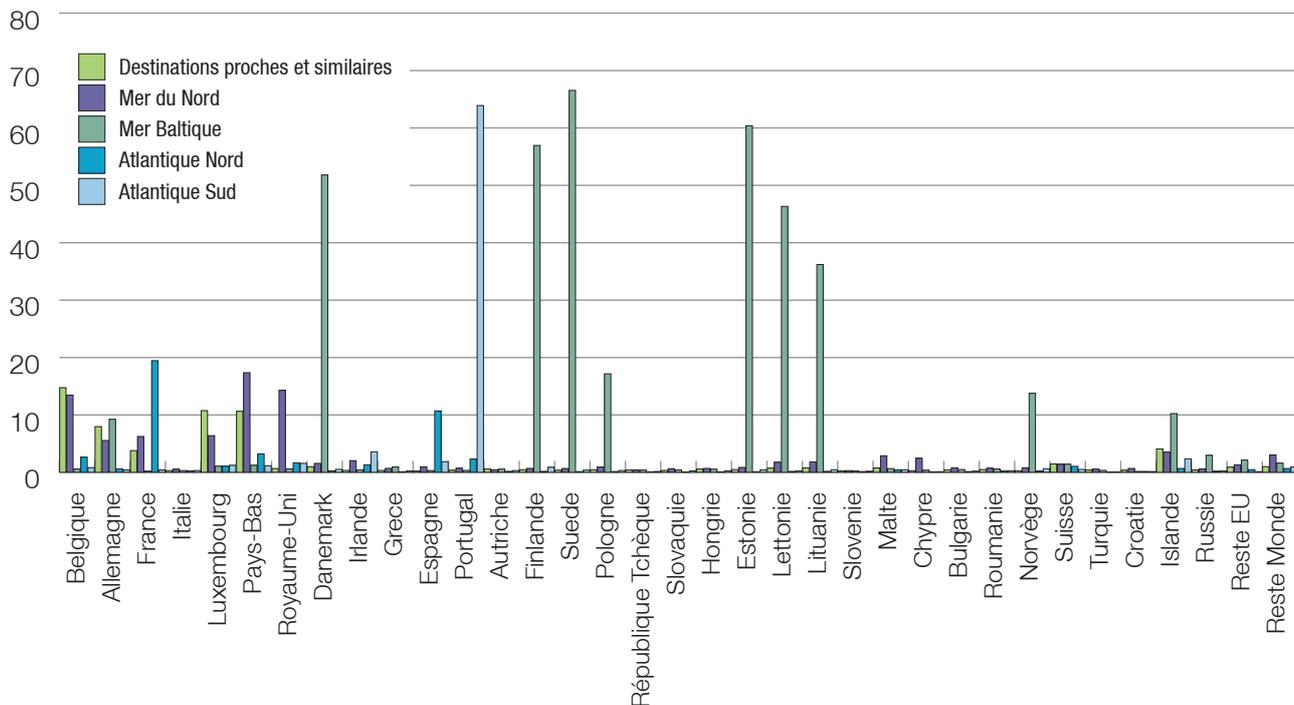
La principale constatation est que pour chacune de ces zones, un ou plusieurs marchés se détachent très nettement avec des taux de pénétration importants. A chaque fois, il s'agit de marchés domestiques de la zone : par exemple, la mer Baltique enregistre des taux importants pour les marchés danois, finlandais, suédois ou encore estonien (**graphe I**). La zone de méditerranée Occidentale enregistre des taux allant jusqu'à 80% et plus sur les marchés grecs, slovènes et turcs (**graphe II**). Le tourisme domestique est donc une composante importante du tourisme européen.

Figure 3 : Taux de pénétration des zones touristiques

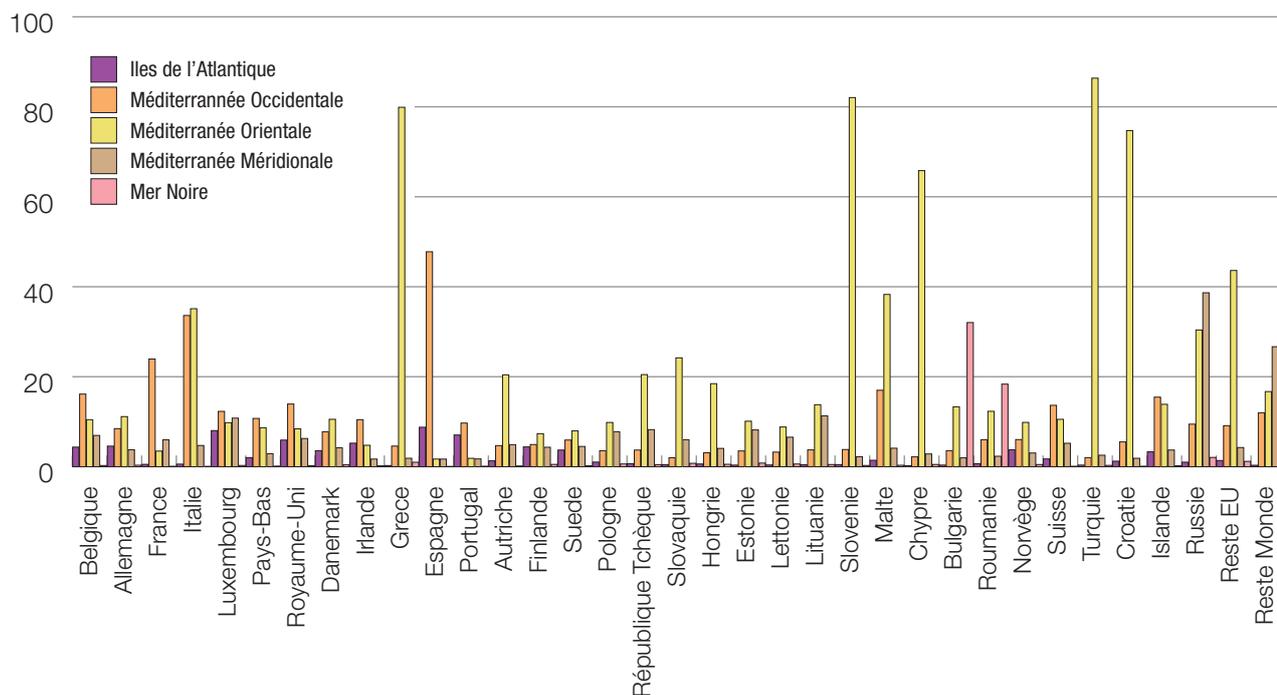
Pour plus de lisibilité les données ont été réparties sur trois graphes (I, II, III) :

ZONES		
GRAPHE I	GRAPHE II	GRAPHE III
Destinations proches	Iles de l'Atlantique	Haute Montagne
Mer du Nord	Méditerranée Occidentale	Moyenne Montagne
Mer Baltique	Méditerranée Orientale	Métropoles
Atlantique Nord	Méditerranée Méridionale	Autres destinations Ouest
Atlantique Sud	Mer Noire	Autres destinations Nord
		Autres destinations Est

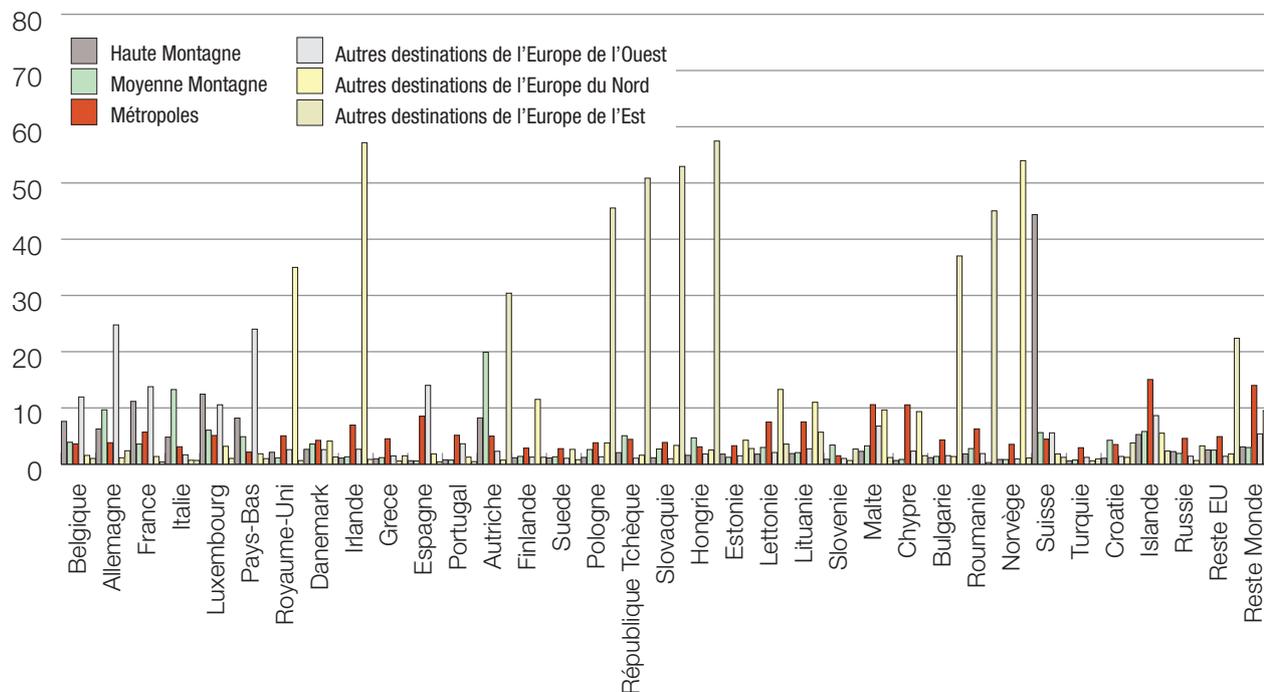
Zones touristiques - Taux de pénétration (I)



Zones touristiques - Taux de pénétration (II)



Zones touristiques - Taux de pénétration (III)



Pour l'ensemble des flux représentés dans cette matrice, 51% émanent des marchés domestiques. A l'échelle des différentes zones, des contrastes importants se marquent pourtant (Figure 4). En effet, d'une part la zone de l'Atlantique Nord recueille 80% de nuitées touristiques domestiques alors que, d'autre part, la Méditerranée Méridionale enregistre 8,2%. Les destinations plus méridionales, dans leur ensemble, enregistrent une part inférieure à la moyenne de tourisme domestique.

Plusieurs facteurs explicatifs peuvent être énoncés :

- L'attrait du couple bord de mer/chaleur ;
- Le niveau de vie de ces destinations méridionales par rapport au coût de la vie dans les zones septentrionales¹, qui les rend plus attrayantes pour les touristes étrangers.

¹ A titre d'exemple, en 2011, le produit intérieur brut (exprimé en standard de pouvoir d'achat, l'EU-27 = 100) était de 125 pour le Danemark, 186 pour la Norvège, 127 pour la Suède contre 98 pour l'Espagne, 77 pour le Portugal, 61 pour la Croatie et 52 pour la Turquie (Eurostat).

	% Tourisme domestique
Destinations proches	71.9 %
Mer du Nord	71 %
Mer Baltique	77,4%
Atlantique Nord	79,5%
Atlantique Sud	46,7%
Iles de l'Atlantique	20,9%
Méditerranée Occidentale	50,5%
Méditerranée Orientale	32,9%
Méditerranée Méridionale	8,2%
Mer Noire	40,5%
Haute montagne	43,1%
Moyenne montagne	50,2%
Métropoles	32,5%
Autres destinations Ouest	78,1%
Autres destinations Nord	66,3%
Autres destinations Est	61,7%
TOTAL	51,3%

Figure 4 : Part du tourisme domestique

En résumé, le tourisme en Europe est dominé par l'espace Méditerranéen qui regroupe à lui seul près de 40 % du tourisme européen. Cependant, sur le reste du territoire, les nuitées sont réparties de façon plus ou moins homogène.

La seconde caractéristique de ce tourisme est l'importance de trois grands marchés émetteurs : l'Allemagne, la France et le Royaume-Uni qui sont responsables de plus de 40% des nuitées.

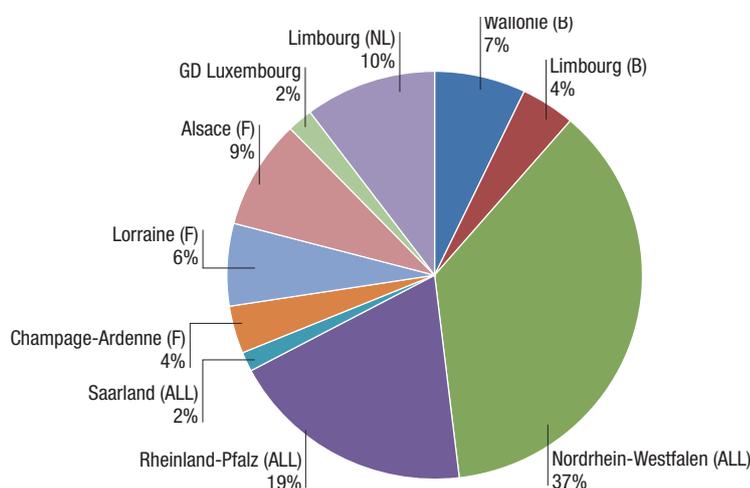
Enfin, le tourisme domestique représente plus de 50% des nuitées sur l'ensemble du territoire étudié, avec toutefois de grandes disparités entre les zones septentrionales et méridionales.

5. LA WALLONIE DANS LE TOURISME EUROPEEN

5.1 LE TOURISME DANS LA ZONE 'DESTINATIONS PROCHES'

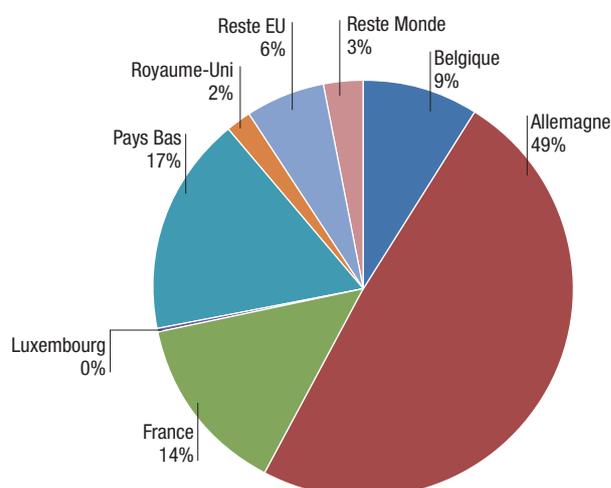
La zone 'destinations proches' représente plus de 92 millions de nuitées (3,2% des nuitées totales). Ces nuitées ne sont pas réparties de manière homogène sur le territoire, que du contraire : la région du Nordrhein-Westfalen accueille à elle seule près de 37% de ces nuitées. Viennent ensuite le Rheinland-Pfalz (19,1%), le Limbourg (NL, 10,2%), l'Alsace (8,7%) et en cinquième position la Wallonie avec 7,1% des nuitées réalisées. (Figure 5)

Figure 5 : Répartition des nuitées au sein des destinations proches



Les nuitées effectuées dans cette zone proviennent pour près de 50% d'Allemagne. Le second marché est constitué par les Pays-Bas (17% des nuitées). Viennent ensuite la France et la Belgique (Figure 6). Au total, les nuitées domestiques représentent 72% de l'ensemble des nuitées effectuées.

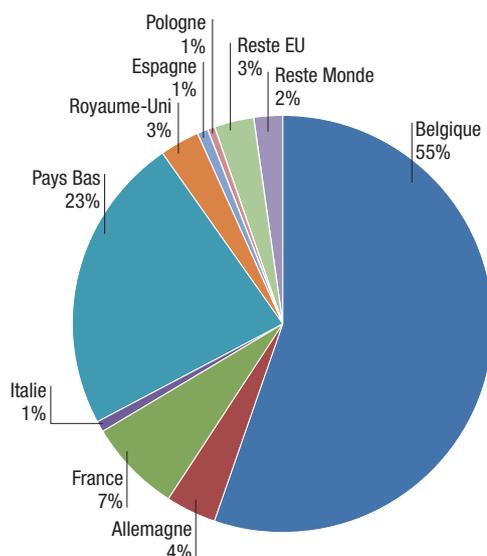
Figure 6 : Origines des nuitées dans les destinations proches



5.2 LA WALLONIE ET SON TOURISME

En Wallonie, plus de la moitié des nuitées enregistrées sont d'origine belge. Viennent ensuite les Néerlandais qui totalisent 23% des nuitées. Au total, les marchés prioritaires représentent 95% des nuitées passées en Belgique (**Figure 7**).

Figure 7 : Origine des nuitées en Wallonie par marchés



La **Figure 8** représente le taux de pénétration de chacune des régions sur les marchés domestiques. Ce taux de pénétration a été ici calculé sur le nombre de nuitées effectuées par chaque marché dans la zone destination proche (par exemple : le nombre de nuitées belges en Wallonie divisé par le total des nuitées belges dans la zone 'destinations proches'). Cela permet de comparer la Wallonie avec ses concurrents directs. L'axe des abscisses représente les marchés domestiques de la zone 'destinations proches' et les taux de pénétration sont repris en ordonnée.

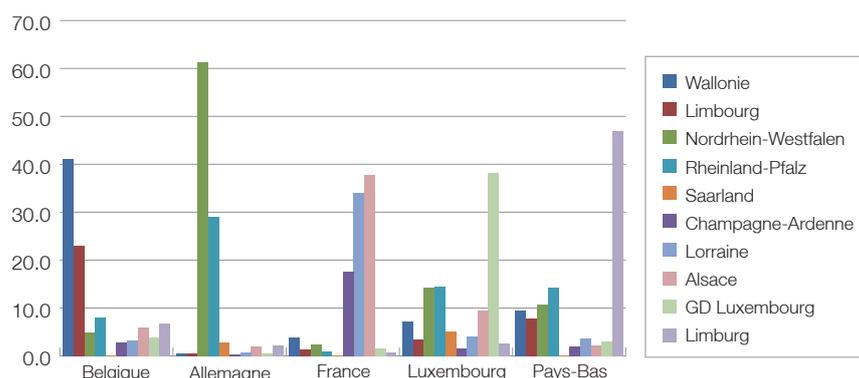
La Wallonie enregistre un taux de pénétration de plus de 40% sur le marché belge. Ce qui signifie que plus de 40% des nuitées belges effectuées dans la zone 'destinations proches' sont localisées en Wallonie. Par contre, sur les autres marchés, le taux est beaucoup plus faible : 0,6 pour le marché allemand, 3,9 pour le français, 9,4 pour les Pays-Bas et 7,1 pour le Grand Duché du Luxembourg.

De même deux régions allemandes, le Nordrhein-Westfalen et dans une moindre mesure le Rheinland-Palz, obtiennent des taux de pénétration très importants sur le marché allemand (respectivement 61,4% et 29%) et des taux beaucoup plus faibles dans les autres régions de la zone. Les mêmes constatations peuvent être faites pour les autres régions : la Lorraine et l'Alsace enregistrent respectivement des taux de 34% et 37,8% sur le marché français, de même que le Limburg montre un taux de 46,9% sur le marché néerlandais¹.

¹ L'entièreté des taux de pénétration pour cette zone se trouvent en annexe (annexe 2).

Ce graphe le montre très bien, les nuitées touristiques dans cette zone sont avant tout des nuitées domestiques et cela quelle que soit la région considérée.

Figure 8 : Taux de pénétration des différentes régions pour les marchés domestiques²



Wallonie-Bruxelles Tourisme, a défini plusieurs marchés prioritaires pour son tourisme. Il s'agit :

- en Allemagne de la Rhénanie : du Nord-Westphalie, de la Rhénanie-Palatinat et de la Sarre ;
- en France : du Nord-Pas-de-Calais, de la Champagne Ardenne, de l'Alsace, de la Lorraine et de l'Ile de France ;
- Aux Pays-Bas : de la 'Randstad', du Limbourg et du Noord-Brabant ;
- Du Royaume Uni : de l'Espagne, de l'Italie et de la Pologne.

La **Figure 9** présente les taux de pénétration sur ces quatre derniers Etats³ ce qui permet de mesurer la concurrence entre régions. Un tableau présentant les taux de pénétration pour tous les Etats européens se trouve en annexe (annexe 2).

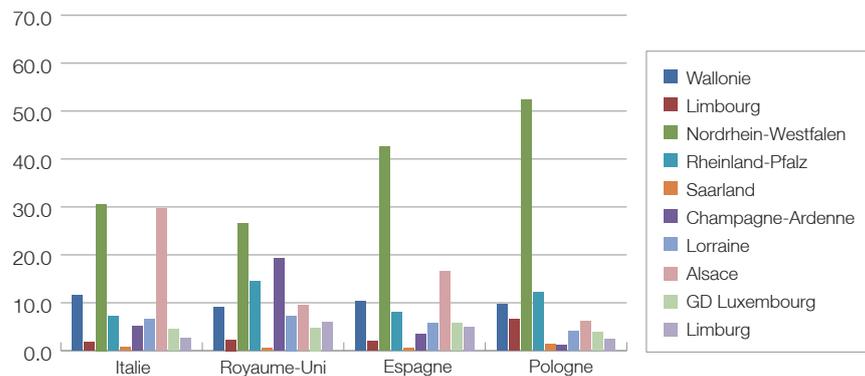
Pour chacun de ces quatre Etats, la Wallonie présente un taux de pénétration de plus ou moins 10% (11,6% pour l'Italie, 9,1% pour le Royaume-Uni, 10,4% pour l'Espagne, 9,6% pour la Pologne). Cependant, elle se place toujours en-dessous des taux de pénétration réalisés par la région du Nord-Westphalie.

La région du Nord-Westphalie, par contre, obtient les taux de pénétration les plus importants pour chacun de ces quatre marchés : 30,6% sur le marché italien, 26,6% sur le marché du Royaume –Uni, 42,6% pour l'Espagne et 52,4% pour la Pologne. Les autres régions se détachent pour certains marchés : la Champagne Ardenne affiche un taux de pénétration de 19,3% pour le Royaume-Uni et l'Alsace des taux de 29,7% et 16,6% respectivement sur les marchés italien et espagnol.

² Le taux de pénétration a été calculé sur le nombre de nuitées total effectué dans la zone destination proche (et pas sur les nuitées totales de ces marchés).

³ Taux de pénétration toujours calculé sur l'ensemble des nuitées effectuées dans la zone destination proche.

Figure 9 : Taux de pénétration sur les marchés prioritaires wallons

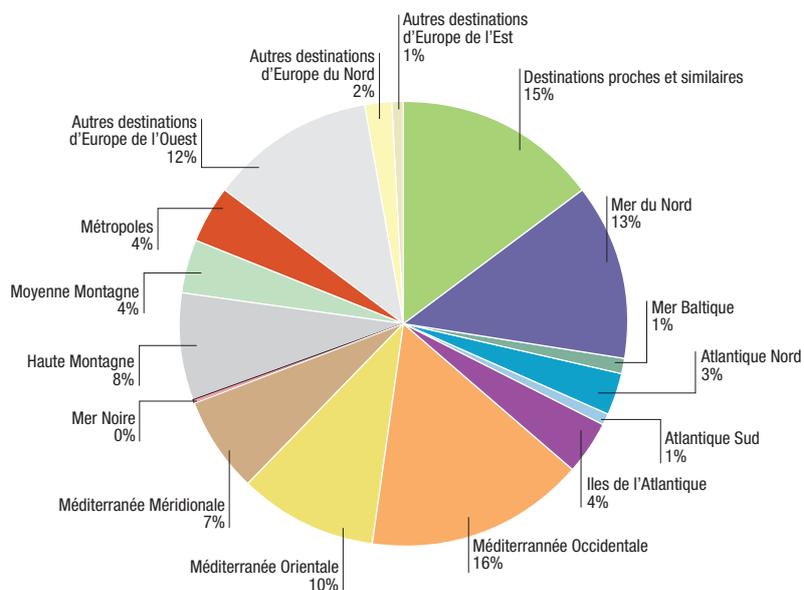


Par rapport à ses concurrents directs de la zone 'destinations proches', la Wallonie capte une part très importante du marché belge. Par contre pour les marchés français, allemand et néerlandais elle subit d'une part la concurrence nationale et d'autre part la concurrence de la région du Nordrhein Westfalen. Cette région est également le principal concurrent de la Wallonie pour les quatre autres marchés prioritaires.

5.3 LES DESTINATIONS DES MARCHÉS PRIORITAIRES

Le dernier point abordé dans cette note de recherche portera sur les concurrents plus lointains de la Wallonie : il s'agit d'analyser dans quelles autres zones les différents marchés cibles de la Wallonie effectuent des nuitées touristiques. Attention cependant à l'analyse des résultats : les statistiques récoltées ici ne comprennent que les nuitées effectuées dans les zones définies et non pas l'ensemble des nuitées effectuées par un marché dans le monde.

Figure 10 : Répartition des nuitées Belges

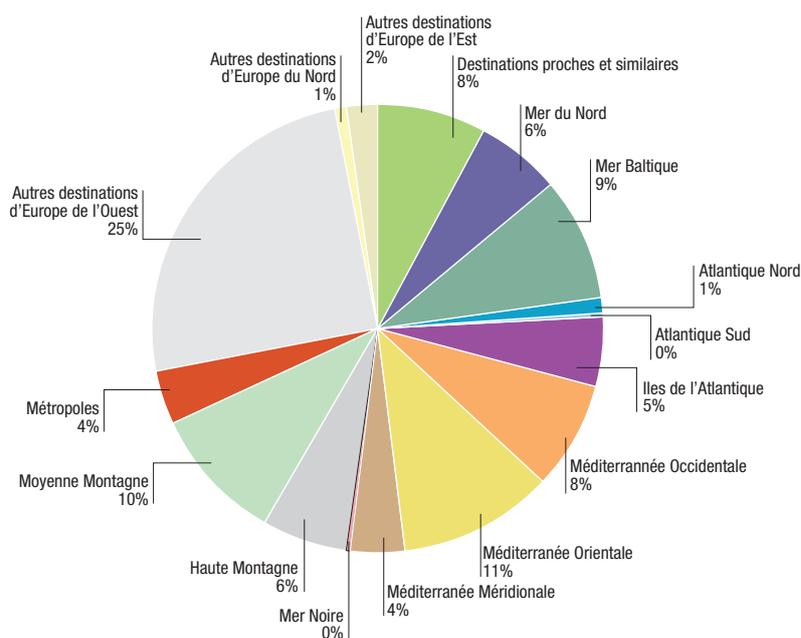


La Méditerranée dans son ensemble est la première destination des Belges : 16% des nuitées effectués par des Belges le sont en Méditerranée Occidentale, 10% en Méditerranée Orientale et 7% dans la partie méridionale. Viennent ensuite les destinations proches avec 15% des nuitées effectuées, l'espace Mer du Nord avec 13% et les autres destinations ouest avec 12% (Figure 10).

La première destination des Allemands est la zone 'autres destinations ouest' qui enregistre 25% des nuitées allemandes. Il s'agit ici avant tout d'un tourisme domestique puisque les nuitées allemandes passées dans les régions allemandes (de cette zone) représentent 96% des nuitées effectuées dans cette zone.

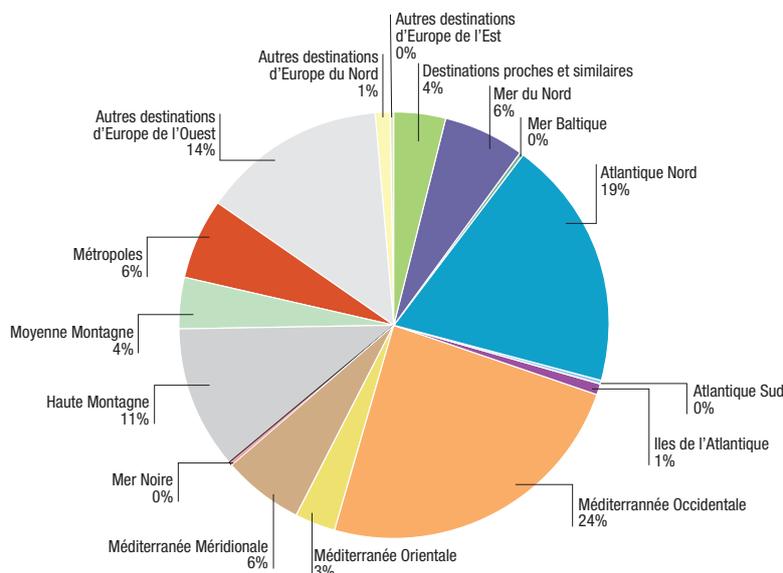
Vient ensuite l'espace méditerranéen dans son ensemble qui regroupe 23% des nuitées. Il est singulier de noter que l'espace de la Méditerranée occidentale recueille le même pourcentage de nuitées que la zones 'destinations proches'. Deux autres destinations se détachent : la moyenne montagne et la mer Baltique. (Figure 11). Dans cette dernière zone, il s'agit également d'un tourisme domestique : 84% des nuitées allemandes réalisées dans cette zone l'ont été dans les régions allemandes.

Figure 11 : Répartition des nuitées Allemandes



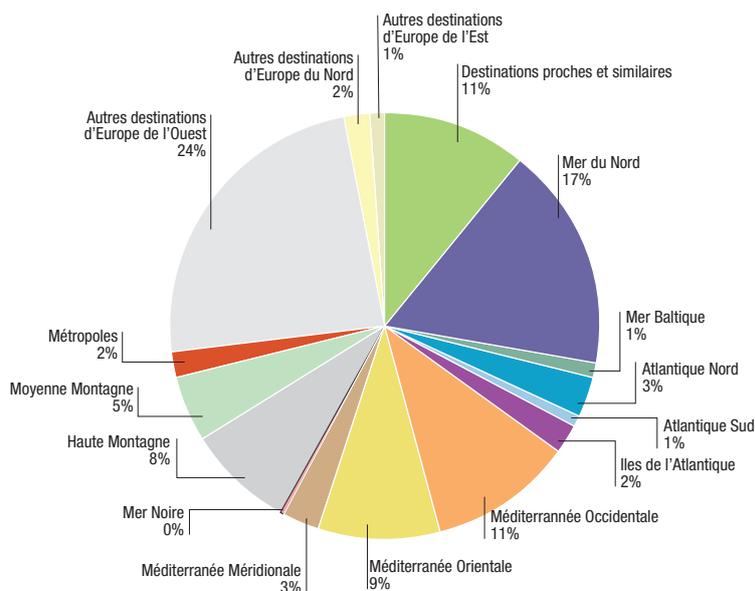
La répartition des nuitées françaises est également fortement marquée par le tourisme domestique. En effet, les premières destinations sont la Méditerranée Occidentale, l'Atlantique Nord, les autres destinations Ouest et la Haute Montagne avec respectivement, 79%, 99%, 93% et 91% des nuitées françaises passées dans les régions françaises de ces zones.

Figure 12 : Répartition des nuitées Françaises



La première destination des Néerlandais est la zone des autres destinations Ouest (dans laquelle 79% des nuitées néerlandaises sont domestiques). Viennent ensuite la mer du Nord (86% de nuitées domestiques) puis les destinations proches et la méditerranée Occidentale avec chacune 11% des nuitées effectuées par des Néerlandais.

Figure 13 : Répartition des nuitées Néerlandaises



La logique qui prédomine pour ces marchés, est donc bien d'abord une concurrence des marchés domestiques de chacun de ces Etats et en seconde position, seulement, une concurrence de l'espace méditerranéen.

Les constats sont identiques pour les quatre autres marchés prioritaires (Figure 14 à Figure 17).

Figure 14 : Répartition des nuitées Italiennes

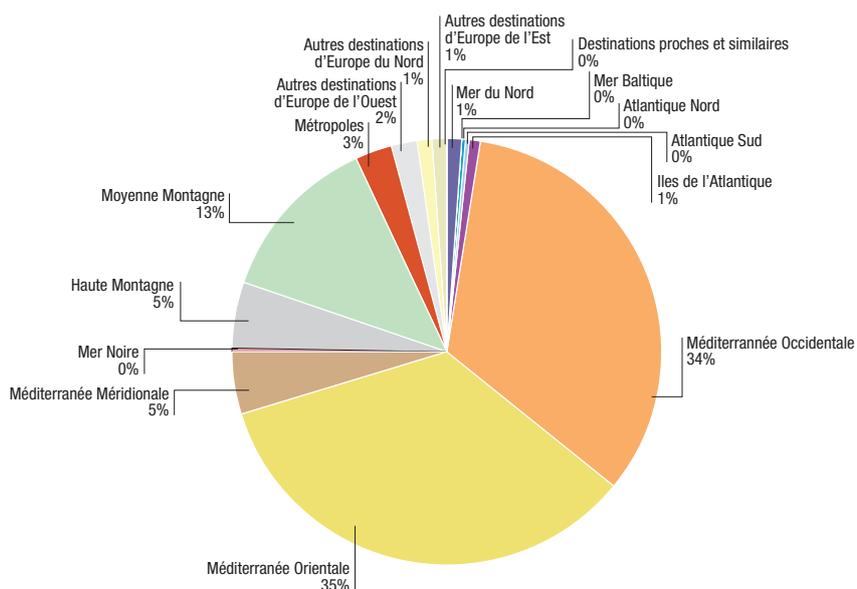


Figure 15 : Répartition des nuitées du Royaume-Uni

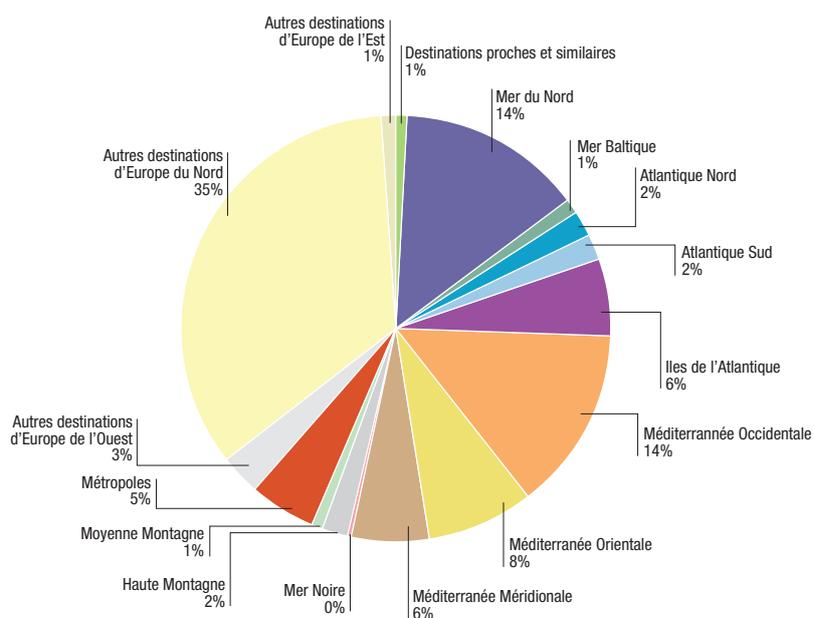


Figure 16 : Répartition des nuitées Espagnoles

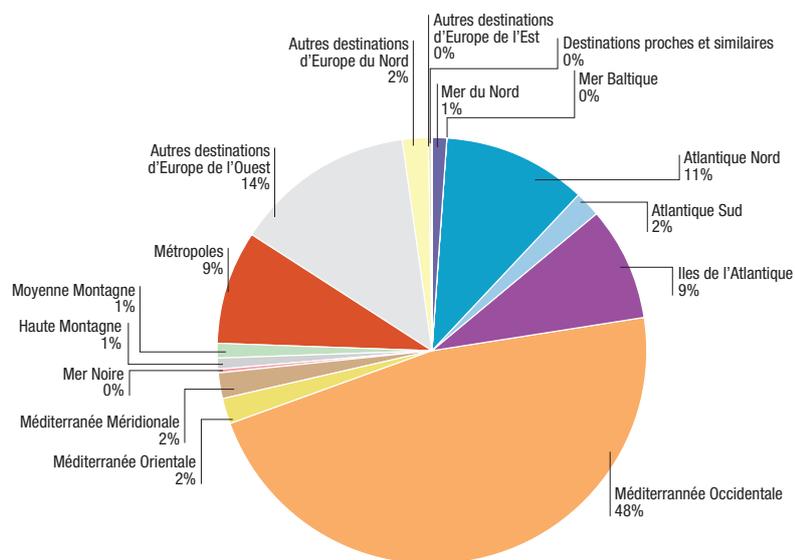
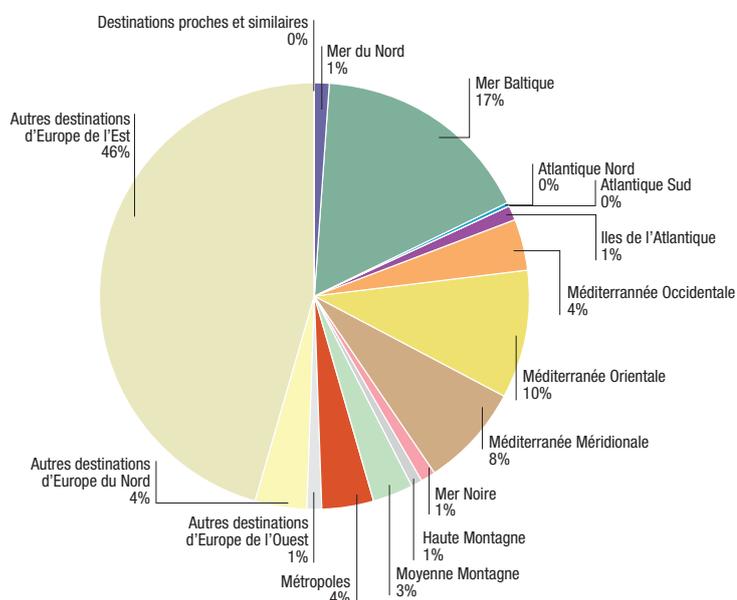


Figure 17 : Répartition des nuitées Polonaises



Le tourisme en Wallonie est d'abord et avant tout un tourisme domestique et issu des régions limitrophes. Ses principaux concurrents sont :

- Principalement le tourisme domestique;
- Parmi les plus proches, la région du Nordrhein-Westfalen ;
- Parmi les plus lointains, l'espace Méditerranéen dans son ensemble.

6. ANNEXES

6.1 DESCRIPTION DES ESPACES RETENUS, SOURCES MOBILISEES ET TRAITEMENTS STATISTIQUES

Chaque espace est défini par les unités territoriales (régions/provinces) qui le composent. Les caractères entre parenthèse correspondent aux codes NUTS européens.

Dans un souci de comparaison, pour chaque unité territoriale, **la somme des nuitées totales est tirée d'une source unique : la base de données touristique d'Eurostat**, plus particulièrement le tableau "Nuitées dans des établissements d'hébergement touristique par région NUTS 2 - données annuelles". Dans le cas contraire, la source utilisée est explicitement mentionnée ci-dessous. **La structure des nuitées par origine a été établie sans tenir compte des origines inconnues, sur base des données nationales.**

Les marchés proches

- Le sous-espace allemand : Dusseldorf (DEA1), Köln (DEA2), Muster (DEA3), Detmold (DEA4), Arnsberg (DEA5), Koblenz (DEB1), Trier (DEB2), Rhein-hessen-Pfalz (DEB3), Saarland (DEC0)
 - Source des données : (2011), *Tourismus in Zahlen 2010*, Wiesbaden, Statistisches Bundesamt, 146 p.
- Le sous-espace français : Champagne-Ardenne (FR21), Lorraine (FR41), Alsace (FR42)
 - Source des données : (2011), *Tableaux statistiques du tourisme : Tableau C17 : Nuitées par pays de résidence, selon la région en 2010*, Paris, Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (Données tirées des enquêtes de fréquentation dans l'hôtellerie, l'hôtellerie de plein air et dans les autres hébergements collectifs touristiques)
- Le sous-espace luxembourgeois : Grand Duché du Luxembourg (LU)
 - Source des données : (2011) *Nuitées par région touristique et selon le pays de résidence des hôtes (Toutes catégories d'hébergement) 1980 – 2010* (Tableau D5302), Luxembourg, Statec
- Le sous-espace hollandais : Limburg (NL42)
 - Source des données : (2012), *Statline : Vrije tijd en cultuur - Gasten logiesac-commodaties; woonland per regio*, Den Haag, Centraal Bureau voor de Statistiek (<http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=70024ned&LA=NL>)

L'espace de la Mer du Nord

- Le sous-espace belge : Flandre occidentale (BE23), Flandre orientale (BE25)
 - Source des données : (2012), *Tourisme et hôtellerie - Arrivées et nuitées*, Bruxelles, SPF Economie, PME, Classes moyennes et Energie
- Le sous-espace allemand : Luneburg (DE93), Weser-Ems (DE94)
 - Source des données : (2011), *Tourismus in Zahlen 2010*, Wiesbaden, Statistisches Bundesamt, 146 p.
- Le sous-espace français : Picardie (FR22), Haute-Normandie (FR23), Basse-Normandie (FR25), Nord-Pas de Calais (FR30)
 - Source des données : (2011), *Tableaux statistiques du tourisme : Tableau C17 : Nuitées par pays de résidence, selon la région en 2010*, Paris, Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (Données tirées

des enquêtes de fréquentation dans l'hôtellerie, l'hôtellerie de plein air et dans les autres hébergements collectifs touristiques)

- Le sous-espace néerlandais : Groningen (NL11), Friesland (NL12), Noord-Holland (NL32), Zuid-Holland (NL33), Zeeland (NL34)
 - Source des données : (2012), Statline : Vrije tijd en cultuur - Gasten logiesac-commodaties; woonland per regio, Den Haag, Centraal Bureau voor de Statistiek (<http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=70024ned&LA=NL>)
- Le sous-espace britannique : Surrey, East and West Sussex (UKJ2), Hamp-shire and isle of Wight (UKJ3), Kent (UKJ4), Dorset and Somerset (UKK2), Cornwall and Isles of Scilly (UKK3), Devon (UKK4)
 - Source des données : (2012), International Passenger Survey, Regional Trend Data, London, Office for National Statistics (<http://www.ons.gov.uk:80/ons/rel/tourism/sub-national-tourism/sub-regional-value-of-tourism/rft-nuts2-demand.xls>)

L'espace de la Baltique

- Le sous-espace danois : Danemark (DK) :
 - Source des données : (2012), Nuitées de résidents dans des établissements d'hébergement touristiques - ventilation géographique - données annuelles, Luxembourg, Eurostat (http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=tour_occ_ninraw&lang=fr)
- Le sous-espace allemand : Land de Mecklenburg-Vorpommern (DE80), Land de Schleswig-Holstein (DEF0)
 - Source des données : (2011), Tourismus in Zahlen 2010, Wiesbaden, Statistisches Bundesamt, 146 p.
- Le sous-espace estonien : Estonie (EE)
 - Source des données : (2012), Nuitées de non-résidents dans des établissements d'hébergement touristiques - ventilation géographique - données annuelles, Luxembourg, Eurostat (http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=tour_occ_ninraw&lang=fr)
- Le sous-espace letton : Lettonie (LV)
 - Source des données : (2012), Nuitées de non-résidents dans des établissements d'hébergement touristiques - ventilation géographique - données annuelles, Luxembourg, Eurostat (http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=tour_occ_ninraw&lang=fr)
- Le sous-espace lituanien : Lituanie (LT)
 - Source des données : (2012), Nuitées de non-résidents dans des établissements d'hébergement touristiques - ventilation géographique - données annuelles, Luxembourg, Eurostat (http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=tour_occ_ninraw&lang=fr)
- Le sous-espace polonais : Zachodniopomorskie (PL42), Pomorskie (PL63)
 - Source de données : (2012), Local Data Bank - Foreign tourists in collective tourist accommodation establishments by country, Warszawa, Główny Urząd Statystyczny (http://www.stat.gov.pl/bdlen/app/slow_katgrupg_grup_opis?p_grup_id=240)
- Le sous-espace finnois : Etela-Suomi (FI18), Lansu-Suomi (FI19), Pohjois-Suomi (FI1A)
 - Source des données : (2012), Official Statistics of Finland (OSF): Accommodation statistics, Helsinki, Statistics Finland (http://www.stat.fi/til/matk/meta_en.html)

- Le sous-espace suédois : Suède (SE)
 - Source des données : (2012), Nuitées de non-résidents dans des établissements d'hébergement touristiques - ventilation géographique - données annuelles, Luxembourg, Eurostat (http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=tour_occ_ninraw&lang=fr)
- Le sous-espace norvégien : Osla og Akershus (NO01), Sor-Ostlandet (NO03), Agder og Rogaland (NO04), Vestlandet (NO05)
 - Source des données : (2012), Statbank, 08401: Accommodation establishments total. Guest nights, by nationality of the guests, Oslo, Statistisk sentralbyrå (<http://statbank.ssb.no/statistikbanken/selectvarval/Define.asp?MainTable=SumOvernMnd&SubjectCode=10&ProductId=10.11&nvl=True&mt=0&pm=y&PLanguage=1&nyTmpVar=true>)

L'espace Atlantique

Nord

- Le sous-espace espagnol : Galicia (ES11), Principado de Asturias (ES12), Cantabria (ES13), Pais Vasco (ES21)
 - Source des données : (2011), Pernoctaciones de los viajeros por comunidades y ciudades autónomas y país de residencia - Encuesta de ocupación hotelera 2010, Madrid, Instituto Nacional de Estadística (<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t11/e162eoh/a2010/I0/&file=01nad02a.px&type=pcaxis&L=0>)
- Le sous-espace français : Pays de la Loire (FR51), Bretagne (FR52), Poitou-Charentes (FR53), Aquitaine (FR61)
 - Source des données : (2011), Tableaux statistiques du tourisme : Tableau C17 : Nuitées par pays de résidence, selon la région en 2010, Paris, Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (Données tirées des enquêtes de fréquentation dans l'hôtellerie, l'hôtellerie de plein air et dans les autres hébergements collectifs touristiques)
- Le sous-espace portugais : Portugal continental (PT11, PT15, PT16, PT17, PT18)
 - Source des données : (2011), Dormidas, segundo o tipo dos estabelecimentos, por regiões (NUTS II) e países de residência habitual, Lisboa, Instituto Nacional de Estatística, 149 p.

Les îles atlantiques

- Le sous-espace espagnol : Canaries (ES70)
 - Source des données : (2011), Pernoctaciones de los viajeros por comunidades y ciudades autónomas y país de residencia - Encuesta de ocupación hotelera 2010, Madrid, Instituto Nacional de Estadística (<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t11/e162eoh/a2010/I0/&file=01nad02a.px&type=pcaxis&L=0>)
- Le sous-espace portugais : Açores (PT20), Madère (PT30)
 - Source des données : (2011), Estatísticas do Turismo 2010 (Dormidas, segundo o tipo dos estabelecimentos, por regiões (NUTS II) e países de residência habitual), Lisboa, Instituto Nacional de Estatística, 149 p.

L'espace méditerranéen

- Le sous-espace espagnol : Cataluna (ES51), Comunidad Valenciana (ES52), Illes Balears (ES53), Andalucía (ES61), Region de Murcia (ES62)
 - Source des données : (2011), Pernoctaciones de los viajeros por comunidades y ciudades autónomas y país de residencia - Encuesta de ocupación hotelera 2010, Madrid, Instituto Nacional de Estadística (<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t11/e162eoh/a2010/I0/&file=01nad02a.px&type=pcaxis&L=0>)

- Le sous-espace français : Languedoc-Roussillon (FR81), Provence-Alpes-Côte d'Azur (FR82), Corse (FR83)
 - Source des données : (2011), Tableaux statistiques du tourisme : Tableau C17 : Nuitées par pays de résidence, selon la région en 2010, Paris, Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (Données tirées des enquêtes de fréquentation dans l'hôtellerie, l'hôtellerie de plein air et dans les autres hébergements collectifs touristiques)
- Le sous-espace italien : Liguria (ITC3), Abruzzo (ITF1), Molise (ITF2), Campania (ITF3), Puglia (ITF4), Basilicata (ITF5), Calabria (ITF6), Sicilia (ITG1), Sardegna (ITG2), Veneto (ITH3), Friuli-Venezia Giulia (ITH4), Emilia-Romagna (ITH5), Toscana (ITI1), Umbria (ITI2), Marche (ITI3), Lazio (ITI4)
 - Source des données : (2011), Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi – Dati definitivi - Anno 2010, Roma, Istituto nazionale di statistica (<http://www.istat.it/it/archivio/48501>)
- Le sous-espace grec : Grèce (GR)
 - Source des données : (2012), Nuitées de non-résidents dans des établissements d'hébergement touristiques - ventilation géographique - données annuelles, Luxembourg, Eurostat (http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=tour_occ_ninraw&lang=fr)
- Le sous-espace maltais : Malte (MT)
 - Source des données : (2012), Nuitées de non-résidents dans des établissements d'hébergement touristiques - ventilation géographique - données annuelles, Luxembourg, Eurostat (http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=tour_occ_ninraw&lang=fr)
- Le sous-espace chypriote : Chypre (CY)
 - Source des données : (2012), Nuitées de non-résidents dans des établissements d'hébergement touristiques - ventilation géographique - données annuelles, Luxembourg, Eurostat (http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=tour_occ_ninraw&lang=fr)

Turquie (TR)

- Le sous-espace slovène : Slovénie (SV)
 - Source des données : (2012), Nuitées de non-résidents dans des établissements d'hébergement touristiques - ventilation géographique - données annuelles, Luxembourg, Eurostat (http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=tour_occ_ninraw&lang=fr)
- Le sous-espace croate : Croatie (HR)
 - Source des données : (2012), Compendium of Tourism Statistics, Data 2006–2010, Madrid, Organisation Mondiale du Tourisme.
- Le sous-espace monténégrin : Montenegro
 - Source des données : (2012), Compendium of Tourism Statistics, Data 2006–2010, Madrid, Organisation Mondiale du Tourisme.
- Le sous-espace albanais : Albanie
 - Source des données : (2012), Compendium of Tourism Statistics, Data 2006–2010, Madrid, Organisation Mondiale du Tourisme.
- Le sous-espace marocain : Maroc
 - Source des données : (2012), Compendium of Tourism Statistics, Data 2006–2010, Madrid, Organisation Mondiale du Tourisme.

- Le sous-espace algérien : Algérie
 - Source des données : (2012), Compendium of Tourism Statistics, Data 2006–2010, Madrid, Organisation Mondiale du Tourisme.
- Le sous-espace tunisien : Tunisie
 - Source des données : (2012), Compendium of Tourism Statistics, Data 2006–2010, Madrid, Organisation Mondiale du Tourisme.
- Le sous-espace égyptien : Egypte
 - Source des données : (2012), Compendium of Tourism Statistics, Data 2006–2010, Madrid, Organisation Mondiale du Tourisme.

L'espace de la mer Noire

- Le sous-espace roumain : Sud-est (RO22)
 - Source de données : (2011), Turismul României. Breviar Statistic, Bucuresti, Institutul National de Statistica, 102 p.
- Le sous-espace bulgare : Severoiztochen (BG33), Yugoiztochen (BG34)
 - Source de données : (2011), Nights spent and arrivals of foreigners in accommodation establishments, Sofia, National Statistical Institute (http://www.nsi.bg/ORPDOCS/TUR_2.3.3_en.xls)

L'espace de la haute montagne

- Le sous espace français : Rhone-Alpes (FR71)
 - Source des données : (2011), Tableaux statistiques du tourisme : Tableau C17 : Nuitées par pays de résidence, selon la région en 2010, Paris, Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (Données tirées des enquêtes de fréquentation dans l'hôtellerie, l'hôtellerie de plein air et dans les autres hébergements collectifs touristiques)
- Le sous-espace suisse : Suisse (CH)
 - (2011), La statistique suisse du tourisme 2010, Neuchâtel, Office fédéral de la statistique,
- Le sous-espace autrichien : Tirol (AT33), Voralberg (AT34)
 - Source des données : (2012), Beherbergungsstatistik ab 1974 nach Kalen-derjahr, Wien, Statistik Austria (<http://statcube.at/superwebguest/login.do?guest=guest&db=detouextkal>)
- Le sous-espace italien : Val d'Aosta (ITC2)
 - Source des données : (2011), Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi – Dati definitivi - Anno 2010, Roma, Istituto nazionale di statistica (<http://www.istat.it/it/archivio/48501>)

L'espace de la moyenne montagne

- Le sous-espace allemand : Oberbayern (DE21)
 - Source des données : (2011), Tourismus in Zahlen 2010, Wiesbaden, Statistisches Bundesamt, 146 p.
 - (2011), Tourismus in Oberbayern, München, Tourismusverband München-Oberbayern e.V
- Le sous-espace français : Franche-Comté (FR43), Limousin (FR63), Auvergne (FR72)
 - Source des données : (2011), Tableaux statistiques du tourisme : Tableau C17 : Nuitées par pays de résidence, selon la région en 2010, Paris, Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (Données tirées

des enquêtes de fréquentation dans l'hôtellerie, l'hôtellerie de plein air et dans les autres hébergements collectifs touristiques)

- Le sous-espace italien : Piemonte (ITC1), Lombardia (ITC4), Provincia Autonoma Bolzano/Bozen (ITD1), Provincia Autonoma Trento (ITD2)
 - Source des données : (2011), Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi – Dati definitivi - Anno 2010, Roma, Istituto nazionale di statistica (<http://www.istat.it/it/archivio/48501>)
- Le sous-espace autrichien : Karnten (AT21), Salzburg (AT32)
 - Source des données : (2012), Beherbergungsstatistik ab 1974 nach Kalen-derjahr, Wien, Statistik Austria (<http://statcube.at/superwebguest/login.do?guest=guest&db=detouextkal>)

Les grandes métropoles

Berlin (DE30)

- Source des données : (2011), Tourismus in Zahlen 2010, Wiesbaden, Statistisches Bundesamt, 146 p.

Prague (CZ01)

- Source des données : (2011), Počet přenocování hostů v hromadných ubytovacích zařízeních podle zemí v ČR – 2010, Praha, Český statistický úřad (http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/cru_cr)

Paris (FR10)

- Source des données : (2011), Tableaux statistiques du tourisme : Tableau C17 : Nui-tées par pays de résidence, selon la région en 2010, Paris, Institut National de la Sta-tistique et des Etudes Economiques (Données tirées des enquêtes de fréquentation dans l'hôtellerie, l'hôtellerie de plein air et dans les autres hébergements collec-tifs touristiques)

Madrid (ES30)

- Source des données : (2011), Pernoctaciones de los viajeros por comunidades y ciu-dades autónomas y país de residencia - Encuesta de ocupación hotelera 2010, Ma-drid, Instituto Nacional de Estaditica (<http://www.ine.es/jaxi/tabla.do?path=/t11/e162eoh/a2010/l0/&file=01nad02a.px&type=pcaxis&L=0>)

Vienne (AT13)

- Source des données : (2012), Beherbergungsstatistik ab 1974 nach Kalenderjahr, Wien, Statistik Austria (<http://statcube.at/superwebguest/login.do?guest=guest&db=detouextkal>)

Londres (UKL1)

- Source des données : (2012), International Passenger Survey, Regional Trend Data, London, Office for National Statistics (<http://www.ons.gov.uk:80/ons/rel/tourism/sub-national-tourism/sub-regional-value-of-tourism/rft-nuts2-demand.xls>)

5.1 TAUX DE PENETRATION DES DIFFERENTES REGIONS DE LA ZONE 'DESTINATIONS PROCHES'

	Wallonie	Limbourg	Nordrhein-Westfalen	Rheinland-Pfalz	Saarland	Champagne-Ardenne	Lorraine	Alsace	GD Luxembourg	Limburg
Belgique	41.2	23.1	4.8	8.1	0.2	2.8	3.3	6.0	3.8	6.7
Allemagne	0.6	0.6	61.4	29.0	2.8	0.3	0.7	1.9	0.5	2.1
France	3.9	1.3	2.3	0.9	0.2	17.5	34.0	37.8	1.6	0.7
Italie	11.6	1.7	30.6	7.1	0.7	5.2	6.5	29.7	4.4	2.6
Luxembourg	7.1	3.5	14.2	14.5	5.1	1.5	4.0	9.4	38.2	2.6
Pays-Bas	9.4	7.8	10.8	14.2	0.1	1.9	3.6	2.2	3.0	46.9
Royaume-Uni	9.1	2.3	26.6	14.5	0.6	19.3	7.3	9.5	4.8	6.0
Danemark	5.4	1.3	26.2	20.9	0.3	2.2	3.5	33.8	3.7	2.7
Irlande	10.2	2.0	45.9	12.7	1.2	3.1	2.3	7.3	9.0	6.3
Grece	5.2	0.8	54.4	12.7	0.8	0.4	1.7	15.1	6.5	2.4
Espagne	10.4	1.9	42.6	8.0	0.6	3.5	5.8	16.6	5.7	5.0
Portugal	13.4	1.4	31.2	11.2	0.4	3.7	6.5	12.8	14.3	5.1
Autriche	3.6	0.8	58.3	17.6	1.9	1.0	2.2	8.5	3.5	2.6
Finlande	3.8	1.6	52.6	22.0	0.9	1.9	2.9	7.3	4.3	2.7
Suede	5.4	1.7	42.0	25.7	0.6	4.3	1.7	11.8	4.7	2.1
Pologne	9.6	6.6	52.4	12.2	1.3	1.1	4.1	6.2	3.9	2.5
République Tchèque	6.0	1.3	39.8	14.5	1.5	1.4	16.9	11.3	4.5	2.7
Slovaquie	4.6	2.3	52.7	12.3	2.2	0.8	10.7	4.6	6.3	3.4
Hongrie	5.4	1.0	47.9	17.6	0.8	0.7	1.8	17.4	4.9	2.6
Estonie	6.0	1.3	56.4	17.4	0.6	1.4	0.7	6.4	7.3	2.4
Lettonie	17.3	1.4	40.7	19.3	0.3	4.9	0.0	6.5	6.8	2.9
Lithuanie	13.6	1.1	43.2	19.9	0.4	2.3	3.5	8.3	5.2	2.4
Slovenie	4.8	3.6	48.2	10.7	1.5	5.5	3.9	7.2	10.2	4.2
Malte	4.1	0.9	32.9	11.5	0.2	3.4	0.2	20.2	20.9	5.8
Chypre	5.1	0.3	46.6	10.1	0.5	0.4	0.3	20.6	11.4	4.6

	Wallonie	Limbourg	Nordrhein-Westfalen	Rheinland-Pfalz	Saarland	Champagne-Ardenne	Lorraine	Alsace	GD Luxembourg	Limburg
Bulgarie	8.5	1.7	45.1	19.8	1.4	0.4	2.5	9.7	8.1	2.8
Roumanie	11.0	3.5	59.6	6.7	1.0	1.1	2.2	7.0	6.2	1.7
Norvège	5.1	1.3	41.6	30.6	0.6	2.4	2.0	8.6	3.8	4.0
Suisse	2.9	0.8	32.5	11.9	0.8	2.9	5.4	36.5	4.4	2.1
Turquie	3.8	2.3	69.4	7.5	0.8	2.0	0.5	6.2	4.6	2.8
Croatie	4.5	0.6	50.8	11.5	0.9	0.3	1.8	16.5	9.1	3.9
Islande	9.3	1.8	63.4	10.2	0.7	0.7	0.9	3.9	7.4	1.7
Russie	4.3	0.6	61.6	9.9	0.8	1.9	3.1	11.9	4.2	1.7
Reste EU	2.7	0.5	31.5	7.1	0.6	4.0	16.6	28.2	5.6	3.3
Reste Monde	6.2	1.0	46.5	20.9	0.7	2.5	4.4	8.6	5.3	4.0