

# Belgique Wallone FR



**Stratégie offensive** | 3.6 millions de wallons plus un peu plus d'un million de bruxellois francophones... C'est un marché référentiel pour la destination France : des campeurs traditionnels, des juilletistes, des francophiles amateurs de notre art de vivre... Un vrai cœur de cible prioritaire.

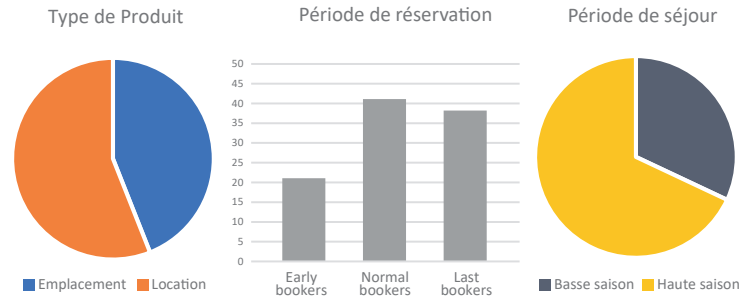
**Conjoncture** | La stratégie des campings sur ce marché francophone est rarement dédiée. On ne parlait pas aux wallons spécifiquement mais on ciblait le plus souvent ces prospects en relation avec les outils dédiés au marché Français... et on oubliait la portée déterminante d'un message adapté et des offres dédiées.

## Autres datas

- ✓ Wallonie + Flandres 3ème nation pour les arrivées, 2ème pour les dépenses.

(Source Atout France)

## Comportement d'achat



## Les outils marketing

Flair

# Belgique Flandres NL



**Stratégie offensive** | 6.5 millions de Belges néerlandophones avec un pouvoir d'achat proche de celui des Pays-Bas... et des attentes en matière de services assez similaires... Un marché important mais rarement traité de manière isolée.

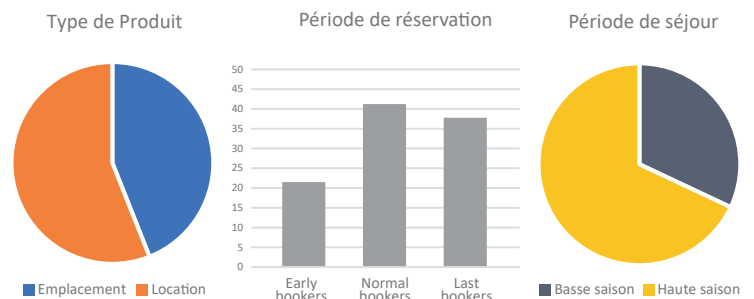
**Conjoncture** | Ce marché n'est pas travaillé aussi par manque de support dédié. Il y a là un relais de croissance spécifique important si on le considère comme une clientèle de proximité pour du court séjour pour les régions à moins 4 heures de route d'Anvers et une clientèle de juilletistes capable de compléter les remplissages les plus sensibles de la haute saison.

## Autres datas

- ✓ Wallonie + Flandres 3ème nation pour les arrivées, 2ème pour les dépenses.

(Source Atout France)

## Comportement d'achat



## Les outils marketing

Flair