

# Plan d'action et budget 2025 de la Maison du Tourisme du Brabant Wallon

---

## Contexte

La Maison du Tourisme du Brabant wallon, dans le cadre de son plan d'action pour 2025, vise à renforcer son rôle en tant que partenaire touristique majeur. Elle continuera d'accompagner les partenaires à travers des initiatives telles que la formation numérique « Mon bagage numérique », des sessions dédiées à l'intelligence artificielle et des actions ciblées pour promouvoir des labels de qualité comme Clé Verte, Bienvenue Vélo et Access-I. Ces démarches permettent de fournir aux acteurs locaux des outils innovants pour accroître leur attractivité et répondre aux attentes des visiteurs.

L'accent sera mis sur la promotion du slow tourisme et du tourisme de mémoire, en s'appuyant sur un plan média ambitieux élaboré en collaboration avec Visit Wallonia. Des campagnes digitales, des podcasts et des actions de marketing d'influence, notamment avec Amazing Belgium, contribueront à renforcer la visibilité du Brabant wallon. Parallèlement, la réorganisation du site internet et la production de contenus multilingues amélioreront l'expérience des utilisateurs et l'attractivité de l'offre touristique.

En matière de structuration des produits touristiques, la Maison du Tourisme poursuivra le développement de projets tels que Vinotrip.be, en proposant des déclinaisons adaptées au MICE et aux escapades thématiques, comme la route Napoléon. Elle veillera également à l'optimisation des circuits pédestres et cyclables, en partenariat avec les communes.

Pour soutenir ces actions, une cellule d'intelligence artificielle sera mise en place afin d'expérimenter des outils d'assistance innovants. L'analyse des indicateurs de durabilité et des statistiques, notamment via le classement GDS movement, guidera les efforts pour améliorer les performances en matière de tourisme durable.

## Accompagner et former les partenaires

- Organiser la 4e édition de « Tourismez-vous » au Mémorial 1815 de la Bataille de Waterloo ;
- Proposer des petits-déjeuners ou after-work pour discuter des bonnes pratiques avec les partenaires sur les thèmes suivants: DMC (agences de voyages), IA, Code wallon du tourisme et nouveaux produits touristiques ;
- Organiser le 3e éductour pour les organismes touristiques locaux à Nivelles;
- Accompagner et former les partenaires touristiques via « Mon bagage numérique », en mettant l'accent sur l'intelligence artificielle ;
- Offrir des sessions d'accompagnement numérique en groupe et en face à face ;
- Poursuivre l'accompagnement des partenaires pour les labels/certifications Clé Verte, Access-I et Bienvenue Vélo;
- Maintenir l'approche territoriale via WDQ (Wallonie Destination Qualité) et sensibiliser les partenaires conformément aux directives du CGT ;
- Suivre la mise en œuvre du Code wallon du tourisme et en informer les partenaires.

## Promotion, accueil et commercialisation

- Communiquer selon les saisons et thématiques, en mettant l'accent sur le tourisme de mémoire et le slow tourisme ;
- Construire un plan média en collaboration avec Visit Wallonia, en actions propres (dont podcasts ;
- Accroître la communication sur les escapades thématiques et réaménager le site Internet ;
- Exécuter le marché de marketing d'influence avec Amazing Belgium ;
- Diffuser des newsletters en néerlandais et en anglais ;
- Continuer la tenue du blog en améliorant les contenus d'événements et produits, en collaboration avec l'équipe.
- Réfléchir à une approche « MICE » pour la promotion et le site web PIVOT.
- Réimprimer les publications telles que le magazine trilingue, les cartes touristiques, les dépliants et plaquettes;
- Organiser la distribution de publications avec BHS et revoir la politique de distribution des brochures payantes.

## Développement des clusters et veille

- Organiser des groupes de travail pour les sous-clusters du tourisme de mémoire ;

- Suivre la mise en place d'un plan de balisage du réseau pédestre dans les 14 communes, en collaboration avec S53 dans le cadre du développement touristique du Parc national des Forêts du Brabant;
- Suivre les travaux du GAL des 4 bras pour leur nouvelle programmation ;
- Optimiser la gestion du tableau de bord numérique de la Maison du Tourisme ;
- Mettre à jour les bornes numériques en fonction des statistiques et analyser leur fréquentation;
- Développer une cellule IA pour tester et implémenter des solutions d'assistance artificielle ;
- Participer aux rencontres internationales du e-tourisme à Pau ;
- Suivre les projets des 4 boucles touristiques "points-noeuds" (suivi du marché public de la PBW) ;
- Analyser le classement GDS movement du Brabant wallon de 2024 et travailler sur les indicateurs durables à améliorer.

### **Structuration des produits touristiques**

- Gérer la deuxième saison du Vinotrip.be et développer un partenariat avec l'UPAV pour sa commercialisation.
- Décliner le Vinotrip.be avec une version MICE (teambuilding) ;
- Envoyer des escapades thématiques opérationnelles à l'UPAV pour des éventuelles commercialisations ;
- Concevoir une nouvelle escapade thématique sur la route Napoléon (en car)
- Nettoyer les balades dans Cirkwi et intégrer de nouveaux produits (promenades à pied et à vélo).

## Budget 2025

Dépenses	Montant	Recettes	Montant
Mise à disposition des locaux/bureaux/tel/mobilier/Internet)	€ 20.833,33	Subvention Province (locaux et services)	€ 20.833,33
Personnel provincial (agissant pour le compte de la MTBW)	€ 728.778,71	Subvention Province (frais de personnel)	€ 728.778,71
Frais de fonctionnement	€ 243.670,00	Part communale (0,10 €/hab.)	€ 41.396
Frais d'impression	€ 30.000,00	Subv. régionale de fonctionnement et d'animation	€ 371.729,00
Frais de traduction	€ 5.000,00	Subv. régionale de promotion	€ 58.250,00
Frais de promotion	€ 155.000,00	Subvention Forem APE	€ 39.089,79
Frais de gestion informatique	€ 15.000,00	Vente éditions papier (eshop+ partenaires)	€ 3.000
Clusters et veille	€ 25.000,00		
Accompagnement des partenaires	€ 25.000,00		
Budget non attribué	€ 15.000,00		
<b>TOTAL</b>	<b>€ 1.263.282,04</b>	<b>TOTAL</b>	<b>€ 1.263.076,83</b>