

RAPPORT
D'ACTIVITÉ

2024

@MTEW



MAISON DU TOURISME
DU BRABANT WALLON

TABLE DES MATIÈRES

EDITO	3
CHIFFRES-CLÉS	4
L'ÉQUIPE DE LA MAISON DU TOURISME	5
LES INSTANCES DE LA MTBW	6
OBJECTIFS ET RAPPEL MISSIONS 2024	7
WALLONIE DESTINATION QUALITÉ (WDQ)	8
MISSION I : ANIMER LE RÉSEAU DES PARTENAIRES TOURISTIQUES	9
Tourismez-vous	
Poursuite du réseautage	
Animation numérique du territoire	
Mon bagage numérique	
Aide à l'acquisition de labels :	
-Clé verte	
-Bienvenue Vélo	
-Access-I	
MISSION II : PROMOUVOIR LE BRABANT WALLON	14
Les éditions « papier »	
Participation à des foires et salons	
Promo 360°	
Actions média	
Actions online	
Collaborations avec les blogueurs	
Le site Internet et le blog	
Les newsletters	
Les réseaux sociaux	
Concours en ligne	
MISSION III : DEVELOPPER LES CLUSTERS THÉMATIQUES AINSI QU'UNE VEILLE TOURISTIQUE ET TECHNOLOGIQUE	27
Poursuite des groupes de travail thématiques	
Études terminées ou en cours	
Suivi du dashboard numérique et réflexion sur un baromètre touristique durable	
Mise en place d'un baromètre durable via GDS	
MISSION IV : STRUCTURER DE NOUVEAUX PRODUITS	29
La gestion des promenades touristiques	
Les chasses Totemus	
La promotion des escapades thématiques	
COMPTES 2024	32



Villers la Vigne @MTBW

EDITO

Faire du Brabant wallon une destination slow, vivante et inspirante.

L'année 2024 a été, pour la Maison du Tourisme du Brabant wallon, une année de mise en œuvre ambitieuse, marquée par des avancées significatives, mais aussi par une lucidité constructive sur les défis à relever. Dans un contexte où les attentes en matière de durabilité, d'accessibilité et de qualité de l'expérience touristique ne cessent de croître, notre action s'est résolument inscrite dans une dynamique de transition, à l'écoute du territoire et de ses forces vives.

Fidèles à notre mission d'animation du réseau et de valorisation du Brabant wallon, nous avons poursuivi le renforcement du maillage territorial entre les opérateurs touristiques, les offices du tourisme, les syndicats d'initiative, les hébergeurs et les acteurs culturels. Des moments-clés comme "Tourismez-vous", l'éductour avec nos partenaires ou les initiatives autour des labels Bienvenue Vélo, Clé Verte ou la certification Access-i ont permis d'amplifier l'esprit de collaboration, indispensable à l'attractivité de notre destination.

Sur le plan de la promotion, notre stratégie s'est recentrée avec clarté sur les marchés de proximité. Nos éditions papier ont été repensées pour une diffusion optimisée et multilingue. La campagne menée avec l'humoriste Pablo Andres a, quant à elle, marqué un moment dans notre communication, alliant modernité, humour et forte visibilité. Elle a contribué à positionner le Brabant wallon comme une destination aussi séduisante qu'accessible, aussi dépaysante que proche.

L'année 2024 a aussi été celle de la structuration de nouveaux produits touristiques. Le Vino-Trip, fer de lance d'un tourisme expérientiel et local, a séduit par sa capacité à fédérer vigneron, hébergeurs et visiteurs autour d'une promesse authentique. Ce succès est porteur : il confirme la pertinence d'un tourisme à taille humaine, connecté à son territoire et à ses savoir-faire.

Enfin, notre engagement dans des démarches de professionnalisation et de qualité, comme Wallonie Destination Qualité ou le Global Destination Sustainability Index, témoigne de notre volonté de progresser dans l'évaluation, la gestion et la transition durable de notre destination. Les résultats obtenus - modestes mais prometteurs - nous invitent à aller plus loin, collectivement.

Nous tenons à remercier chaleureusement l'ensemble des membres de l'Assemblée générale, les représentants politiques, les partenaires publics et privés, pour leur engagement, leur écoute et leur contribution active. C'est dans ce dialogue constant que se construit, jour après jour, un Brabant wallon touristique, vivant et tourné vers l'avenir.

Nous avons semé en 2024 les graines d'un tourisme plus durable, plus inclusif et plus innovant. Continuons à les faire grandir, ensemble.

Sébastien Lecerf, Directeur

Joseph Tordoir, Président



Domaine de Glabais ©Coeur Vigneron

CHIFFRES-CLÉS

27

COMMUNES SUR LE TERRITOIRE DE LA MTBW

15

SYNDICATS D'INITIATIVES ET OFFICES DU TOURISME RECONNUS PAR LE CGT

61

MEMBRES COMPOSANT L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DE LA MTBW

17

ARTICLES DE BLOG EN 2024

51

ÉTABLISSEMENTS LABELLISÉS « BIENVENUE VÉLO »

14

ÉTABLISSEMENTS LABELLISÉS « CLÉ VERTE »

34.233

FANS SUR LA PAGE FACEBOOK DESTINATION BRABANT WALLON

3.347

FANS SUR LA PAGE INSTAGRAM DESTINATION BW

LEXIQUE

SI/OT

SYNDICAT D'INITIATIVE ET OFFICE DU TOURISME

MTBW

MAISON DU TOURISME DU BRABANT WALLON

CGT

COMMISSARIAT GÉNÉRAL AU TOURISME

WBT

WALLONIE BELGIQUE TOURISME

WDQ

LABEL « WALLONIE DESTINATION QUALITÉ »

ANT

ANIMATION/ANIMATEUR NUMÉRIQUE DE TERRITOIRE

B2B

BUSINESS TO BUSINESS OU « PARTENAIRES TOURISTIQUES »

L'ÉQUIPE DE LA MAISON DU TOURISME

Reconnue officiellement depuis mai 2019, la Maison du tourisme regroupe les 27 communes de la Province et est liée à celle-ci par un contrat de gestion.

En 2024, l'équipe de la Maison du Tourisme du Brabant wallon comptait neuf personnes : huit agents provinciaux travaillant pour la MTBW et Monsieur Jérôme Galand, le seul employé directement par la Maison du Tourisme. Ce dernier exerce la fonction d'agent d'accueil à Jodoigne sous contrat à temps plein et à durée indéterminée depuis novembre 2022.

En septembre 2024, l'équipe s'est agrandie avec l'arrivée de Madame Géraldine Berckmans, également engagée par la Maison du Tourisme. Elle occupe le poste de secrétaire à mi-temps sous contrat à durée indéterminée.

Pour rappel, le tourisme en Brabant wallon relève de la province pour la stratégie touristique et de la Maison du Tourisme pour l'opérationnalisation de celle-ci.



Sébastien Lecerf
Directeur de la MTBW
sebastien.lecerf@brabantwallon.be



Tiffany Fevery
Secrétariat et chargée de projets
tiffany.fevery@brabantwallon.be



Coline Senterre
Responsable de communication
et marketing
coline.senterre@brabantwallon.be



Geneviève Baelde
Relais partenaires, accompagnement
de labels et gestion FB
genevieve.baelde@brabantwallon.be



Chloé Hondequin
Responsable des salons et agenda
Relais partenaires
chloe.hondequin@brabantwallon.be



Coralie Dubois
Conception et développement
de produits touristiques
coralie.dubois@brabantwallon.be



Olivier Delmotte
Conseiller eTourisme et gestion Instagram
olivier.delmotte@brabantwallon.be



Vincent André
Graphiste, webmaster
et responsable médiathèque
vincent.andre@brabantwallon.be



Géraldine Berckmans
Secrétaire
secreariat.mtbw@brabantwallon.be



Jérôme Galand
Agent d'accueil
jerome.galand@destinationbw.be



LES INSTANCES DE LA MTBW

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Président :

Joseph Tordoir, **Incourt**

Représentants communaux :

Bernard Vansteelandt, **Chastre**

Bérangère Aubecq, **Chaumont-Gistoux**

Viviane Mortier, **Mont-Saint-Guibert**

Benoît Giroul, **Nivelles**

Hadelin de Beer de Laer, **Ottignies-LLN**

Brian Grillmaier, **Waterloo**

Nadia Lemaire, **Walhain** remplacée en mai par
Jean-Marie Gillet

Gilles Agosti, **Wavre**

Christian Fayt, **Ittre**

Représentants des SI/OT :

Jean-Louis Watrice, **Syndicat d'Initiative et de
tourisme de La Hulpe**

Représentants du secteur touristique :

Cédric Delcour, **Abbaye de Villers**

Patrick de Longrée, **DelDiffusion**

Stéphanie Angelroth, **Fondation Folon**

Olivier Meulemans, **Martin'sHotels**

BUREAU

Chaumont-Gistoux

Bérangère Aubecq (Trésorière)

Incourt

Joseph Tordoir (Président)

Ottignies-Louvain-la-Neuve

Hadelin de Beer de Laer (Vice-Président)

Ittre, Christian Fayt (Secrétaire)

Représentant SI/OT :

Jean-Louis Watrice, **Syndicat d'Initiative
et de tourisme de La Hulpe**

Représentants du secteur touristique :

Cédric Delcour, **Abbaye de Villers**

Patrick de Longrée, **Del Diffusion**

MEMBRES DE DROIT

Olivier Daloze, **VisitWallonia**

Directeur Partenariats et Commercialisation

Serge Cravatte, **CGT**

Directeur des organismes touristiques

Isabelle Evrard, **FTBW**

Présidente de la Fédération du Tourisme du Brabant wallon

Tanguy Stuckens, **PBW**

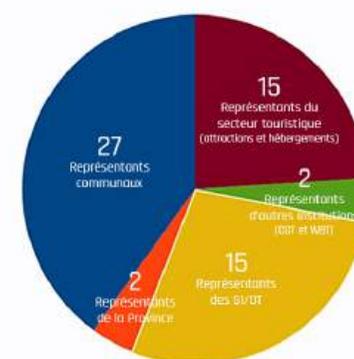
Président du Collège provincial

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

En 2024, une Assemblée Générale s'est tenue le 22 mai à l'Hôtel des Libertés, en présentiel. Ce fut aussi l'occasion de modifier nos statuts, les mettant en conformité avec le CSA ainsi qu'avec les recommandations du CGT. Nous avons aussi intégré dans nos membres un nouvel organisme, l'Office du Tourisme de Tubize, aujourd'hui reconnu par le CGT. L'AG de la MTBW se compose de 61 membres :

- 1 représentant par commune, désigné par le Conseil communal ;
- 1 représentant par office du tourisme ou par syndicat d'initiative ;
- 1 représentant par opérateur privé ou associatif ;
- Les membres de droits.

Les opérateurs touristiques doivent représenter 20% à 40% des membres de l'Assemblée générale.



Composition de l'AG au 31/12/2024

OBJECTIFS 2024 ET RAPPEL DES MISSIONS 2024

En 2024, les objectifs prioritaires pour la Maison du Tourisme du Brabant wallon sont les suivants :

- Poursuivre le développement du slow tourisme soit le cluster transversal de la stratégie touristique du Brabant wallon via le cyclotourisme ;
- Renforcer le réseautage des partenaires touristiques et ainsi favoriser la création de partenariats.



Balade vélo à Mélin ©Denis Closon

Ces objectifs sont complétés par d'autres déjà présents depuis la création de la MTBW :

- Développer la professionnalisation et la digitalisation des partenaires touristiques ;
- Faire connaître le BW aux partenaires ;
- Faire connaître la destination Brabant wallon en Belgique et à l'étranger (marchés limitrophes) ;
- Poursuivre la promotion du Brabant wallon comme une destination d'excursion ;
- Développer le court séjour en BW ;
- Développer un marketing territorial axé sur les clusters (suivi stratégique) ;
- Rendre la MT plus efficiente ;
- Mieux comprendre le tourisme en Brabant wallon ;
- Appréhender l'intelligence artificielle au sein du secteur touristique.

WALLONIE DESTINATION QUALITÉ (WDQ) SUITE ET WDQ DÉMARCHE TERRITORIALE



Wallonie Destination Qualité - Approche territoriale

Pour rappel la démarche **Wallonie Destination Qualité - Approche territoriale**, c'est :

une démarche qualité régionale qui propose à l'ensemble des entreprises touristiques et des territoires wallons de les accompagner tout au long de leur démarche d'amélioration continue et de soutenir la professionnalisation du secteur.

La MTBW s'est engagée auprès du CGT à entreprendre cette démarche également, dans ce sens, plusieurs actions avaient été menées en 2023.

Une journée dédiée à la Qualité territoriale a permis à l'équipe de définir ses attentes, de rappeler le positionnement du Brabant wallon (Luxe, Calme et Volupté - cf. l'étude slow tourisme), d'établir des parcours clients et de concevoir la trame d'un questionnaire pour recueillir les avis des visiteurs via les opérateurs touristiques. Les résultats, attendus au premier trimestre 2024, devaient servir à analyser la situation touristique du territoire

Concrètement en 2024

Les contacts ont été pris avec les différents partenaires touristiques afin qu'ils puissent distribuer le questionnaire de satisfaction à leurs clients. 15 d'entre eux ont répondu positivement à notre demande. Les questionnaires leur ont donc été envoyés (en trois langues) afin qu'ils puissent être mis à disposition et complétés par leurs clients.

Malheureusement, cette action n'a pas rencontré le succès escompté, ni atteint l'objectif souhaité par la cellule Qualité du CGT (échantillon représentatif de 100 exemplaires complétés).



Nous avons, par la suite, élargi la demande auprès d'opérateurs touristiques (activités) et allongé le délai pour en récupérer davantage, nous en avons par ailleurs distribué en direct, mais ces actions n'ont pas permis d'augmenter significativement leur nombre et d'obtenir l'échantillon représentatif. De ce fait, la phase 2 du plan de qualité territoriale et l'analyse des données récoltées ont dû être reportées en 2025.

MISSION I : ANIMER LE RÉSEAU DES PARTENAIRES TOURISTIQUES

TOURISMEZ-VOUS

C'est le mardi 17 septembre 2024, dans l'enceinte de l'Abbaye de Villers-la-Ville que s'est tenue l'édition 2024 de « **Tourismez-vous** ».



Dédiée aux partenaires touristiques du territoire, cette journée s'est articulée autour d'une plénière en matinée et d'activités thématiques en après-midi.

Présentations :

- Présentation du Vino-Trip
- Tout ce que vous devez savoir sur l'IA (Intelligence Artificielle)
- Clé Verte

Activités :

- 3 visites thématiques par petits groupes au sein de l'abbaye (jardins - vignoble - micro-brasserie).

Cette journée a rencontré un franc succès grâce à la présence d'une petite centaine de participants.

À l'issue de celle-ci et dans un souci d'amélioration continue, un formulaire de satisfaction a été envoyé aux participants. Malheureusement, cette fois encore, l'implication des partenaires a montré ses limites, seuls 13 d'entre eux ont pris la peine d'y répondre. Même si la note globale obtenue s'élevait à 9/10, on ne peut pas la considérer comme représentative étant donné le faible taux de réponses.



L'équipe de la MTBW lors de Tourismez-vous 2024



Photos @MTBW

POURSUITE DU RÉSEAUTAGE

Depuis 2021, la MTBW s'est lancée dans l'**animation du réseau partenaires** dans l'objectif d'étoffer le réseautage en Brabant wallon.



Eductour

Le jeudi 10 octobre, la Maison du Tourisme a organisé la **2ème édition de son éductour annuel** à destination des OT et SI de son territoire. Au programme de cette journée à Louvain-la-Neuve : Une présentation de l'Office du Tourisme-Inforville au Martin's Agora City Resort par nos collègues de l'OT, une visite guidée de la ville et une visite guidée du Musée L. Cette journée fut riche en échanges entre les participants.



Acces i Fondation Folon

La Maison du Tourisme du Brabant wallon place l'accessibilité au cœur de ses priorités.

Dans cette optique, et en collaboration avec la cellule **Access-i** du CGT ainsi que les asbl Passe-Murailles et ESENCA, nous avons organisé une journée dédiée à l'inclusion et à la sensibilisation aux handicaps. Destinée aux partenaires touristiques du Brabant wallon, cette journée s'est tenue le 10 juin à la **Fondation Folon**.

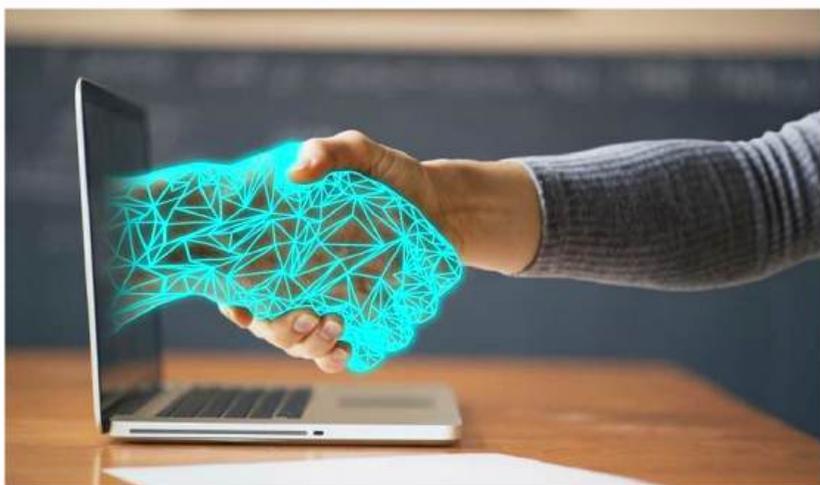


Les participants ont eu l'opportunité de prendre part à des ateliers immersifs de mise en situation afin de mieux comprendre la réalité des personnes aux besoins spécifiques. Ils ont également pu échanger avec différents acteurs engagés au quotidien pour promouvoir l'accessibilité.

Riche en échanges, cette journée s'est conclue par une visite guidée unique en compagnie de Jason, lui-même en situation de handicap.

ANIMATION NUMÉRIQUE DE TERRITOIRE (ANT)

La Maison du Tourisme du Brabant wallon continue de proposer aux prestataires touristiques de son territoire un **service d'aide et d'appui numérique**. Le numérique est aujourd'hui omniprésent pour la diffusion de l'information (site web, réseaux sociaux...) mais aussi via des techniques d'accueil intégrant des systèmes et des outils informatiques (tablette, écran, borne,...), ainsi que le retour en force des QR codes depuis quelques années. De plus, l'intelligence artificielle (IA) prend de plus en plus de place et est en passe de devenir la technologie indispensable dans le tourisme de demain.



L'**animateur numérique** de la Maison du Tourisme a pour mission de former, aider et guider les prestataires touristiques dans leurs démarches numériques. Ce support d'aide et d'accompagnement est totalement gratuit et a pour but la réduction de la fracture numérique.

En 2024, l'aide numérique constitue toujours un point essentiel des conventions de partenariats signées avec les SI et OT du Brabant wallon. Continuant le travail de 2022 et 2023, les besoins numériques de chaque structure ont été identifiés, listés et traités par ordre de besoin et de nécessité par l'animateur numérique.

Voici les principaux accompagnements numériques réalisés en 2024 ::

- > OT de Walhain > OT de Grez Doiceau > Bois des Rêves > SI de Waterloo
- > SI de Braine le Château > Dimension M > SI de Ittre > SI de La Hulpe
- > SI de Chaumont-Gistoux > Inforville-LLN > OT de Nivelles > Tonton Pic
- > Les trois fontaines > La cabane des avelines > Le Cheniat.

En interne, au sein de la MTBW, le travail de l'animateur numérique reprend également tous ces éléments. Au quotidien et en continu, il veille au bon fonctionnement numérique de la structure (Site web, Facebook, Instagram, campagnes online, statistiques, rédaction de conseils numériques online, bornes numériques, etc.). L'animateur numérique effectue aussi un travail de veille numérique afin de se tenir informé des dernières nouveautés et mises à jour dans le secteur et plus particulièrement dans le **domaine de l'IA** avec le test de nouvelles applications pouvant être utiles à l'équipe de la MTBW ainsi qu'au secteur du tourisme en général.



Olivier, l'animateur numérique
de la MTBW @MTBW

MON BAGAGE NUMÉRIQUE

L'année 2024 a aussi vu la continuité de l'outil « **Mon bagage numérique** ».

Lancé par le Commissariat général au tourisme (CGT), « **Mon bagage numérique** » propose aux prestataires touristiques de Wallonie de trouver facilement la solution (webinaire, formation, accompagnement personnalisé, etc.) la plus adaptée à leurs besoins numériques.

L'animateur numérique de la MTBW fait partie intégrante de ce projet wallon et peut dès lors recevoir des demandes d'accompagnements numériques personnalisés via ce biais.



AIDE À L'ACQUISITION DE LABELS



Clé Verte

Depuis plusieurs années, la Maison du Tourisme du Brabant wallon et le Brabant wallon font de la durabilité une priorité. La préservation de l'environnement et le soutien à l'économie locale sont des leviers essentiels pour faire de notre province une destination durable.

Le label international '**Clé Verte**' ou '**Green Key**' s'adresse aux hébergements, attractions et restaurants engagés dans une démarche écoresponsable. Il accompagne et valorise les acteurs touristiques qui placent la durabilité et l'environnement au cœur de leurs actions. En Wallonie, ce projet est porté par Canopéa.

Afin d'encourager l'obtention de ce label et d'accroître le nombre d'établissements labellisés en Brabant wallon, la Maison du Tourisme a alloué un budget de 5 000 euros. Cette enveloppe a permis d'aider financièrement nos partenaires, qu'ils soient nouvellement labellisés ou déjà engagés dans la démarche, en prenant en charge leurs cotisations.

Un **accompagnement sur mesure** est également proposé à chaque candidat tout au long du processus de labellisation : réunions d'information, conseils personnalisés, suivi et workshops.

En 2024, **3 hébergements** ont rejoint la démarche, il s'agit de :

- L'hôtel Ibis Style à Louvain-la-Neuve
- L'Indrani Lodge à Genappe
- Les Trois-Fontaines à Walhain

Le Brabant wallon compte désormais **14 partenaires** touristiques ayant choisi d'investir dans la durabilité et la préservation de l'environnement.



L'Indrani Lodge à Genappe

AIDE À LA LABELLISATION BIENVENUE VÉLO

BIENVENUE VÉLO
FIETS WELKOM
BIKES WELCOME
RADFAHRER WILLKOMMEN



La MTBW continue toujours son action de soutien et d'accompagnement à la labellisation pour les partenaires de son territoire. Elle travaille en étroite collaboration avec la cellule 'Bienvenue Vélo' du CGT.

A l'instar des années précédentes, un budget spécifique a été dégagé afin de booster cette labellisation auprès des partenaires touristiques du territoire.



© Signal-Photographie
Propriété d'Accueil Champêtre en Wallonie

Cette enveloppe de 2.000 euros a permis de financer les trousseaux de réparation et de secours des nouveaux labellisés (max 250 euros par demande de labellisation).

En 2024, le Brabant wallon recense une cinquantaine d'hébergements labellisés Bienvenue Vélo. Ce chiffre demeure relativement stable d'une année à l'autre, car bien que de nouveaux établissements obtiennent le label, certains cessent progressivement leur activité.

Le 26 novembre, la MTBW a participé à la traditionnelle rencontre annuelle des labellisés « Bienvenue Vélo », organisée par le CGT. Organisée au Musée Hergé, cette rencontre a permis aux nombreux partenaires présents d'échanger, de découvrir les nouveautés et aborder les différents thèmes pratiques.

ACCESS-I



La certification **Access-i** valorise les efforts d'accessibilité déployés par les gestionnaires d'infrastructures et informe les visiteurs à besoins spécifiques des conditions d'accueil afin qu'ils puissent profiter pleinement de leur expérience. Grâce à Access-i, les usagers peuvent évaluer le niveau d'accessibilité d'un bâtiment, d'un site ou d'un événement en fonction de leurs besoins spécifiques. Chaque catégorie de public concerné est représentée par un pictogramme.

Dans le cadre du programme « Tourisme pour tous », mené en collaboration avec Access-i, la Maison du Tourisme du Brabant wallon (MTBW) a alloué, depuis 2023, un budget annuel de 5.000 euros pour soutenir ses partenaires touristiques dans le financement d'audits d'accessibilité. Ces audits permettent d'évaluer le niveau d'accessibilité des infrastructures et de fournir aux personnes concernées une information fiable et précise.

A l'instar de 2023 et pour 2024, un **budget spécifique de 5.000 euros** a été dégagé afin de booster ce programme auprès des partenaires touristiques du territoire.

Sur la base de la convention de partenariat 2024, l'intervention de la MTBW est définie à concurrence de 60% (du montant HTVA) du coût de l'audit réalisé par Access-i et est plafonnée à 1.000 euros (du montant HTVA) par type de dossier (cahier de recommandations, certifications, travaux ...).

Grâce à cette enveloppe, en 2024, 3 partenaires touristiques ont pu bénéficier de ce soutien financier :

Il s'agit :

- du domaine provincial du Bois des Rêves avec son Spray park et sa cafétéria ;
- du Wavre Indoor Karting ;
- du Musée de l'Eau et de la Fontaine.



Le Spray park du Bois des Rêves

MISSION II : PROMOUVOIR LE BRABANT WALLON

En 2024, la MTBW a principalement poursuivi sa **promotion** en Belgique et sur ses marchés de proximité que sont le Nord de la France et les Pays-Bas.

LES ÉDITIONS PAPIER

NOUVEAUTÉ !

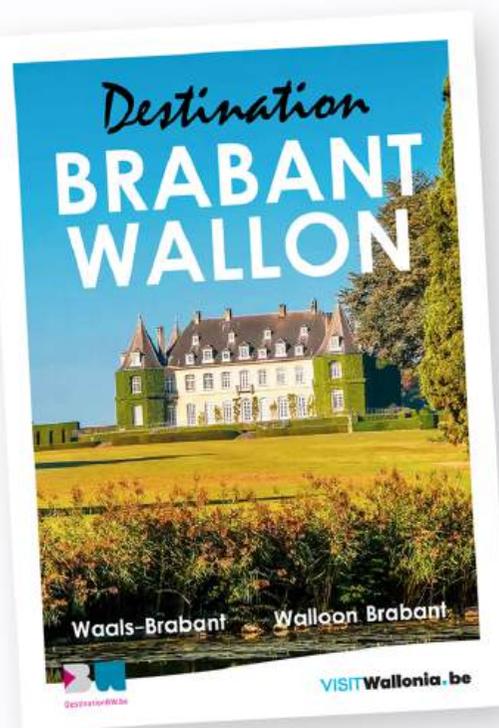
Magazine touristique (FR, NL, EN)

L'année 2024 a donné naissance à une toute nouvelle version du magazine touristique, regroupant à présent toutes les informations **dans une seule édition en 3 langues** (français, néerlandais et anglais). Cette refonte permet une meilleure gestion et une meilleure distribution du magazine.

L'accent a été mis sur le slow tourisme, le terroir, la détente et les balades, tout en faisant la promotion de nos escapades thématiques regroupant des sites incontournables et moins connus. Les autres sujets n'ont pas été oubliés, comme les hébergements, les activités fun et pour les enfants, le folklore et les événements.

Au total, **19.000 exemplaires** ont été imprimés et distribués dans les organismes touristiques de la province (offices du tourisme, syndicats d'initiative, hébergements, attractions), certains offices du tourisme en Flandre, à l'Info-shop de VisitWallonia, lors du salon Bike Brussels en mars, dans le réseau de Multimag en août (salles d'attente de cabinets médicaux) et dans le réseau de BHS (Hainaut, Namur, Bruxelles, Brabant flamand et BW).

Ce stock a été écoulé durant l'année grâce à un plan de distribution bien maîtrisé.



Carte touristique (FR, NL, EN)

La MTBW a édité la deuxième version de sa **carte touristique**. Il s'agit d'une carte schématisée présentant les sites touristiques incontournables du Brabant wallon, les points d'information touristique, les parcs et jardins, les points d'eau ainsi que les musées et curiosités qui sont ouverts au public. Des pictos représentent également les vignobles, brasseries et golfs du Brabant wallon, ainsi que certains sites ou spécialités.

Au verso de cette carte sont mentionnés de manière succincte nos spécialités, nos hébergements, nos grands événements et nos balades en renvoyant vers notre site Internet.

42.000 exemplaires ont été imprimés en 2024, dont 32.000 ont été distribués par BHS dans son réseau (Hainaut, Namur, Bruxelles, Brabant flamand et BW). Le quota restant a été distribué dans les mêmes lieux que le magazine (voir ci-dessus), de manière à l'accompagner systématiquement. Elle connaît toujours un beau succès auprès du public.

Balades & vous (FR et NL)

Après une version de la brochure « **Balades & vous** » présentant 20 balades à pied, une nouvelle édition a vu le jour avec **25 parcours** pédestres de 3,8km à 22,9km.

Cette brochure s'adresse toujours tant aux promeneurs du dimanche qu'aux randonneurs aguerris. Dans cette édition, les balades sont proposées par territoire et balaient le Brabant wallon d'ouest en est. Les parcours comportent une carte, un pas à pas détaillé et des points d'intérêt à retrouver pendant la balade. Il est aussi possible de suivre la balade en ligne depuis la plateforme Cirkwi.



Cette édition propose des hébergements et des restaurants à proximité des balades pour inciter au séjour. Le prix de vente fixé pour cette brochure est identique à celui de l'année passée : 3€.

Bénéficiant d'une première expérience en 2023 dans la vente de ces brochures, seulement **1.000** exemplaires en français et **480** exemplaires en néerlandais ont été imprimés. Elles se sont vendues auprès d'une sélection de partenaires touristiques du Brabant wallon et à l'Infoshop de VisitWallonia (Bruxelles). Malgré ce quota revu à la baisse, le stock ne s'est pas entièrement écoulé durant l'année.

NOUVEAUTÉ !

Brochure à vélo (FR et NL)

La **brochure à vélo** met en valeur 10 circuits cyclistes. Ces itinéraires en boucle utilisent le réseau points-nœuds et font entre 25 et 46km. Ils intègrent à chaque fois les points-nœuds à suivre, les points d'information et d'intérêt touristiques, les établissements labellisés « Bienvenue Vélo », les réparateurs de vélo et les points de recharge pour vélos électriques. Ces circuits peuvent se combiner pour en faire de vraies escapades à vélo pour s'évader un week-end ou plus. Le prix de vente fixé pour cette brochure est identique à celui de l'année passée : 3€.

En 2024, **1.200** exemplaires en français et **700** en néerlandais ont été imprimés. Celles-ci ont été proposées à la vente auprès d'un réseau ciblé de partenaires touristiques du Brabant wallon ainsi qu'à l'Infoshop de VisitWallonia à Bruxelles. Le stock n'a pas été entièrement écoulé au cours de l'année.



PARTICIPATION À DES FOIRES ET SALONS

La MTBW a participé au salon **Bike Brussels** organisé du 22 au 24 mars en collaboration avec VisitWallonia.

Au total, une centaine de magazines, de cartes et de brochures à vélo ont été distribués gratuitement à cette occasion. En plus de cela, la carte IGN a rencontré un franc succès.



PROMO 360°

La MTBW participe à de nombreuses **actions tout au long de l'année**, en concentrant son activité principalement entre les mois de mars et septembre. A l'instar des années précédentes, la promotion du Brabant wallon et de ses activités s'est essentiellement faite sur la Belgique et les marchés limitrophes (Nord de la France, Pays-Bas) avec l'idée de prendre son temps pour découvrir ou redécouvrir le Brabant wallon. La Maison du Tourisme du Brabant wallon a d'ailleurs davantage développé son cluster transversal « **slow tourisme** » via différentes actions.

Promo du Vino-trip

Dans ce cadre, le **Vino-trip**, la nouvelle escapade à vélo sur 3 jours sur le thème du vin, a bénéficié d'une belle promotion auprès du public belge francophone. Les 4 week-ends proposés ont vite été complets !



La communication a été menée en **2 phases**. Elle a d'abord été réservée aux partenaires touristiques qui collaborent étroitement avec la MTBW (Visit Wallonia, CA, CGT,...). Ensuite, et dès le 26 mars, la communication a touché le grand public.

Promo du Vino-trip (SUITE)

Les actions de promotion ont été les suivantes :

- 26/03 : article online sur Lalibre.be : <https://www.lalibre.be/network/entreprises/2024/03/26/la-dolce-vita-en-brabant-wallon-ASHRZRQ04RBVREDI5CS7A526QM/> (1)
- 1/04 : poisson d'avril sur notre site web autour du vin avec renvoi vers la page du Vino-trip
- 2/04 : envoi d'un communiqué de presse + post Facebook
- 2/04 : mention dans la newsletter b to b
- 3/04 : mention dans la newsletter grand public
- 1/05 : parution dans le magazine BIOINFO (2)
- 8/05 : article online sur Vacancesweb (FR/NL) : <https://www.vacancesweb.be/article/route-vins-brabancons-velo> + <https://www.vakantieweb.be/artikel/brabantse-wijnroute-per-fiets>
- Juin : Emission radio « Le Meilleur de la Wallonie » sur Bel RTL - capsule entre animateurs

Grâce à ces actions, nous avons eu une liste d'environ **40 contacts** pré-inscrits ou intéressés par une nouvelle édition du Vino-trip en 2025.



Campagne humoristique

L'année 2024 a aussi été le théâtre d'une campagne humoristique, lancée avec l'humoriste **Pablo Andres** à partir du 21 juin. Le but était bien évidemment de promouvoir le Brabant wallon et ses sites touristiques.



Pour ce faire, la MTBW a demandé la production de 2 vidéos longues et de 5 vidéos courtes à partager sur Facebook et Instagram. 2 de ces vidéos courtes ont été partagées en parallèle sur les comptes sociaux de Pablo Andres. La diffusion de ces capsules est autorisée jusqu'au 31 décembre 2025.



Miniatures des 7 vidéos de Pablo Andres

Campagne humoristique (SUITE)

Dates de diffusion :

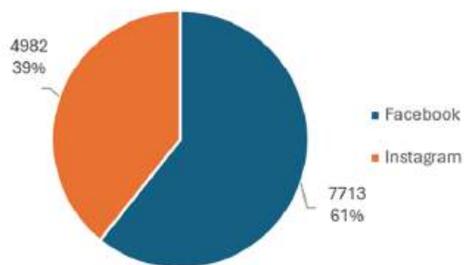
- Première phase : 21 juin - 12 juillet 2024.
- Deuxième phase : 26 août - 14 octobre 2024.



Après analyse des premiers résultats de cette campagne, il appert que la campagne a atteint ses objectifs principaux : une visibilité exceptionnelle avec près de **6 millions d'impressions** et un engagement significatif de la part des internautes. Ceci a participé à l'augmentation de la notoriété de la Province.

Les vues organiques (**275.786**) ont représenté une petite proportion (8%), soulignant que la majorité de la visibilité a découlé du budget publicitaire (5.500€). Cette portée isolée reste toutefois un très bon chiffre. Les vidéos ont généré près de 13.000 interactions, montrant un engagement fort de la part des internautes. Le contenu humoristique a par ailleurs été apprécié par les internautes avec plus de **10.500 réactions positives** et seulement 23 réactions négatives ; ce qui représente 0,21%.

Interactions selon le canal



Facebook a enregistré près de **1.000 partages**. Du côté d'Instagram, l'engagement des internautes (interaction) a été très fort sur ce canal, en particulier les « j'aime » et les enregistrements. Les vidéos « Patrimoine » et « Musées » ont d'ailleurs généré beaucoup d'enregistrements sur Instagram.



Les vidéos ont eu le plus d'impact auprès des **55 ans et +**. Le public touché est davantage masculin pour les 18-54 ans. La tendance s'inverse au-delà de 55 ans.



Actions médias

Le **plan média** de la Maison du Tourisme comporte des actions online et offline. Certaines sont réalisées en collaboration avec VisitWallonia, marquées par un * dans ce document.

SUR LE MARCHÉ BELGE :

Thématique générale / notoriété

1. Brochure de VisitWallonia « Séjours et excursions en Wallonie »* **(1)**
2. Sponsoring météo visant la notoriété du Brabant wallon sur Antipode pendant 6 mois d'avril à septembre
3. Diffusion d'une capsule vidéo à l'aéroport de Charleroi sur les écrans digitaux d'infos, du 26/04 au 10/05
4. Spot publicitaire sur BeL RTL (agenda en complétion) visant la notoriété du Brabant wallon, pendant 1 semaine, à partir du 20/05*
5. Campagne avec Pablo Andres à partir du 20/06 (2 vagues) : **(2)**

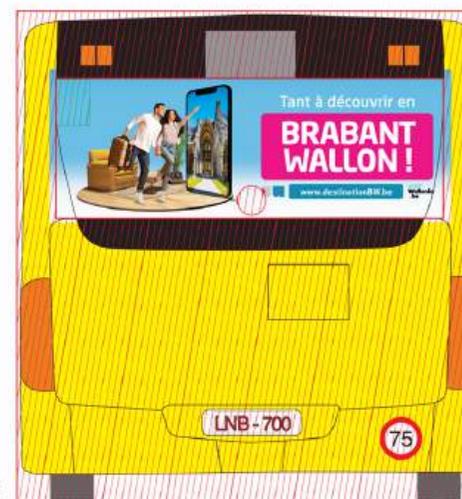
- Vidéo « patrimoine » mettant en avant la Collégiale Sainte-Gertrude et l'Abbaye de Villers-la-Ville : <https://www.facebook.com/reel/1132190484563849>
- Vidéo présentant les incontournables (Domaine de la Bataille de Waterloo 1815, Abbaye de Villers-la-Ville, Domaine régional Solvay, Musée L, Musée Hergé, Walibi, Collégiale Sainte-Gertrude) : <https://fb.watch/weBbNqPBzC/>
- 2 vidéos sur le **Champ de Bataille de Waterloo** - version courte et longue (Domaine de la Bataille de Waterloo 1815, DQGN, Musée Wellington, Ferme de Mont-Saint-Jean) : <https://fb.watch/weBf9XiAHT/>
- Vidéo « fun » (Walibi, Aventure Parc, Wavre Indoor Karting) : <https://fb.watch/weC3k-nA26/>
- Vidéo sur les musées (Musée L, Musée Hergé, Fondation Folon) : <https://www.facebook.com/reel/1223437298652455>
- Vidéo illustrant l'aspect nature et terroir (Bois des Rêves, Château d'Hélécine, Domaine régional Solvay, tarte al djote) : <https://fb.watch/weBItvXSet/>



6. Spot diffusé dans toute la Wallonie sur Nostalgie et Contact du 1/07 au 26/07 (spot identique à celui sur Antipode)



7. Affichage sur les vitres arrière de 25 bus de la TEC **(3)** en Wallonie du 2/07 au 15/07 et affiches de 1m² dans les gares de Bruxelles et de Wallonie du 2/07 au 30/07 **(4)**
8. Spot publicitaire diffusé dans les cinémas Imagibraine, Cinescope, Wellington, Stockel, Vendome, Kinopolis Brussels du 10/07 au 7/08



■ SUR LE MARCHÉ BELGE (SUITE) :

Thématique Musées/sites

- 9. Diffusion des capsules du petit patrimoine sur TV Com + Canal Zoom entre le 21/02 et 30/03
- 10. Article FR/NL sur Vacancesweb.be sur le top 5 des sites incontournables, publié le 16/4 (1)
- 11. Article FR/NL sur Vacancesweb.be à propos de la route Napoléon, publié le 4/6 (2)
- 12. Parution d'une page dans Le Soir Voyage, le 15/06
- 13. (BE NL) 1 page dans le Walking Magazine du mois de juin + Article dans la Newsletter*
- 14. Article FR/NL sur Vacancesweb.be à propos des activités fun, publié le 2/7
- 15. Article sur soSoir.be sur les grands événements de l'été, publié le 2/7
- 16. La Grande Wadrouille* le 3/08 : action en radio, TV, presse et réseaux sociaux
- 17. 1 Page dans le supplément Pass Musées, avec le Knack et Le Vif, paru le 20/11
- 18. ½ page dans le Duo Mag, présentant des idées de sorties à 2, paru le 13/12



Brabant wallon : les 5 sites à ne pas manquer

Le Brabant wallon est riche en sites historiques, ce ne sont pas les opportunités de visite qui manquent dans la "zone pavillonnaire".

Historie, architecture, art ou sports plongés en plein naturel, ce ne sont pas les opportunités de visite qui manquent dans la "zone pavillonnaire".

Domaine de la bataille de Waterloo 1815



Le 18 juin 1815, le territoire de Waterloo fut le théâtre d'un événement qui marqua l'histoire de l'Europe occidentale. Ce jour-là, les armées de Napoléon Bonaparte et de la coalition européenne se affrontèrent dans la bataille de Waterloo. Ce jour-là, les armées de Napoléon Bonaparte et de la coalition européenne se affrontèrent dans la bataille de Waterloo.

Pour votre deuxième journée en terres brabannes, le programme vous propose de suivre cette fois la destinée des alliés aux côtés du duc de Wellington. Pour ce faire, rendez-vous au **Musée Wellington** dans le centre de Waterloo. De quoi y revivre, en sa compagnie, le jour de la victoire contre le tyran français. Vous avez installé son hôpital de campagne. Plus de 6.000 soldats y furent soignés ! La ferme héberge également une micro-brasserie et une micro-distillerie où l'on peut déguster de délicieuses bières, dont celle de Waterloo qui honore au nom de la **Bière des braves**, ainsi que du gin et du whisky.



2

1

Thématique Vino-trip

- 19. Article sur La Libre Belgique, publié le 26/03 (3)
- 20. Article dans BIOInfo, paru le 1/05
- 21. Article FR/NL sur Vacancesweb.be, publié le 8/5 (4 & 5)



3

Entre effort et réconfort

Un week-end par mois de mai à août, à des dates définies. Votre séjour en Brabant wallon se fera dans l'un des deux hébergements sélectionnés par la Maison du Tourisme du Brabant wallon : le **Gîte du Château** ou au **Domaine des Trois Tilleuls**, vous tomberez dans un cadre exceptionnel. Pour une ambiance chic, rendez-vous à l'**Art des Sens** au Golf de Rigenée. La superbe vue sur le green tout proche tandis que le chef vous montera un dîner digne des grands chefs gastronomiques. Si vous préférez une adresse plus authentique, on vous suggère le **Château de l'Abbaye de Villers-la-Ville**. Après un petit-déjeuner, il est temps de prendre la route ! Le parcours débute par le tunnel qui mène à la Toscane, ce sont des bules que vous trouverez sur place. Si vous êtes passionnés à l'hospitalité chaleureuse : Anne et Christian. Après la visite, un lunch au **Château de Villers-la-Ville**, suivi d'une expérience unique, baptisée **Vino Sento**, qui éveillera vos sens à nouveau le soir de votre bicyclette.

4



Einde van de weg

Als alle goede dingen komt een eind! Na het Domein du Chapitre of de extra wandeling naar Braken-Château is het tijd om terug te gaan. Als u na uw verschillende bezoeken lekkere souvenirs wilt meenemen, geen probleem! Inderdaad, het hele weekend zorgt **Coeur Vigneron** voor het transport en versnor van uw aankopen naar de mijnsterren.

5

🇧🇪 SUR LE MARCHÉ BELGE (SUITE) :

Thématique Famille

- 22. Article sur Le Ligueur.be, publié le 14/02*
- 23. Article sur lavenir.net, réutilisé sur la dhnet.be, à propos des activités durant les vacances de mai, publié le 26/04 (1)
- 24. Publi-rédactionnel d'une page, écrit par un journaliste, dans le Deuzio, paru le 29/06* (2)
- 25. Article sur Planet-lifestyle.be à propos des activités à faire pendant les vacances d'automne, publié le 26/09 + réseaux sociaux



Thématique Balades

- 26. ½ page de publicité dans le Touring Magazine (FR/NL) sur les balades et nos brochures à commander, paru le 27/06 (3)
- 27. Article dans la Newsletter de Pasar sur les balades à vélo et la brochure à commander, envoyée le 26/06*
- 28. Article dans la Newsletter de Pasar sur les balades à pied et la brochure à commander, envoyée le 17/07*



Ga wandelen of fietsen in Waals-Brabant!

Waals-Brabant, ten zuiden van Brussel, biedt een brede waaier aan activiteiten die vlak bij elkaar liggen. De regio is ideaal om de buitenlucht op te zoeken en opnieuw in contact te komen met de natuur, maar ook om het rijke erfgoed te ontdekken.

Het Maison du Tourisme van Waals-Brabant heeft onlangs nieuwe brochures uitgegeven om je het erfgoed te helpen ontdekken.

Een boekje stelt de 10 mooiste fietroutes voor op basis van het knooppuntnetwerk.

Deze routes zijn tussen de 25 en 46 km lang, maar kunnen gecombineerd worden tot meerdagse tochten. Een brochure met 25 wandelingen laat je kennismaken met de soms minder bekende bezienswaardigheden die het landschap van Waals-Brabant rijk is.



Of het nu gaat om wandelingen, fietstochten of een bezoek aan een van de bekende of minder bekende toeristische en culturele trekpleisters, Waals-Brabant heeft heel wat verrassingen voor jou in petto. Bestel je brochures op www.beleefwaalsbrabant.be



Partez en balade en Brabant wallon !

Au sud de Bruxelles, le Brabant wallon offre une panoplie d'activités proches les unes des autres. Le territoire est idéal pour se mettre au vert et se reconnecter à la nature, mais aussi pour découvrir son riche patrimoine.

Le Maison du Tourisme du Brabant wallon vient de sortir de nouvelles brochures qui vous emmènent à la découverte du petit patrimoine et de l'histoire de son territoire.

Un carnet présente les 10 plus beaux parcours à vélo sur base du réseau points-

numéros. Ceux-ci font entre 25 et 46 km mais peuvent se combiner pour créer des escapades de plusieurs jours. Une brochure de 25 balades à pied vous fait découvrir les points d'intérêt touristiques parfois moins connus qui jalonnent le paysage du Brabant wallon.



Dans ces carnets, vous retrouverez également des suggestions d'hébergements et de restaurants. Que ce soit pour des balades, des visites de sites touristiques et culturels (notamment ou micromuseums, le Brabant wallon vous réserve de nombreuses surprises). Commandez vos brochures sur www.destinationbw.be/pratique/notre-brochure.

🇧🇪🇬🇧 SUR LE MARCHÉ BELGE ANGLOPHONE

- 29. 1 page dans le Together Magazine d'avril/mai
- 30. Publi rédactionnel dans l'édition d'avril/mai du Brussels Times sur Waterloo et les gros spots* (1)
- 31. Article online sur le site web de The Brussels Times, consacré à Waterloo, paru le 3/06 (2)
- 32. Collaboration avec Travel Tomorrow : 2 articles en ligne + 3 pics of the day entre mai et fin juin :
 - 1) 5 stunning cultural spots to visit in Belgium's Walloon Brabant (3)
 - 2) Napoleon's last stand to be recreated in Waterloo this June
 - 3) Historic family weekend in Waterloo

🇳🇱 SUR LE MARCHÉ HOLLANDAIS

- 33. Publi-rédactionnel de 1/3 page dans Bindinc à propos des gros spots (Champ de Bataille de Waterloo, Abbaye de VLV, Collégiale Ste Gertrude), publié le 2/04*(4)
- 34. 1 page dans « Verrassend België », un supplément dans Villa d'Arte, sur l'escapade Terre d'artistes, paru le 25/04*
- 35. Article online + article dans la newsletter Plusonline 50+, envoyée le 18/08*



4

🇫🇷 SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS

- 36. Article online publié sur 59.kidiklik.fr + newsletter + FB, à partir du 15/02*(5)
- 37. Article sur le site web du Petit Futé + parution dans la newsletter*
- 38. Diffusion du spot de la papier/VisitWallonia sur France Télévision (HDF et Grand Est) en juillet et août*
- 39. Campagne d'affichage sur la Métropole lilloise en juillet et août*(6)



5



6



1



2



3

Actions online

En parallèle à toutes ces actions, des campagnes payantes ont été produites sur Facebook pour mettre en avant le Vino-trip, nos articles de blog, nos éditions, nos capsules thématiques, les balades en Brabant wallon, ...

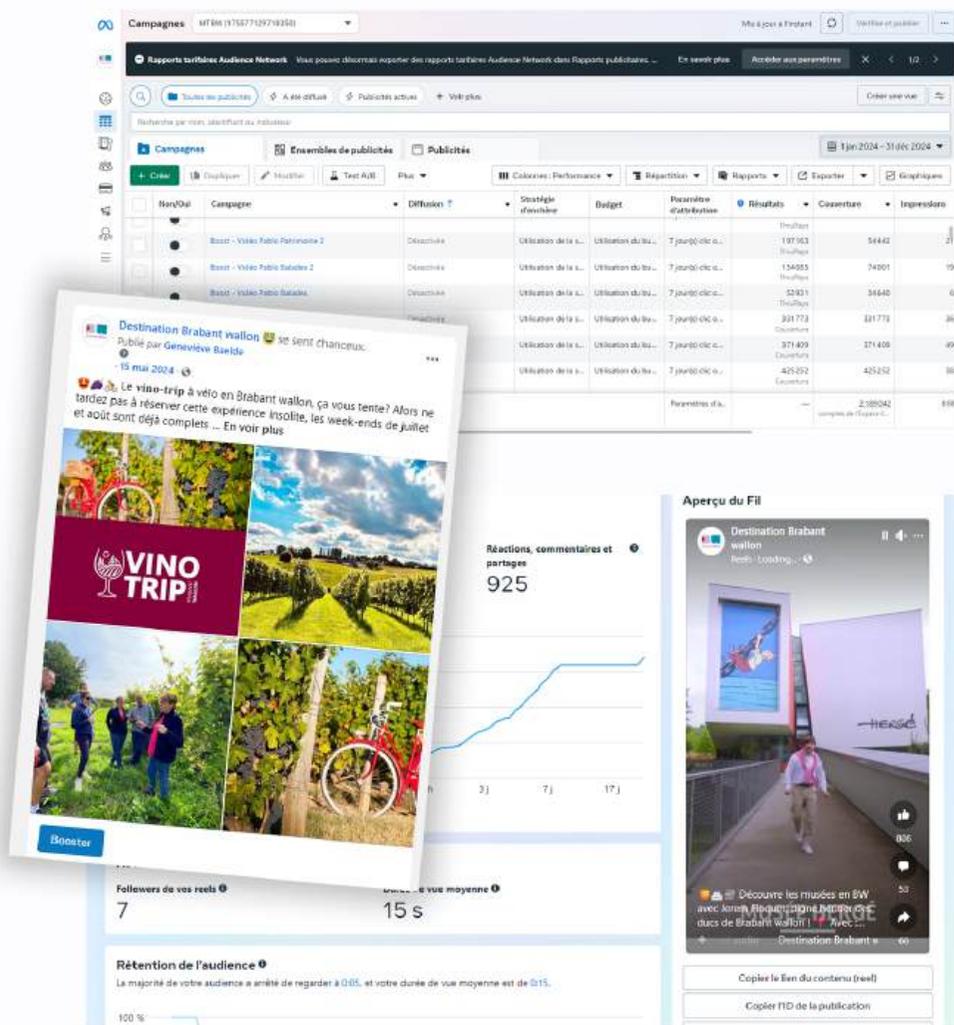


Tableau de bord de nos campagnes payantes 2024

Collaborations avec des blogueurs

Cette année, nous avons collaboré avec « les Balades de David » qui a mis en avant la balade des 3 vallées à Grez-Doiceau et avec Amazing Belgium qui s'est rendu en Hesbaye brabançonne pour promouvoir cette belle région et les 2 Plus Beaux villages de Wallonie en Brabant wallon (Mélin et Saint-Remy-Geest).

L'équipe de la MTBW a également réalisé de nombreuses expériences afin d'en parler dans son blog touristique. Les membres de l'équipe ont par exemple visité une nouvelle exposition au Musée L, goûté des produits du terroir, testé un simulateur de vol, profité d'un séjour détente et assisté à des spectacles ou des événements.



SITE WEB



Le site Internet et le blog de la MTBW assurent également une belle promotion de l'ensemble des sites touristiques de la province. Il est mis à jour régulièrement.



159.807
nouveaux utilisateurs
ont consulté
le site en 2024



2,19 min
de durée
moyenne de
session



72,1%
des utilisateurs
venant depuis
le mobile



77,4%
d'utilisateurs
francophones



11,6%
d'utilisateurs
néerlandophones



8,5%
d'utilisateurs
anglophones



2,5%
d'utilisateurs
autres

BLOG



En 12 mois, **17** articles ont été publiés sur notre blog pour une consultation annuelle de **24.609** vues



Voici le TOP 3 des articles ayant généré le plus de vues en 2024 :

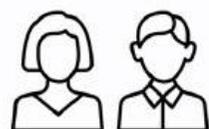
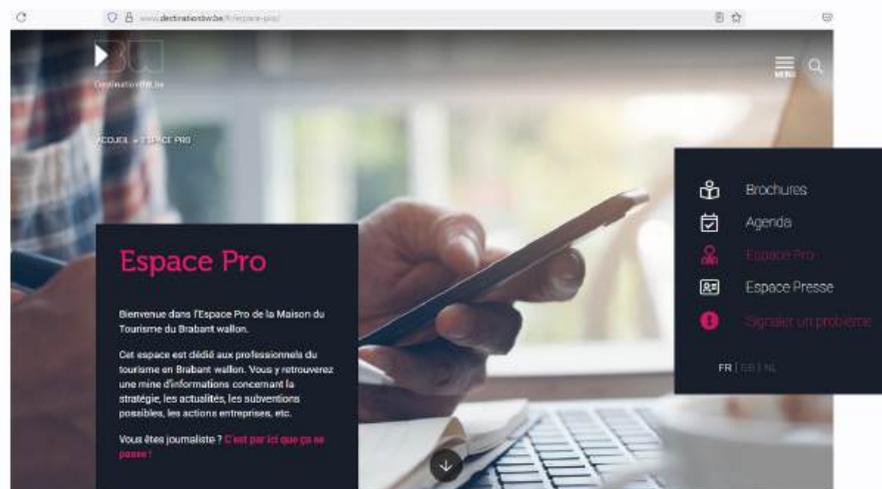
- 1.** Les meilleurs restaurants avec enfants : **4.897 vues**
<https://blog.destinationbw.be/les-meilleurs-restaurants-avec-enfants/>
- 2.** Activités funs avec les ados : **3.778 vues**
<https://blog.destinationbw.be/activites-fun-avec-les-ados/>
- 3.** Les plus beaux marchés de Noël : **1.486 vues**
<https://blog.destinationbw.be/les-plus-beaux-marches-de-noel/>

LES NEWSLETTERS DE LA MTBW

NEWSLETTER B2B

La **newsletter B2B** est destinée aux prestataires touristiques du Brabant wallon, institutionnels (BW, Région wallonne...) ou encore SI/OT. Elle est envoyée tous les 2 mois.

Il est possible de s'inscrire à celle-ci via le site Destination BW, dans l'espace pro : <https://www.destinationbw.be/espace-pro/>



740
inscrits à la
Newsletter
B2B en 2024



45,53%
Taux
d'ouverture
de la Newsletter



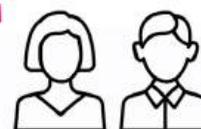
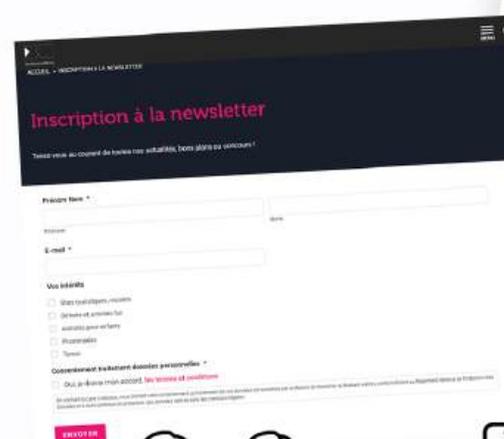
5,16%
Taux
de Clic de
la Newsletter

NEWSLETTER B2C

La **newsletter B2C** est destinée aux visiteurs touristiques du Brabant wallon, locaux ou étrangers. Elle est envoyée toutes les 6 semaines.

Il est possible de s'inscrire à celle-ci via le site Destination BW :

<https://www.destinationbw.be/inscription-a-la-newsletter/>



3050
inscrits à la
Newsletter
B2C en 2024



40,82%
Taux
d'ouverture
de la Newsletter



5,45%
Taux
de Clic de
la Newsletter



RESEAUX SOCIAUX

FACEBOOK



Destination Brabant wallon

@destinationbw - Agence de voyage

A la fin de l'année 2024, la page Facebook « Destination Brabant wallon » dénombrait **34.233** fans,

423.548 : Moyenne de la couverture de la page par mois

15 : Moyenne du nombre de publications par mois

151,12 : Moyenne des likes par publication

28,7 : Moyenne des réactions, commentaires et partages par publication



INSTAGRAM



#destinationbw



A la fin de l'année 2023, le compte Instagram « Destination Brabant wallon » #destinationbw » dénombrait **3.347** fans.

2782 comptes : Moyenne de la couverture de la page par mois

3,33 : Moyenne du nombre de publications par mois

56,2 : Moyenne des likes par publication

CONCOURS EN LIGNE - CALENDRIER DE L'AVENT

C'est en décembre 2024, et pour la première fois, que la Maison du Tourisme a proposé un concours en ligne sous la forme d'un **calendrier de l'Avent**, sur sa page Facebook.

La participation se faisait via un formulaire en ligne, avec une seule question subsidiaire : deviner le nombre de participants au concours du jour. La personne se rapprochant le plus du bon nombre gagnait le cadeau mis en jeu.

Ce projet a été réalisé en collaboration avec plusieurs partenaires touristiques qui ont généreusement offert des lots : billets d'entrée pour des attractions ou événements, paniers gourmands, buffet, brunch, etc. Parmi eux, on retrouve notamment Walibi, l'Abbaye de Villers-la-Ville, le Van der Valk de Nivelles ou encore la Ferme de l'Hosté.



Sur les 24 jours que comptait le calendrier, **20** ont été consacrés à des concours permettant de remporter un lot. Les 4 jours restants ont été dédiés à la promotion plus générale de l'offre touristique, comme la mise en avant des marchés de Noël du Brabant wallon.

Au total, **967** participants ont tenté leur chance.

MISSION III : DEVELOPPER LES CLUSTERS THÉMATIQUES AINSI QU'UNE VEILLE TOURISTIQUE ET TECHNOLOGIQUE

En 2023, la mission du développement des clusters s'est poursuivie permettant ainsi de développer la stratégie touristique du Brabant wallon. Pour rappel, ces clusters sont :

- **Tourisme de mémoire :**
 - Waterloo
 - 2nde Guerre mondiale
- **Patrimoine et transmission**
- **Fun et Sensations**
- **Tourisme urbain - Art et Culture**
- **Douceur de vivre - Balades - Slow Tourisme**



La stratégie touristique du Brabant s'affine davantage en 2024 en considérant que le cluster « Douceur de vivre - Balade (slow tourisme) » est, en fait, le cluster le plus transversal et le dénominateur commun des autres clusters. En effet, le slow tourisme peut être appliqué pour chacune des thématiques fortes du Brabant wallon.

POURSUITE DES GROUPES DE TRAVAIL THÉMATIQUES

En 2024, la Maison du Tourisme a participé à une réunion de suivi des projets des différents prestataires du Champ de Bataille de Waterloo. L'objectif était de se tenir au courant des différents projets et événements à venir, mais aussi d'observer la collaboration entre les différents partenaires.

En 2024, les groupes de travail se sont concentrés sur la thématique « **Mémoire** », car un second groupe de travail a été organisé sur la thématique « 40-45 » avec les 4 musées et d'autres partenaires de la thématique. Un plan d'action pour 2025 a donc été mis en place, avec notamment l'organisation d'un Rallye du Souvenir reliant les 4 musées.



ETUDES TERMINÉES OU EN COURS

En 2024, la Maison du Tourisme a commandé une étude sur l'ensemble de son offre de balades à pied et à vélo. Plusieurs objectifs ont été atteints par cette étude :

- L'amélioration de la structuration de l'offre en balades, et la requalification de certaines balades ;
- L'enrichissement, la vérification et la mise en valeur et cohérence de nos 2 carnets de balades à pied et à vélo ;
- La création de nouveaux produits « balades », orientés « séjours ».

SUIVI DU DASHBOARD NUMÉRIQUE

Le suivi du **tableau de bord numérique** se fait de manière mensuelle et annuelle.

Celui-ci reprend les statistiques des outils digitaux de la MTBW à savoir :

- Site Internet
- Blog
- E-shop
- Facebook et Instagram
- Newsletters BtoB et BtoC
- Cirkwi
- Totemus

MISE EN PLACE D'UN BAROMÈTRE DURABLE VIA GDS

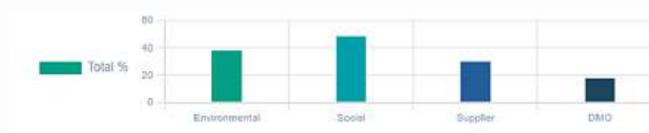
En 2024, la Maison du Tourisme a participé à l'**index durable GDS** (Global Destination Sustainability Index). Cet index n'est ni une certification ni un label, mais un programme d'amélioration continue destiné aux destinations touristiques. Il permet d'évaluer, comparer et renforcer les stratégies et initiatives en matière de durabilité. En mesurant la performance de plus de 100 organismes de gestion de destinations, autorités municipales et acteurs du tourisme, il accompagne les territoires dans leur transition vers un tourisme plus responsable et régénératif.



La Maison du Tourisme a donc complété et transmis 80 indicateurs portant sur 4 aspects du développement durable liés au tourisme : l'environnement, l'aspect social, les fournisseurs/prestataires et la gestion de la destination en tant que Maison du Tourisme.

Voici les différents résultats obtenus :

- Le territoire de la Maison du Tourisme du Brabant wallon a obtenu un score de 31,6% et se positionne donc à la 94e place du top 100 de l'index.
- Comme on peut le voir sur le graphique, l'aspect social a obtenu le meilleur score. Il faut noter que les données environnementales étaient les plus difficiles à trouver, notre pays ayant plusieurs niveaux de pouvoir avec des compétences différentes.



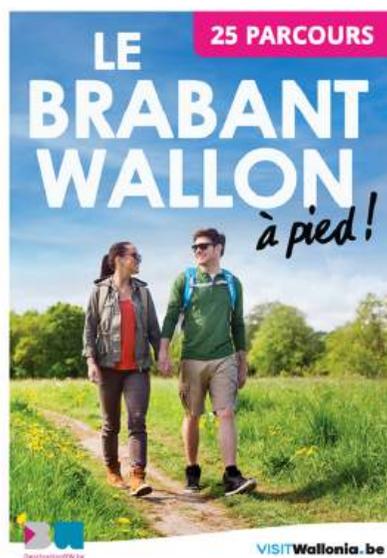
En ce qui concerne les 2 autres aspects, la Maison du Tourisme, grâce à une meilleure compréhension de sa position dans l'amélioration de la durabilité de la destination, s'engage à faire mieux, en vue de participer une seconde fois au GDS index en 2026.

MISSION IV : STRUCTURER DE NOUVEAUX PRODUITS

GESTION DES PROMENADES TOURISTIQUES

Afin de répondre à la demande de requalification des itinéraires touristiques (émise par le Commissariat général au Tourisme en 2021), une étude a été commandée pour réviser l'ensemble des balades, à pied et à vélo, existantes dans notre base de données. L'objectif rencontre celui du slow tourisme à savoir référencer moins de balades mais de meilleure qualité (sécurité, attraits paysagers, patrimoine,...).

C'est donc la société **Hike Up** qui nous a aidés dans la révision de la stratégie « balades », afin de faire de celles-ci des opportunités pour favoriser un tourisme de court séjour.



Lors cette étude, de nouveaux produits ont été créés et seront valorisés en 2025 :

- **La route des jardins d'exception** : il s'agit d'un circuit vélo de 208 km reliant les différentes pépites du Brabant wallon. Cette route permet de réaliser un séjour complet de 4 jours en Brabant wallon.
- **Le Brassicole tour** : il s'agit de 3 routes à vélo qui permettent, si elles sont combinées, de parcourir le Brabant wallon d'Ouest en Est, à la découverte de notre terroir brassicole. La route de la Senne à l'ouest (91km), la route des Abbayes au centre (104km) et la route du Malt à l'est (90km). Chaque route permet de passer un week-end mais il est possible de les combiner pour réaliser un tour de 4 jours ou un tour complet de 6 jours.
- **La route Napoléon**, adaptée au vélo, sur le réseau « points-nœuds », est cette fois un trajet « One Way » au départ de Fleurus et Ligny jusqu'à Waterloo et Braine-l'Alleud en passant par Villers-la-Ville. Cette route a également été adaptée en randonnée afin de diversifier le produit déjà existant pour les voitures, et référencé par VisitWallonia. Ce nouveau produit permet donc de marcher sur les pas des soldats.
- **Une balade « dog friendly »** de 13km au départ du Bois des Rêves a également été créée afin de répondre aux demandes de VisitWallonia qui développe le « Toutourisme ».
- Enfin, **des balades à pied adaptées aux personnes à besoins spécifiques** vont encore être créées en 2025.



CHASSES TOTEMUS

Le Brabant wallon propose au minimum une chasse par commune. La toute dernière, créée sous la coupe de la Maison du Tourisme, avec l'aide des organismes touristiques locaux et les communes, est sortie en mai 2024 à La Hulpe.

Avec un total de 24 chasses créées par la MTBW, ce concept ludique à mi-chemin entre le géocaching et le jeu de piste a permis à **25.798 personnes** de découvrir ou redécouvrir le Brabant wallon d'une manière récréative. Certaines chasses n'ont pas été renouvelées par les organismes locaux ou ont été remplacées.

D'autres chasses présentes sur le territoire ont permis d'accueillir **6.389** joueurs supplémentaires.

TOTEMUS
Envie de vous balader autrement ?
Ajoutez un côté ludique à vos balades !
Réalisez de nombreux jeux de piste et chasses aux trésors en Brabant wallon !
Téléchargez l'application dès maintenant !
Retrouvez tous les jeux sur www.destinationbw.be/balades-insolites

CHASSE TOTEMUS CHASTRE
www.totemus.be
SCANNEZ LE QR CODE ET ACCÉDEZ À LA CHASSE
TOUTES LES CHASSES SONT GRATUITES

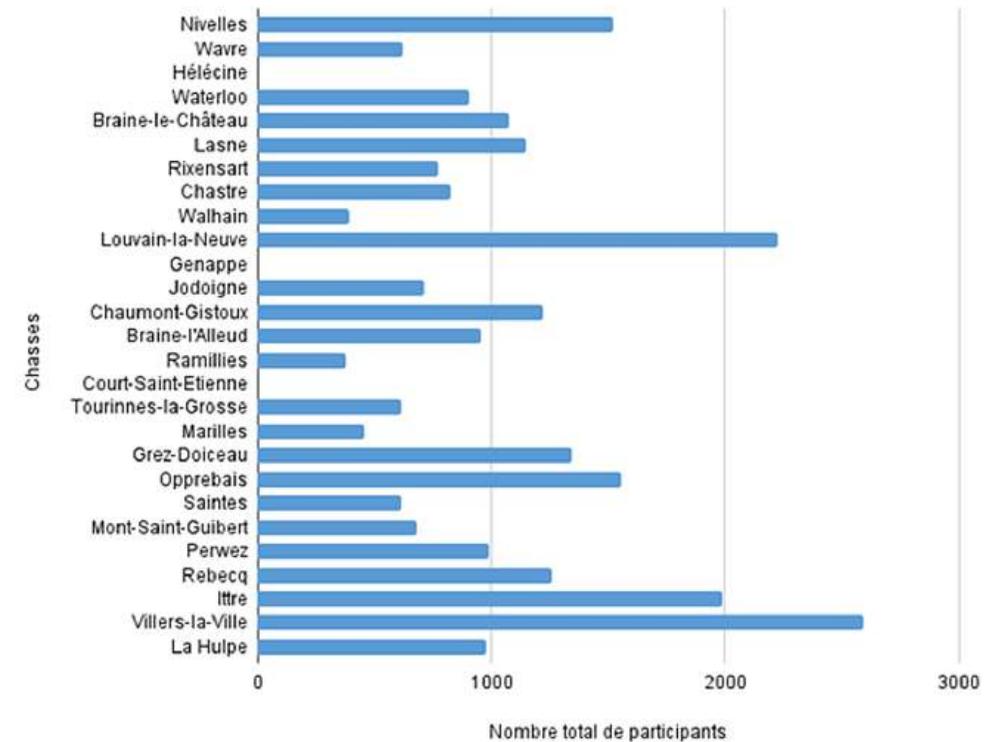
CHASSE TOTEMUS WAVRE
www.totemus.be
SCANNEZ LE QR CODE ET ACCÉDEZ À LA CHASSE
TOUTES LES CHASSES SONT GRATUITES



TOTEMUS

STATISTIQUES 2024

Nombre total de participants Totemus par commune



PROMOTION DES ESCAPADES THÉMATIQUES

En 2023, la MT du Brabant wallon a poursuivi la promotion de ses **escapades thématiques**, regroupées par moyen de transport : à vélo, en voiture avec une rubrique « douceur de vivre ».

Une toute nouvelle escapade a été mise en ligne en 2024 : le **Vino-Trip**. 2024 a été l'année du lancement et de la commercialisation de ce nouveau produit. Pour rappel, il s'agit d'un séjour à vélo de 3 jours et 2 nuits au départ de Villers-la-Ville. Ce séjour permet de partir à la rencontre de 3 vignerons, d'explorer de beaux paysages et de vivre une expérience insolite à taille humaine.



Promu dès le mois de mars auprès du grand public, les différentes dates du Vino-Trip **ont vite affiché complet** !

Le Vino-Trip en quelques chiffres :

4

week-ends
organisés entre
mai et août

44

participants
très satisfaits

3.360

vues sur la
page dédiée sur
destinationbw.be



De nombreuses
bouteilles
vendues

Les retombées ont donc été grandement appréciées par les différents partenaires du projet :

- Pour la Maison du Tourisme :

- Grande visibilité grâce à un projet concret et innovant auprès du grand public, mais aussi auprès de nos partenaires touristiques wallons ou du Brabant wallon, qui accorde de l'importance à notre organisme, en le prenant comme référence ;
- Possibilité de travailler avec l'UPAV et VisitWallonia pour créer des séjours.

- Pour les hébergements :

- Gain en notoriété, notamment pour le Domaine des 3 Tilleuls qui se lançait la même année ;
- 4 week-ends complets grâce au Vino-trip ;
- La satisfaction de faire partie d'un produit qui remporte du succès auprès des visiteurs.

- Pour les vignerons :

- Gain en notoriété ;
- Réflexion sur l'ouverture au tourisme ;
- La satisfaction de faire partie d'un produit qui remporte du succès auprès des visiteurs ;
- De très bonnes ventes réalisées.



- Pour la région de Villers-la-Ville :

- Certains participants ont consommé dans les restaurants aux alentours. D'autres sont même arrivés tôt le vendredi pour pouvoir découvrir davantage la région ;
- Gain en notoriété car belle promotion réalisée.

Le Vino-Trip est donc renouvelé pour une seconde édition en 2025, avec 5 dates de mai à août.

COMPTES ANNUELS - MTBW 2024



Détail du bilan

01/01/2024 - 31/12/2024

	Exercice 2024		Exercice 2023	
ACTIFS IMMOBILISES	21/28			140,37
Immobilisations financières (ann. 6.4/6.5.1)	28			140,37
Autres immobilisations financières	284/8			140,37
Créances et cautionnements en numéraire	285/8			140,37
288010 CAUTIONNEMENT GESTION SEC SOCIAL PARTENA				140,37
ACTIFS CIRCULANTS	29/58	371.861,83		370.895,38
Créances à un an au plus	40/41	83.643,28		90.806,98
Créances commerciales	40	83.643,28		90.806,98
400000 CLIENTS		1.235,00		1.024,00
401000 SUBSIDES COMMUNAUX A RECEVOIR		885,60		
404000 SUBSIDES REGION WALLONNE A RECEVOIR		80.160,24		88.996,00
406000 DOUBLE PAIEMENT FOURNISSEURS		1.362,44		786,98
Valeurs disponibles	54/58	287.463,14		280.088,40
550000 COMPTE COURANT BELFIUS		213.362,14		206.297,85
550010 COMPTE EPARGNE BELFIUS		75.219,69		74.413,59
570000 CAISSE		284,26		184,26
580000 VISA/MASTERCARD		(1.402,95)		(807,30)
Comptes de régularisation (ann. 6.6)	490/1	755,41		
490000 CHARGES A REPORTER		755,41		
Montant total de l'actif		371.861,83		371.035,75

FONDS SOCIAL	10/15	215.762,54		179.188,43
Fonds de l'association ou de la fondation (ann. 6.7)	10	34.540,84		34.540,84
100000 FOND SOCIAL		34.540,84		34.540,84
Bénéfices (Pertes)reporté(e) (+)/(-)	14	144.647,59		144.647,59
140000 BENEFICE A REPORTER		144.647,59		144.647,59
Solde 6 et 7	149	36.574,11		
*** 149999 Resultat Provisoire Reporte		36.574,11		
PROVISIONS ET IMPOTS DIFFERES	16	54.680,39		54.680,39
Provisions pour risques et charges	160/5	54.680,39		54.680,39
Autres risques et charges (ann. 6.7)	164/5	54.680,39		54.680,39
165100 PROVISION SUBSIDE A REMBOURSER		3.500,00		3.500,00
165200 PROVISION POUR RISQUES ET CHARGES		51.180,39		51.180,39
DETTES	17/49	101.418,90		137.166,93
Dettes à un an au plus	42/48	101.418,90		137.166,93
Dettes commerciales	44	82.479,07		128.077,97
Fournisseurs	440/4	82.479,07		128.077,97
440000 FOURNISSEURS		82.479,07		128.077,97
Dettes fiscales, salariales et sociales (ann. 6.8)	45	18.939,83		9.088,96
Impôts	450/3	2.383,15		1.427,01
451200 COMPTE COURANT ADMIN. TVA		2.383,15		1.022,54
453000 PRECOMPTE PROFESSIONNEL A PAYER				404,47
Rémunérations et charges sociales	454/9	16.556,68		7.661,95
454000 ONSS A PAYER		8.256,47		573,34
455000 REM. NETTES A PAYER EMPLOYE				2.518,25
456000 PECULES DE VACANCES		8.300,21		4.570,36
Montant total du passif		371.861,83		371.035,75

	Exercice 2024		Exercice 2023	
COMPTE DE RESULTATS				
Ventes et prestations	70/76A	1.096.430,28		1.165.570,56
Cotisations, dons, legs et subsides (ann. 6.9)	73	1.089.608,51		1.137.459,08
730010 COTISATIONS DES COMMUNES DU BW		40.098,50		40.098,50
733120 SUBSIDE MISE A DISPOS. PERSONNEL PROV.		569.186,59		612.916,74
733130 SUBSIDE MISE A DISPOS. LOCAUX PROV.		20.500,00		13.000,00
733200 SUBVENTION REGIONALE DE FONCTIONNEMENT		365.593,44		371.730,00
733300 SUBVENTION REGIONALE DE PROMOTION		59.750,00		58.250,00
733350 SUBVENTION REGIONALE CARTES POINTS NOEUDS				3.000,00
733410 SUBVENTION FOREM GLOBAL APE		34.479,98		38.463,84
Autres produits d'exploitation	74	6.446,34		5.364,46
740800 COMPENSATION SUR LE NET SALAIRE				743,51
740900 EXONERATION PP A PAYER				74,49
745000 VENTES BROCHURES & CARTES & FRAIS RECUPERES		6.446,34		4.546,46
Produits d'exploitation non récurrents (ann. 6.11)	76A	375,43		22.747,02
764000 REGULARISATION S.EX. ANTERIEURS		375,43		22.747,02
Coût des ventes et des prestations	60/66A	(1.060.536,90)		(1.165.431,45)
Approvisionnements, marchandises	60	(762,46)		
Achats	600/8	(762,46)		
604000 ACHAT DE LIVRES DESTINES À LA VENTE		(762,46)		
Services et biens divers	61	(995.846,26)		(1.080.305,46)
610100 LOCAUX MIS A DISPOS. PROVINCE				(13.000,00)
610200 LOCATION LOCAUX		(23.760,73)		
611500 NETTOYAGE LOCAUX		(933,70)		
612220 PETIT MATERIEL				(9.377,50)
612230 PETIT MATERIEL - MEDICAL		(29,90)		
612320 AMENAGEMENTS JODOIGNE				(3.297,84)
612400 IMPRIMES - FOURN. DE BUREAU - ACHATS TIMBRES		(6.149,66)		(5.253,16)
613020 HONORAIRES FIDUCIAIRES		(3.212,68)		(2.981,17)
613060 HONORAIRES SECRETARIAT SOCIAL		(3.043,96)		(1.531,52)
613100 ASSURANCE RC ADMIN.		(349,94)		(119,15)
613110 ASSURANCE EVENEMENTS		(354,95)		(109,26)
613200 COTISATIONS GROUPEMENTS PRO		(2.689,94)		(2.656,76)
613500 PUBLICATIONS LEGALES		(221,71)		(6,66)
613650 MAINTENANCE INFORMATIQUE-AB		(7.131,01)		(9.007,11)
613652 LOGISTIQUE		(13.000,79)		(16.035,44)
613655 ABONNEMENT LOGICIEL INFORMATIQUE		(5.761,39)		
613750 FRAIS DE TRADUCTION		(2.885,40)		(3.523,53)
613760 FRAIS ADMINISTRATIF PLUXEE		(128,12)		(109,23)
613800 ANNONCES ET INSERTIONS		(177.958,57)		(137.692,73)
613801 CATALOGUES ET IMPRIMES		(25.384,74)		(26.757,61)
613803 FOIRES ET SALONS		(1.397,55)		(3.085,50)
613804 ACHATS LOTS CONCOURS				(2.628,00)
613805 FRAIS INDIRECTS DE PROMOTION		(1.380,10)		(353,20)
613806 BAROMETRE TOURISTIQUE DURABLE				(8.900,00)

Détail du bilan (suite)

01/01/2024 - 31/12/2024

		Exercice 2024	Exercice 2023
613807 ACCOMPAGNEMENT PARTENAIRE		(14.158,30)	(73.387,93)
613808 ETUDES & CONSULTANCES TOURISTIQUES		(2.904,00)	(14.520,00)
613809 CREATION & TESTING PRODUITS		(5.930,60)	(4.300,89)
613810 REPAS ET RECEPTIONS		(2.494,29)	(2.814,75)
613811 FRAIS NUITEES HOTELS - HEBERGEMENTS		(193,20)	(208,00)
613815 CAMPAGNE ET PUBLICITE EN LIGNE		(18.909,90)	(19.923,96)
613816 PHOTOS			(1.028,50)
613818 ISBN		(60,00)	
613900 FORMATIONS & COLLOQUES		(4.036,00)	(2.329,50)
615100 DEFRAIEMENTS PARKING/DEPL./CATERING		(1.131,30)	(986,34)
615200 REMBOURSEMENT FRAIS DEPL. ADMIN.		(428,36)	(638,48)
615950 DEPENSES PROMOTIONNELLES - GOODIES		(638,88)	
616540 CADEAUX PROFESSIONNELS			(825,00)
617000 PERSONNEL MIS A DISPOS. PROVINCE		(669.186,59)	(712.916,74)
Rémunérations, charges sociales et pensions (ann. 6.9)	62	(63.848,18)	(33.865,60)
620200 REM. BRUTES EMPLOYE		(45.605,54)	(22.914,70)
620210 PECULE VACANCE EMPLOYE			(4.039,72)
620211 PECULE VACANCE EMPLOYE ANNEES ANTERIEURES			1.507,70
620220 PRIME FIN ANNEE EMPLOYE			(440,71)
621000 COT. PATRONALES ONSS		(14.128,97)	(4.797,88)
621200 REDUCTION ONSS PATRONAL		1.623,40	
623020 REMBOURSEMENT DOM-TRAV / TRANSP PUBLICS		(290,76)	
623030 REMBOURSEMENT DOM-TRAV / KM VOITURE		(109,94)	
623130 FRAIS DE DEPLACEMENT			(694,59)
623200 EMPLOYES ASSUR. LOI - RC		(148,78)	(347,92)
623300 MARIBEL FISCAL		(342,91)	
623400 EXONERATION PP - REDUCTION AIP		457,15	
623410 SERVICE MEDICAL		(243,92)	(279,14)
623450 FRAIS TEAM-BUILDING		(250,00)	(564,00)
623530 CHEQUES-REPAS		(1.078,06)	(883,66)
624100 DOT. PROV. PECULE VACANCES		(8.300,21)	(4.570,36)
624110 REPR. PROV. PECULE VACANCES		4.570,36	4.159,38
Provisions pour risques et charges (dotations -, utilisations/r/n et reprises +) (ann. 6.9)	635/9		(51.180,39)
637000 PROVISION POUR RISQUES ET CHARGES			(51.180,39)
Autres charges d'exploitation (ann. 6.9)	640/8	(80,00)	(80,00)
640800 TAXE IMMONDICE		(80,00)	(80,00)
Bénéfice (Perte) d'exploitation (+)(-)	9901	35.893,38	139,11
Produits financiers	75/76B	1.151,57	
Produits financiers récurrents	75	1.151,57	
Autres produits financiers (ann. 6.10)	752/9	1.151,57	
756000 Produits Financiers Divers		1.151,57	
Charges financières	65/66B	(125,37)	(139,11)
Charges financières récurrentes (ann. 6.10)	65	(125,37)	(139,11)
Autres charges financiers	652/9	(125,37)	(139,11)

		Exercice 2024	Exercice 2023
657000 FRAIS BANCAIRES S./C.C. BELFIUS		(125,37)	(139,11)
Bénéfice (Perte) de l'exercice avant impôts (+)(-)	9903	36.919,58	
Impôts sur le résultat (ann. 6.12)	67/77	(345,47)	
Impôts	670/3	(345,47)	
670000 Impôts Et Preçptes Dus Ou Verses		(345,47)	
Bénéfice (Perte) de l'exercice (+)(-)	9904	36.574,11	
Bénéfice (Perte) de l'exercice à affecter (+)(-)	9905	36.574,11	

AFFECTATIONS ET PRELEVEMENTS			
Bénéfice (Perte) à affecter (+)(-)	9906	36.574,11	
Bénéfice (Perte) de l'exercice à affecter (+)(-)	9905	36.574,11	
Bénéfice (Perte) à reporter (+)(-)	14	36.574,11	

Comptes hors PCMN			
149999 Resultat Provisoire Reporte		36.574,11	





MAISON DU TOURISME DU BRABANT WALLON

NOTRE POINT D'ACCUEIL

Hotél des Libertés
Grand Place 1
1370 Jodoigne

NOS BUREAUX

Province du Brabant wallon
Chaussée des Collines 54
1300 Wavre

ADRESSE POSTALE

Place du Brabant wallon 1
1300 Wavre

SECRETARIAT

+32 (0)10 23 69 76
secretariat.mtbw@destinationbw.be



TELEPHONE

+32 (0)10 56 09 70



SITE WEB

destinationbw.be



BLOG

blog.destinationbw.be



E-MAIL

info@destinationbw.be



FACEBOOK

[destination brabant wallon](https://www.facebook.com/destinationbrabantwallon)



INSTAGRAM

[destinationbw](https://www.instagram.com/destinationbw)



YOUTUBE

[destination brabant wallon](https://www.youtube.com/destinationbrabantwallon)



Le Brabant wallon