

RAPPORT
D'ACTIVITÉ

2019



MAISON DU TOURISME
DU BRABANT WALLON

TABLE DES MATIÈRES

EDITO	3
CHIFFRES-CLÉS	4
MISSION I : GÉRER LA TRANSFORMATION ORGANISATIONNELLE DE LA NOUVELLE MT	5
L'équipe	
Les instances : conseil d'administration, assemblée générale et bureau	
La stratégie et les 5 missions de la MTBW	
L'organigramme fonctionnel	
MISSION II : ANIMER ET DÉVELOPPER LE RÉSEAU DES PARTENAIRES TOURISTIQUES	8
L'installation du lieu d'accueil	
Le lien avec les SI/OT	
Le soutien à la labellisation	
L'aide à l'animation numérique de territoire	
MISSION III : PROMOUVOIR LE BRABANT WALLON	10
Promotion Offline	10
Les éditions 2019	
Les foires et salons	
Les actions médias	
L'année à thème : Wallonie, terre d'eau	
La réorganisation de Cirkwi	
La médiathèque	
Promotion Online	14
Le site et les réseaux sociaux	
Les concours Facebook	
Le Brabant wallon vu par des blogueurs	
MISSION IV : DÉVELOPPER LES CLUSTERS	18
Le Brabant wallon : 1 territoire et 5 thématiques	
COMPTES 2019	19



Abbaye de Villers-la Ville @Amazing Wallonia - Villers-la-Ville Abbey - groups

EDITO

Voici le tout premier rapport d'activité de la Maison du Tourisme du Brabant wallon. Reconnue en juin 2019 par la Région wallonne et très attendue par de nombreux partenaires touristiques, la MTBW (pour les intimes) est officiellement sur les rails.

En effet, 2019 a été consacrée à sa mise en place autour de 5 missions dont l'objectif principal est d'opérationnaliser et répondre à la nouvelle stratégie touristique du Brabant wallon notamment par l'animation du réseau des opérateurs touristiques (syndicats d'initiative, offices du tourisme, hébergeurs, attractions, sites, musées, ...), la promotion de la destination et la réflexion sur la structuration de produits touristiques autour de thématiques regroupées par « cluster » prévue pour 2020.

Le bureau d'accueil principal de la MTBW a été fixé au Dernier Quartier Général de Napoléon à Vieux-Genappe, soit dans l'un des 7 hauts lieux du tourisme de mémoire du Brabant wallon.

La promotion touristique du Brabant wallon est déjà très bien maîtrisée par l'équipe actuelle de la Maison du Tourisme du Brabant wallon. Editions de brochures, participations à des salons du tourisme, actions médias online et offline, gestion des médias sociaux, collaborations avec des blogueurs, concours, ... Toutes ces actions permettent de mettre en exergue toutes les pépites de notre province.

Cependant, il n'en va pas de même pour l'accompagnement des partenaires touristiques dont les offices du tourisme et les syndicats d'initiative. En effet, sur ce volet, tout est à construire : conception de produits, réseautage, appui à l'obtention de labels, formations, ...

2019 aura été l'occasion d'asseoir les fondations qui permettront d'assurer des partenariats efficaces avec les opérateurs touristiques pour séduire, convaincre, accueillir et fidéliser le visiteur vers la destination « Brabant wallon ».

Sébastien Lecerf, Directeur

Stéphanie Bury, Présidente



Parc du château de la Hulpe ©WBT - J.P. Remy

CHIFFRES-CLÉS*

20

COMMUNES SUR LE TERRITOIRE
DE LA MTBW

14

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

50

MEMBRES COMPOSANT L'ASSEMBLÉE
GÉNÉRALE DE LA MTBW

17.029

FANS SUR LA PAGE FACEBOOK DE
DESTINATION BW

6.536

UTILISATEURS PAR MOIS EN MOYENNE SUR
LE SITE WWW.DESTINATIONBW.BE

46.000

BROCHURES D'INSPIRATION IMPRIMÉES
(EN FRANÇAIS, NÉERLANDAIS ET ANGLAIS)

75

BALADES (À PIED, À VÉLO, À CHEVAL,
EN VOITURE ET EN MOTO) ENCODÉES

1.050

KM DE RÉSEAU CYCLABLE BALISÉ
(RÉSEAU POINTS-NOEUDS)

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

* Les chiffres se réfèrent au second semestre de 2019.

MISSION I : GÉRER LA TRANSFORMATION ORGANISATIONNELLE DE LA NOUVELLE MT

La Maison du Tourisme du Brabant wallon asbl regroupe actuellement 20 des 27 communes de la Province. L'ASBL est née en juillet 2018 tandis que sa reconnaissance institutionnelle a été actée en mai 2019 par la Région wallonne.

Elle est en outre liée, à travers un contrat de gestion, à la Province du Brabant wallon qui fournit le personnel agissant pour le compte de la MTBW, met à disposition des bureaux et un lieu d'accueil ainsi qu'un subside de 24.000 euros par an.

Le tourisme en Brabant wallon relève désormais à la fois de la Province pour la stratégie et de l'asbl MTBW pour l'opérationnalisation de celle-ci.

L'EQUIPE

PÔLE DIRECTION ET SECRÉTARIAT



Martine Bacq
Secrétariat et octroi
des subventions



Sébastien Lecerf
Directeur de la MTBW



Tiffany Fevery
Appui partenaires

PÔLE VALORISATION ET COORDINATION DU TERRITOIRE



Geneviève Baelde
Relais partenaires, accompagnement
de labels et gestion FB



Coralie Dubois
Conception et développement
de produits touristiques



Laurence Roland
Suivi stratégie,
e-commerce et MICE

PÔLE COMMUNICATION



Coline Senterre
Responsable de communication
et marketing



Vincent André
Graphiste et
responsable médiathèque



Chloé Hondequin
Responsable des salons et logistique
Relais partenaires



Céline Moriot
Gestion Instagram, agenda et promenades



Olivier Delmotte
Animateur numérique de territoire

Au point d'accueil vous serez accueillis par



Luc Theys & Serge Crugenaire
Accueil au Dernier Quartier Général de Napoléon



LES INSTANCES DE LA MTBW

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Présidente :

Stéphanie Bury, **Genappe**

Représentants communaux :

Bernard Vansteelandt, **Chastre**

Bérangère Aubecq, **Chaumont-Gistoux**

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

Benoît Giroul, **Nivelles**

Hadelin de Beer de Laer, **Ottignies-Louvain-la-Neuve**

Maïté Saint-Guilain, **Tubize**

Brian Grillmaier, **Waterloo**

Nadia Lemaire, **Walhain**

Gilles Agosti, **Wavre**

Représentants des SI/OT :

Michelle Nanbru, **Syndicat d'Initiative de Rixensart**

Représentants du secteur touristique :

Patrick Fautré, **Abbaye de Villers**

Patrick de Longrée, **Del Diffusion**

Stéphanie Angelroth, **Fondation Folon**

Olivier Meulemans, **Martin's Hotel**

De ce CA découle un Bureau chargé de la gestion journalière.

BUREAU

Communes :

Chaumont-Gistoux

Bérangère Aubecq (Trésorière)

Genappe

Stéphanie Bury (Présidente)

Ottignies-Louvain-la-Neuve

Hadelin de Beer de Laer (Vice-Président)

Tubize

Maïté Saint-Guilain (Secrétaire)

Représentant SI/OT :

Michelle Nanbru, **SI de Rixensart**

Représentants du secteur touristique :

Patrick Fautré, **Abbaye de Villers**

Patrick de Longrée, **Del Diffusion**

MEMBRES DE DROIT

Olivier Daloze, **WBT**

Directeur Partenariats et Commercialisation

Daniel Danloy, **CGT**

Directeur des organismes touristiques

Isabelle Kibassa-Maliba, **FTBW**

Présidente de la Fédération du Tourisme du Brabant wallon

Mathieu Michel, **PBW**

Président du Collège provincial

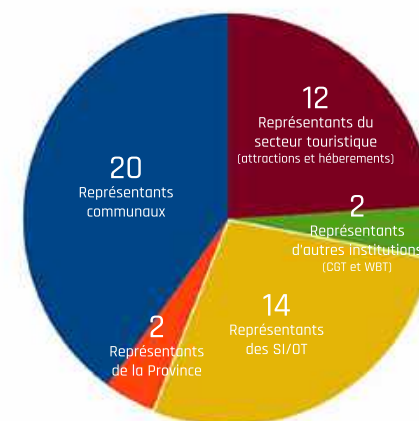
ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

En 2019, les assemblées générales de la Maison du Tourisme ont eu lieu les 5 juillet et 16 décembre. L'AG de la MTBW se compose de 50 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 ;
- Les membres de droits.

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

Composition de l'AG au 31/12/2019



LA STRATÉGIE ET LES 5 MISSIONS DE LA MTBW

2019 est une année transitoire pour le personnel de la MTBW qui continue d'assurer les missions de Fédération du Tourisme du Brabant wallon et de service provincial, tout en installant celles de Maison du Tourisme à l'échelle provinciale.

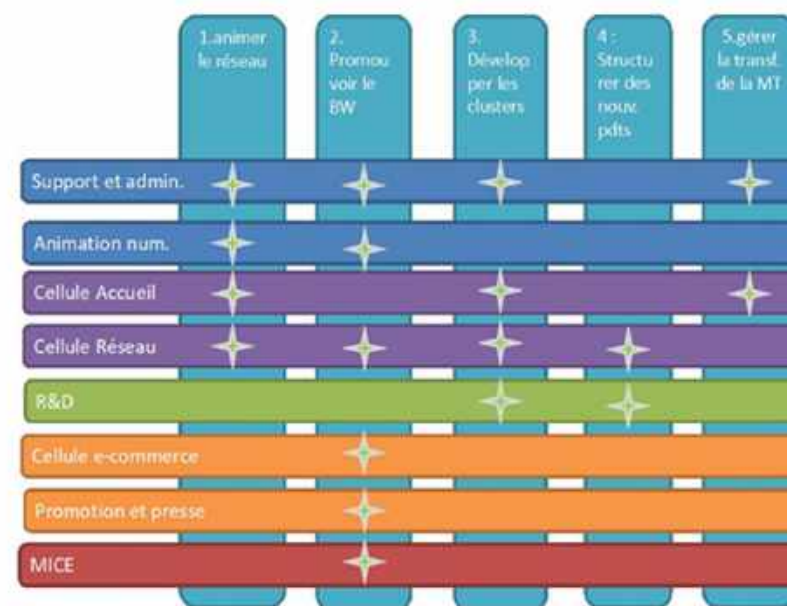
NOTRE STRATÉGIE POUR 2019-2020, PÉRIODE DE L'ASSISE :

- la création du réseau (notamment à travers la création d'une newsletter professionnelle, des rencontres et co-constructions de projets avec les professionnels du tourisme en Brabant wallon, le soutien à la labellisation,...) ;
- le développement de la notoriété et de la cohérence du tourisme en Brabant wallon à travers la charte graphique, la préparation du nouveau site Internet et le plan de communication ;
- l'amorçage de la stratégie des clusters (notamment à la mise en place de task forces et le développement du plan « nature & douceur de vivre ») ;
- la mise en place du maillage territorial (notamment à travers diverses actions permettant d'aller à la rencontre du tourisme en Brabant wallon).

NOS MISSIONS :

- **Mission I** : Gérer la transformation organisationnelle de la nouvelle MT
- **Mission II** : Animer le réseau des partenaires touristiques
- **Mission III** : Promouvoir le Brabant wallon
- **Mission IV** : Développer les clusters thématiques
- **Mission V** : Structurer de nouveaux produits

ORGANIGRAMME FONCTIONNEL



L'organigramme permet de répondre aux 5 missions que s'est fixées la Maison du Tourisme du Brabant wallon.

MISSION II : ANIMER ET DÉVELOPPER LE RÉSEAU DES PARTENAIRES

2019 a marqué un réel tournant. Suite à la disparition de 4 Maisons du Tourisme en Brabant wallon, un grand chantier a débuté dans le second trimestre de 2019 afin de créer le lien entre la nouvelle Maison du Tourisme du BW et les SI/OT de son territoire. Un nouveau lieu d'accueil pour les touristes en Brabant wallon a également vu le jour.

UN NOUVEAU LIEU D'ACCUEIL AU DQGN

C'est le Dernier Quartier Général de Napoléon (soit DQGN à Vieux-Genappe) qui a été choisi officiellement pour installer le lieu d'accueil de la Maison du Tourisme. Les agents d'accueil du DQGN, soutenus par des étudiants le week-end, ont reçu une formation et un document « procédure accueil » pour leur permettre d'assurer leur rôle d'information.



1.652 visiteurs ont franchi le seuil du lieu d'accueil entre le 1er juillet et le 31 décembre 2019.

LE LIEN AVEC LES SI/OT

Afin de présenter la MTBW (composition, missions, soutien, partenariat...) aux partenaires touristiques que sont les 14 SI/OT reconnus par le Commissariat général au Tourisme (CGT), un calendrier de rencontres a été validé. Les 2 premières visites (Inforville à Louvain-la-Neuve et le Syndicat d'initiative de Wavre) ont eu lieu fin 2019. La suite des visites sera programmée en 2020.



©Inforville - Tourisme Ottignies Louvain la Neuve

Notre objectif est double. D'une part, développer une promotion commune efficace à travers les SI/OT tout en gardant les spécificités au niveau des communes et, d'autre part, les accompagner dans divers projets transversaux.

SOUTIEN À LA LABELLISATION

La Maison du Tourisme du Brabant wallon est, à la fois, un lieu d'information sur les différents labels pour les partenaires, mais aussi, un agent de contrôle pour le CGT. En 2019, deux hébergements (Ibis Style à Louvain-La-Neuve et Le Haut des Fiefs à Braine-Le-Château) ont ainsi reçu le label Bienvenue Vélo suite à la validation par la MTBW de la grille de critères.



ANIMATION NUMÉRIQUE

La Maison du Tourisme du Brabant wallon propose également aux prestataires sur son territoire un service d'aide et d'appui numérique. Le numérique a pris une place considérable notamment pour la diffusion de l'information qui passe désormais par Internet (site web, réseaux sociaux...) mais aussi via des techniques d'accueil intégrant des systèmes et des outils informatiques (tablette, écran ...).

Les modes de consommation des touristes ayant connu de grandes mutations (consommation de dernières minutes, utilisation des smartphones et tablettes sur place...), les professionnels doivent, pour y faire face, être formés et intégrer dans leur stratégie tout un axe de communication et de commercialisation lié au numérique.

Dès lors et depuis 2016, dans un premier temps à la Fédération du tourisme du Brabant wallon et maintenant à la MTBW, un **animateur numérique** 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.



MISSION III : PROMOUVOIR LE BRABANT WALLON

En 2019, la promotion du Brabant wallon et de ses attraits touristiques s'inscrit dans la continuité des actions précédentes de la Province du Brabant wallon. Cette année, l'équipe a surtout travaillé à préparer la promotion liée à la nouvelle stratégie (voir Mission 4). Celle-ci sera visible à partir de 2020.

PROMOTION OFFLINE LES ÉDITIONS PAPIER

Les brochures sont distribuées lors de divers salons, à nos partenaires (syndicats d'initiative, offices du tourisme, Wallonie Belgique Tourisme, d'autres services provinciaux...), aux différentes attractions « incontournables » du Brabant wallon, à tous les hébergements reconnus du territoire, via des actions médias et bien évidemment transmises à la demande (par courrier, email, téléphone et via nos médias sociaux).



Agenda des événements
Édition bilingue français et néerlandais
Tirée à **8.000** exemplaires



Brochure d'inspirations - Tirée à **18.000** exemplaires en français ;
à **15.000** exemplaires en néerlandais ; à **11.000** exemplaires en anglais

LES FOIRES ET SALONS

Salon Neos - Sint-Niklaas - 14 juin 2019

Neos est une asbl flamande qui organise des activités de groupe pour les seniors. Tous les deux ans, elle invite ses fidèles clients et ses partenaires à un salon touristique d'une journée.

Retombées : 140 brochures générales (NL) et agendas distribués.

Journée annuelle des confréries - Château d'Hélécine - 18 août 2019

5.000 visiteurs sont venus rencontrer une centaine de confréries wallonnes dont de nombreuses issues du Brabant wallon.

Retombées : 600 brochures générales (FR) et 600 brochures générales (NL) distribuées.



Foire de Libramont - 24 au 27 juillet 2019

La Foire agricole, forestière et agroalimentaire de Libramont est la plus grande foire de plein air en Europe. Elle accueille chaque année près de 200.000 visiteurs.

Retombées : 150 brochures générales (FR) mises à dispositions au stand de la Province du Brabant wallon.

World Travel Market - Londres - 4 au 6 novembre 2019

WTM est un salon international réservé aux professionnels. Cette année, le salon a attiré 50.000 visiteurs environ. Pour répondre à leur intérêt, le Brabant wallon met particulièrement en avant la bataille de Waterloo et les attractions qui s'y réfèrent. Ce salon est aujourd'hui en perte de vitesse dû notamment au BREXIT.

Retombées : quelques brochures générales (ENG), de nombreuses clés USB distribuées et une vingtaine de contacts professionnels.

Workshop WBT (Wallonie Belgique Tourisme) - Paris - 14 novembre 2019

Workshop professionnel organisé par WBT France qui avait pour thème cette année « la Wallonie, destination nature ».

Retombées : distribution de dépliants présentant les grands lieux « verts » et de fiches pour groupes davantage centrées sur cette thématique et une quinzaine de contacts presse ou groupes.

LES ACTIONS MÉDIA

4 actions médias ont été réalisées au deuxième semestre 2019 :

- Juin : insertion dans un encart **“Sorties en famille” de Femmes d’aujourd’hui** - Edition de l’été. Distribué à 340.127 exemplaires.
- Juillet : diffusion d’une capsule TV « **Bienvenue chez vous** », coproduite par les télévisions locales. Elle présente les incontournables du Brabant wallon : Fondation Folon, Mémorial de Waterloo 1815, Abbaye de Villers-la-Ville, Collégiale Sainte-Gertrude, Domaine du Bois des Rêves, Walibi/Aqualibi, Aventure Parc et les produits du terroir avec la micro-brasserie de la Ferme de Mont-Saint-Jean.
- Septembre à novembre : article en ligne sur le site web du **Rheinische Post** (<https://rp-online.de>).
- Novembre : insertion dans le **WTM Guide** pour le salon ayant lieu à Londres. Distribution pendant le salon dans le Preview et dans le Review Magazine. Mise en avant de Waterloo et de ses alentours (voir ci-contre).



Insertion dans le WTM Guide 2019

ANNÉE À THÈME : WALLONIE TERRE D'EAU

Le thème mis à l'honneur par WBT en 2019 était **Wallonie Terre d'eau**. La MTBW a assuré le recensement et la promotion des hébergements et des attractions en lien avec cette thématique.



- Page spécifique dédiée sur le site www.destinationbw.be et dans la brochure annuelle.
- Posts sur notre page Facebook.
- Action « guérilla » de WBT (12 au 31 mars 2019) pour lancer la thématique en collaboration avec les SI/OT du Brabant wallon : sélection et décoration de différentes statues du territoire, avec des accessoires liés à la thématique (lunettes de plongée, tubas, bouées,...).



La MTBW a également organisé des visites découvertes à destination de WBT pour leur permettre de mettre en avant quelques sites spécifiques liés au thème 2020-2021 (Wallonie Nature).

RÉORGANISATION DE CIRKWI

Cirkwi est une plateforme en ligne répertoriant des milliers de balades à pied et à vélo à travers le monde. La Maison du Tourisme du Brabant wallon a récupéré l'abonnement souscrit par la Maison du Tourisme du Pays de Villers en Brabant wallon ainsi que celui de la Maison du Tourisme du Roman Païs.

Parmi les dizaines de balades répertoriées en Brabant wallon, la MTBW a sélectionné les plus pertinentes et en a rajouté quelques-unes pour que toutes les communes, dans la mesure du possible, soient représentées sur la plateforme.



MÉDIATHÈQUE

La Maison du Tourisme du Brabant wallon possède des centaines de photos des paysages, des attractions, des hébergements brabançons. Elles sont désormais pratiquement toutes répertoriées dans une **médiathèque** partagée avec WBT
> <https://media.walloniebelgiquetourisme.be>

A terme, cet outil sera disponible sur la partie "pro" du futur site Internet de la MTBW et permettra aux partenaires touristiques d'en bénéficier via un accès dédié.

PROMOTION ONLINE

**SITE WWW.DESTINATIONBW.BE
EN 2019 (ANNÉE COMPLÈTE)**

78.434

NOMBRE D'UTILISATEURS
dont 10.4% de nouveaux visiteurs
(6.536 utilisateurs par mois en moyenne)

92.807

NOMBRE DE SESSIONS

1,18

NOMBRE DE SESSIONS PAR UTILISATEUR

190.963

NOMBRE DE PAGES VUES

LES PAGES LES PLUS VUES :

www.destinationbw.be
www.destinationbw.be/fr/promenades-pied
www.destinationbw.be/fr/agenda
www.destinationbw.be/fr/points-noeuds
www.destinationbw.be/fr/promenades
www.destinationbw.be/fr/activites-fun



Site destinationbw.be
mis en ligne depuis le
mois de décembre 2014

EN CONSTRUCTION !

L'année 2019 a été en partie consacrée à la **refonte du site www.destinationbw.be**. Mis en ligne en décembre 2014, le précédent est devenu obsolète. Le nouveau site verra le jour en 2020.

Ce travail de l'ombre explique la raison pour laquelle les newsletters ainsi que les campagnes Google Adwords ont été suspendues durant cette période.

NOUVEAU
SITE WEB

LES RÉSEAUX SOCIAUX : FACEBOOK



17.029

FANS SUR LA PAGE FR « **DESTINATION BRABANT WALLON** »
contre 16.943 (au 1/6/19)

1.245

PERSONNES
en moyenne voyant nos publications

5.093

FANS SUR LA PAGE NL « **BELEEF WAALS-BRABANT** »
au 31/12/2019 (soit une perte de 57 fans depuis le 1/6/19)

5.577

FANS SUR LA PAGE EN « **WATERLOO AND BEYOND** »
au 31/12/2019 (soit une perte de 87 fans depuis le 1/06/2019)

LES CONCOURS FACEBOOK

Six concours ont été organisés pour mieux faire connaître la page Facebook Destinationbw et promouvoir certains événements :

- les 10 ans du Musée Hergé et de la Fête des Pères ;
- l'exposition « Le Bivouac de l'Empereur » / Retour en 1780 ;
- le concert de musique classique au Château de Braine-le-Château ;
- le 205ème anniversaire de Napoléon ;
- l'événement « les Tables gourmandes » ;
- la Saint-Nicolas.



Exemples de visuels
des concours sur
Facebook

INSTAGRAM



1000

ÈME FOLLOWER
le 3/12/19 !

400

VUES
en moyenne / publication

LE BRABANT WALLON VU PAR DES BLOGUEURS

En 2019, nous avons accueilli **4 blogueurs** en Brabant wallon : Dream & Loves, Young Wild Travelers, Destination Food et Reporter on the road. Les articles consécutifs à leurs visites ont été publiés sur leur blog et sur nos pages Facebook. Nous avons partagé chaque article sur notre page Facebook et repartagé certaines photos sur notre compte Instagram.

Dream & Loves

Programme : reconstitutions de la Bataille de Waterloo, Musée Hergé, randonnée à Mélin, nuit au 1001 Nuits à Villers-la-Ville, Abbaye de Villers-la-Ville avec tablette, Collégiale Sainte-Gertrude de Nivelles.

- Blog : <https://www.dreamandloves.com/un-weekend-inso-lite-en-brabant-wallon/> et <https://www.dreamandloves.com/un-weekend-nature-et-decouverte-en-brabantwallon/>
- Facebook : <https://www.facebook.com/dreamandloves/>
- Instagram : <https://www.instagram.com/p/BOTdG1koDXH/>



Week-end nature en
Brabant Wallon



Week-end insolite en
Brabant Wallon

Young Wild Travelers

Programme : Musée Hergé, repas au Petit Vingtième, au Martin's Hôtel, à la Galoute, pique-nique préparé avec les produits de Made In BW à l'Abbaye de Villers, boucle Point-Noeud (Le Brabant wallon, le pays de la BD, 23 km), Abbaye de Villers avec tablette, visite de Louvain-la-Neuve avec guide (Art dans la ville) et micro-brasserie Brasse-Temps, nuit au Martin's Louvain-la-Neuve.

- Blog : <https://www.youngwildtravelers.com/voyagebelgique-wallonie-visite/>
- Facebook : <https://www.facebook.com/youngwildtravelers/>
- Instagram : <https://www.instagram.com/p/B0ViPv2Iagc/> et <https://www.instagram.com/stories/highlights/18085540942048373/>



Destination Food

Programme : visite chez deux producteurs du BW via l'asbl Made In BW, repas à la Taverne de l'Union à Nivelles et au Bivouac de l'Empereur, visite de l'Abbaye de Villers, de la micro-brasserie, dégustation et visite de la vigne, visite du Mémorial 1815, visite guidée des Apéros de Philomène, visite de la Butte.

- Blog : <https://www.destinationfood.net/2019/10/09/made-in-bw-le-label-brabancon-de-qualite/>

- Facebook : <https://www.facebook.com/destinationfood.net/>
- Instagram : <https://www.instagram.com/p/B1A05XIVQo/>



Reporter on the road

Programme : Mémorial de Waterloo 1815, repas à la Brasserie de L'Alliance, Domaine Régional Solvay, Fondation Folon, Abbaye de Villers avec tablette, Nuit de Feux au Château d'Hélécine.

- Blog : <https://reporterontheroad.com/fr/belgique-6-lieux-a-decouvrir-dans-le-brabant-wallon/>
- Facebook : <https://www.facebook.com/reporterontheroad/>
- Instagram : <https://www.instagram.com/reporterontheroad/>



MISSION IV : DÉVELOPPER LES CLUSTERS

En 2018, conscient de l'impact économique du tourisme, le Brabant wallon a commandé une étude visant à identifier les atouts touristiques et les axes de développement futurs de la Province. 5 thématiques ont été identifiées.

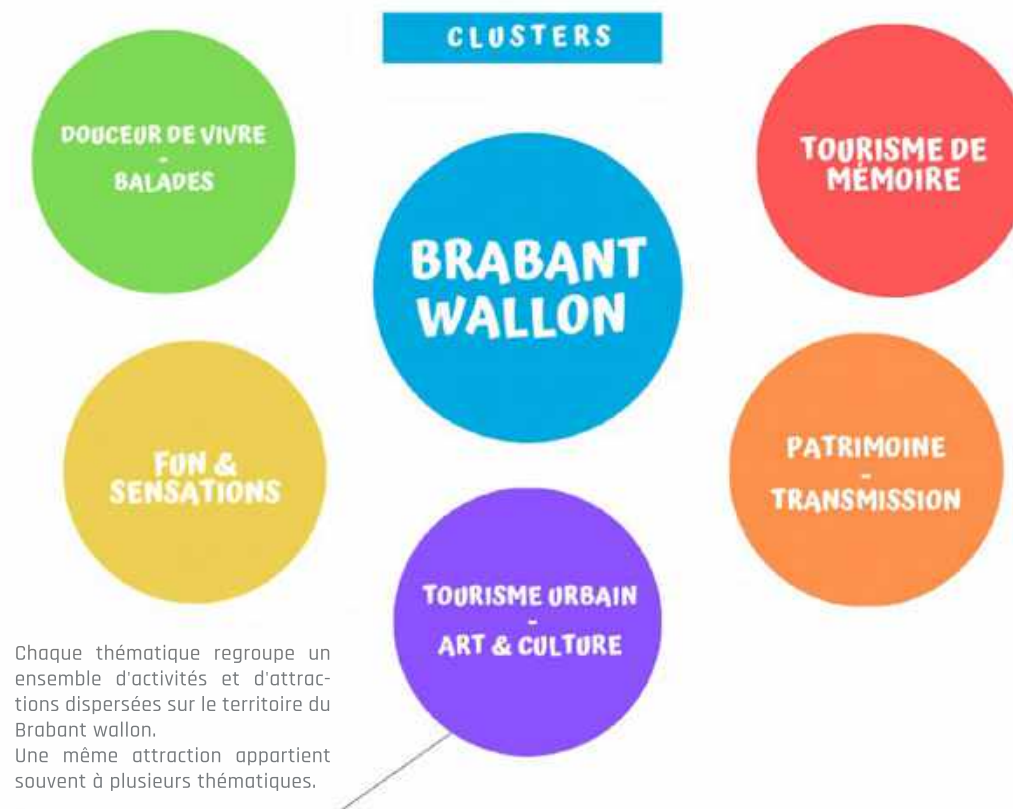
BRABANT WALLON : 1 TERRITOIRE ET 5 THÉMATIQUES

Le Schéma directeur touristique du Brabant wallon pose le constat que le Brabant wallon n'a pas d'identité touristique forte. Par contre, le Brabant wallon regorge d'attraits touristiques qui sont autant d'éléments sur lesquels la stratégie de développement touristique peut s'appuyer. Ces différents éléments sont regroupés en clusters (thématiques), portés par les produits touristiques phares.

CLUSTER OU THÉMATIQUE ?

Un cluster est un ensemble de produits et d'expériences qui forment un ensemble cohérent, répondant aux principales motivations d'un même ou de plusieurs groupes cibles. Le regroupement de ces produits et expériences sous la même bannière facilite la communication et renforce le message pour le touriste.

¹ Idea Consult, Schéma de développement touristique du Brabant wallon, 2018.



TOUS ENSEMBLE

Chaque cluster rassemblera des attractions, hébergements, associations et institutions publiques qui se réunissent autour de la thématique. Ensemble, l'idée est de réfléchir aux éléments nécessaires (promotion, infrastructures, services, produits,...) à mettre en place pour renforcer chaque cluster.



CHUUUUUT

Les Ateliers du tourisme en Brabant wallon, initialement prévus en novembre 2019, ont été reportés en 2020. Ils étaient destinés à présenter la stratégie touristique de la Province à l'ensemble du secteur.



BILAN	
Actif	2019
Actifs circulants	78 340,08 €
Créances à un an au plus	6 921,70 €
Valeurs disponibles	71 418,36 €
Comptes de régularisation	0,02 €
Total actif	78 340,08 €
Passif	2019
Capitaux propres	63 582,51 €
Capital	34 540,84 €
Capital souscrit (dont CATPW)	34 540,84 €
Bénéfice reporté	29 041,67 €
Dettes	14 757,57 €
Dettes à un an au plus	14 757,56 €
Comptes de régularisation	0,01 €
Total passif	78 340,08 €

COMPTE DE RESULTATS	
VENTES ET PRESTATIONS	58 627,80 €
Subsides	58 627,80 €
Cotisation des communes du BW	34 627,80 €
Subside de fonctionnement Province	24 000,00 €
COUT DES VENTES ET DES PRESTATIONS	29 475,03 €
Services et biens divers	29 475,03 €
Fournitures	193,86 €
Frais d'exploitation	26 583,06 €
Déplacements	2 698,11 €
Résultats d'exploitation	29 152,77 €
Produits financiers	14,25 €
Charges financières	121,07 €
Résultat financier	(106,82) €
Résultat exceptionnel	
Impôts	4,28 €
Produits	58 642,05 €
Charges	29 600,38 €
Résultats à reporter	29 041,67 €

BON À SAVOIR

1. Les comptes 2019 de la Maison du Tourisme du Brabant wallon concernent une demi-année ;
2. Les dépenses salariales sont en sus et prises en charge par la Province du Brabant wallon ;
3. Dans une année normale, les sources de financement sont réparties entre :
 - a. la Province du Brabant wallon ;
 - b. la Région wallonne (via le CGT) ;
 - c. les communes.

La MTBW ayant été reconnue en juin 2019, cette dernière n'a pas demandé à la Région wallonne la subvention de fonctionnement et d'animation touristique pour 2019.



TYPES DE DÉPENSES :

- ▶ Imprimés et fournitures de bureau
- ▶ Honoraires
- ▶ Timbres
- ▶ Insertions média
- ▶ Impressions
- ▶ Foires et salons
- ▶ Cotisations
- ▶ Frais de missions
- ▶ Abonnements,...



MAISON DU TOURISME DU BRABANT WALLON

NOS BUREAUX

Province du Brabant wallon
Chaussée des Collines 54
1300 Wavre

ADRESSE POSTALE

Place du Brabant wallon 1
1300 Wavre

NOTRE POINT D'ACCUEIL

Dernier Quartier Général de Napoléon
Chaussée de Bruxelles 66
1472 Vieux-Genappe



TELEPHONE

+32 (0)10 23 61 08



SITE WEB

destinationbw.be



FACEBOOK

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



E-MAIL

info@destinationbw.be



INSTAGRAM

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



YOUTUBE

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



Le Brabant wallon