RAPPORT D'ACTIVITÉ

2021

MAISON DU TOURISME
DU BRABANT WALLON

TABLE DES MATIÈRES

EDITO 3

CHIFFRES-CLÉS 4

MISSION I : GÉRER LA TRANSFORMATION ORGANISATIONNELLE DE LA MT 5
L'équipe
Les instances
Objectifs 2021 et rappel des missions de la MTBW
Rencontres avec les communes du BW
Formations et MOOC tourisme durable
Wallonie Destination Qualité

MISSION II : ANIMER LE RÉSEAU DES PARTENAIRES TOURISTIQUES 9
Poursuite du réseautage avec les SI/OT
Nouveau report des "ateliers du tourisme"
Naissance des conventions de partenariat avec les SI/OT
Animation numérique du territoire
Newsletter "partenaires" et partie pro de www.destinationbw.be
Aide à l'acquisition de labels :
-Bienvenue Vélo
-Clé verte (nouveauté)

MISSION III : PROMOUVOIR LE BRABANT WALLON 13
Un plan média recentré sur les marchés de proximité
Les éditions "papier"
Participation sur les événements locaux
Promo 360°
Print et magazines (par marché)
En radio
En affichage
La campagne de relance et la poursuite de l'action 1+1
Médias sociaux et campagnes digitales payantes
Cirkwi
Le site Internet et le blog
La newsletter "grand public"
Les concours
Les blogueurs
L'Outil régional de commercialisation (ORC)

MISSION IV : DÉVELOPPER LES CLUSTERS 25
Lancement des 1ers groupes de travail
Rappel des 5 clusters
Groupes de travail "27+1 Tourisme"
Etudes touristiques

MISSION V : STRUCTURER DE NOUVEAUX PRODUITS 26
La gestion des promenades touristiques
Les chasses Totemus
La promotion des escapades thématiques

COMPTES 2021 27

Le Château de la Hulpe *@MTBW*

EDITO

Comme l'ensemble du secteur touristique wallon, nous pensions que 2021 allait être synonyme de relance. Malheureusement, cela n'a pas pu être réellement le cas en raison de la pandémie du COVID-19 qui a, à nouveau, perturbé le plan d'action de la Maison du Tourisme du Brabant wallon. Malgré cela, les actions réalisées par la MTBW en 2021 ont été positives en permettant aux touristes de découvrir notre belle province, voire d'y séjourner avec la prolongation de l'action 1+1 soit « une nuit achetée = une nuit offerte ».

Aussi, la Maison du Tourisme du Brabant wallon a poursuivi ses missions à savoir la promotion de la destination Brabant wallon, l'accompagnement de nos partenaires touristiques, le développement des 5 clusters thématiques (mémoire, patrimoine, art et culture, fun et sensations et slow tourisme/ douceur de vivre) et la structuration de produits touristiques.

Sur le plan du développement du réseau des partenaires, même si les « ateliers du tourisme » renommés « Tourismez-vous » ont de nouveau été reportés, de nombreuses actions ont été réalisées : rencontres (virtuelles) avec une dizaine de communes du Brabant wallon, concrétisation des conventions de partenariat avec nos syndicats d'initiative et nos offices du tourisme, labellisation d'une dizaine de nouveaux établissements « Bienvenue Vélo » et de 3 infrastructures pour le label « Clé Verte » sans oublier l'action 1+1 (ou une nuit achetée = une nuit offerte) qui a aidé nos hébergeurs en difficulté.

En termes de promotion et de marketing, la MTBW a fourni beaucoup d'énergie en réalisant de nombreuses actions de visibilité plutôt tournées vers le marché belge : publication du magazine touristique « Destination Brabant wallon », nouvelle parution du "Brabant wallon à vélo" proposant des boucles touristiques épousant le réseau « points-nœuds » ainsi que « Balades & vous » avec une sélection de 15 promenades à faire à pied. Une grande campagne de relance « Brabant wallon, Terre d'émotions » a été diffusée en TV, radio, digital et sur nos médias sociaux tout en faisant le lien avec l'action 1+1. Pour le reste, recours à des blogueurs, concours, insertions dans la presse, magazines spécialisés, campagnes digitales, affichage dans des gares et à l'arrière de bus. De nombreuses collaborations avec Wallonie Belgique Tourisme ont été réalisées afin de faire rayonner les nombreux attraits touristiques du Brabant wallon.

2021 a vu naître la tenue des premiers groupes de travail axés sur les clusters thématiques. Ils ont surtout permis à des acteurs de se rencontrer (de nouveau virtuellement) et de discuter forces, faiblesses et solutions. Ces groupes de travail ont été réalisés en prenant en compte les différentes études chapeautées par la Province du Brabant wallon, INbw et le CITW+.
Au niveau de la structuration de produits touristiques, un énorme chantier a débuté concernant les promenades à savoir un inventaire et une révision de ces dernières dans la base de données touristiques PIVOT ainsi qu'un recensement des promenades balisées. Ce travail sera évidemment poursuivi en 2022. En 2021, une dizaine d'autres chasses « Totemus » ont vu le jour et ont permis à de nombreuses familles de découvrir le Brabant wallon tout en s'amusant. Enfin, les escapades thématiques relatives aux clusters ont continué à être mises en avant.

Les objectifs de 2022 seront tournés vers la création de collaborations entre partenaires touristiques et avec la MTBW, le soutien du plan de relance touristique wallon et l'avancée du Brabant wallon vers une destination plus durable. L'équipe de la MTBW a d'ailleurs terminé l'année en suivant un MOOC (cours en ligne) sur le tourisme durable.

Sébastien Lecerf, Directeur Joseph Tordoir, Président

Lac de Genval *@MTBW*

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

37
ARTICLES DE BLOG

51
ÉTABLISSEMENTS LABELLISÉS « BIENVENUE VÉLO »

12
ÉTABLISSEMENTS LABELLISÉS « CLÉ VERTE »

28.872
FANS SUR LA PAGE FACEBOOK DESTINATION BRABANT WALLON

2.504
NUITÉES /ACTION 1+1

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 »

MISSION I : GÉRER LA TRANSFORMATION ORGANISATIONNELLE DE LA MT

La Maison du Tourisme du Brabant wallon est reconnue officiellement depuis mai 2019 et regroupe les 27 communes de la Province. Elle est liée à la Province du Brabant wallon par un contrat de gestion. Ce dernier formalise notamment la mise à disposition de locaux et du lieu d'accueil principal situé au Dernier QG de Napoléon à Vieux-Genappe.

En termes RH, 9 agents provinciaux travaillent pour le compte de la MTBW. Seule une personne (Jérôme Galand) est employée directement par la MT et ce, depuis juillet 2021 via un Contrat Premier Emploi. Fin 2020, la Province a octroyé à la MTBW un subside exceptionnel de 100.000 euros en raison de la crise sanitaire.

Le tourisme en Brabant wallon relève, à la fois de la province pour la stratégie touristique et de la MTBW pour l'opérationnalisation de celle-ci.

L'EQUIPE

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

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

Véridienne Mbadu Bavuna
Secrétariat et
chargée de projets
veridienne.mbadu.bavuna@brabantwallon.be

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

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

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

Au point d'accueil vous serez accueillis par :
Luc Theys & Serge Crugenaire
Accueil au Dernier Quartier Général
de Napoléon

DestinationBW.be

LES INSTANCES DE LA MTBW

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Président :
Joseph Tordoir, **Incourt**

Représentants communaux :
Bernard Vansteelandt, **Chastre**
Bérangère Aubecq, **Chaumont-Gistoux** *(Trésorière)*
Viviane Mortier, **Mont-Saint-Guibert**
Benoît Giroul, **Nivelles**
Hadelin de Beer de Laer, **Ottignies-Louvain-la-Neuve** *(Vice-président)*
Maïté Saint-Guilain, **Tubize** *(Secrétaire)*
Brian Grillmaier, **Waterloo**
Nadia Lemaire, **Walhain**
Gilles Agosti, **Wavre**

Représentants des SI/OT :
Michelle Nanbru, **Syndicat d'Initiative de Rixensart**

Représentants du secteur touristique :
Cédric Delcour, **Abbaye de Villers**
Patrick de Longrée, **Del Diffusion/Aula Magna/ Sucrerie**
Stéphanie Angelroth, **Fondation Folon**
Olivier Meulemans, **Chaîne d'hôtels Martin's**

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

BUREAU

Chaumont-Gistoux
Bérangère Aubecq (Trésorière)

Incourt
Joseph Tordoir (Président)

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 :
Cédric Delcour, **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
remplacé par Serge Cravatte

Isabelle Kibassa-Maliba, **FTBW**
Présidente de la Fédération du Tourisme du Brabant wallon
remplacée par Isabelle Evrard

Tanguy Stuckens, **PBW**
Président du Collège provincial

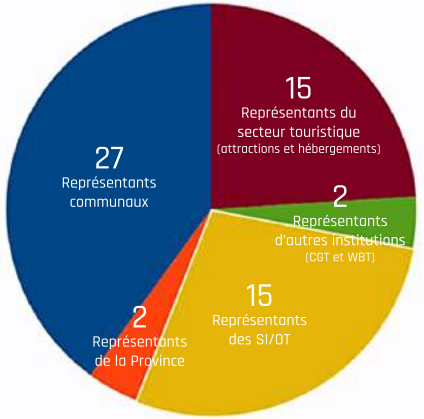
ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

En 2021, une Assemblée Générale a eu lieu le 15 juin 2021 par visio. 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 ;
- Les membres de droits.

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

Composition de l'AG au 31/12/2021



OBJECTIFS 2021 ET RAPPEL MISSIONS MTBW

2021 s'inscrit dans la continuité de 2020. Malgré la crise sanitaire toujours en cours, elle fût riche en projets. Elle a permis d'affiner le travail de réseautage, de synergie et de soutien des partenaires entamé en 2020. La promotion de la destination s'est à nouveau focalisée sur les marchés de proximité et particulièrement le marché belge.

Les mots d'ordre pour 2021 ont donc été, flexibilité, campagne de relance, accompagnement/soutien des partenaires et développement des clusters » via des groupes de travail. L'accent a été mis sur le cluster « douceur de vivre » ou « slow tourisme » afin d'inciter le touriste à prendre son temps pour visiter le Brabant wallon afin d'en « savourer » chaque instant au sens propre comme au sens figuré.

RAPPEL DES OBJECTIFS 2021 POUR LA MAISON DU TOURISME DU BRABANT WALLON:

- la relance touristique via une grande campagne de promotion 360° sur le marché belge et invitant à séjourner en Brabant wallon ;
- le recentrage de la communication sur les marchés de proximité ;
- le développement des groupes de travail autour des 5 clusters/-thématiques afin de créer une dynamique de terrain avec nos partenaires (attractions, musées, hébergements, SI-OT, ...) ;
- l'accompagnement des partenaires touristiques ;
- mise en place de conventions de partenariat pour les SI-OT ;
- sensibilisation à l'affiliation à l'ORC afin d'être plus visible et réservable en ligne ;
- e-conseils (médias sociaux, site web, e-réputation, photos, ...) afin de réduire la fracture numérique ;
- augmentation du taux de pénétration du label Bienvenue Vélo et Clé verte ;
- la mise en place d'autres chasses au trésor Totemus ;
- la poursuite du réseautage via différents moyens (une journée « partenaires », rencontre biannuelle des SI-OT, groupes de travail, séance d'infos sur les labels, ...) ;
- la poursuite de l'action 1+1 ;
- la structuration de produits touristiques soit la conception de nouvelles escapades liées aux clusters ou à des publics-cibles faisant la part belle aux incontournables mais également aux sites plus confidentiels, au terroir, aux modes de transport plus doux (vélo, marche, train) et aux hébergements plus durables ;
- la poursuite de l'implémentation de promenades sur nos différents outils : brochures, plateforme CIRKWI, planificateurs points-nœuds.

RENCONTRES AVEC LES COMMUNES

En 2021, le Président nouvellement élu a décidé de mettre en place un tour des communes du Brabant wallon afin de rencontrer les échevins et SI/OT (pour les communes en disposant).
L'objectif était de discuter de la composante touristique de chacune d'entre elles et de leurs projets. En 2021, les communes de Wavre, Walhain, Tubize, Chaumont-Gistoux, La Hulpe, Rixensart, Ottignies-LLN, Braine-le-Château, Grez-Doiceau, Genappe ont été rencontrées.
Dans ce cadre, des contacts de terrain ont pu être établis, plaçant la MT comme interlocuteur et partenaire dans leurs projets touristiques communaux et supra-communaux.

Carte des communes rencontrées en 2021

MOOC TOURISME DURABLE

L'équipe et le CA de la MTBW se sont lancés dans une formation en tourisme durable. Le MOOC (Massive Open Online Course) est une formation gratuite (dispensée par la Haute Ecole Robert Schuman) qui permet de disposer d'une méthodologie rigoureuse et de moyens efficaces pour améliorer les impacts environnementaux de l'activité touristique. Cette formation se poursuit en 2022.

WALLONIE DESTINATION QUALITÉ (WDQ) 2021

La pandémie toujours en cours en 2021 ne nous a pas permis de réaliser toutes les actions prévues dans le plan annuel (année 2). Néanmoins, que ce soit au niveau de l'amélioration des services proposés aux cyclistes (questionnaire, vérification des promenades proposées, nouvelle édition spécifique circuits vélos...), la visibilité dans le point d'accueil, la distribution des brochures ou la cohésion d'équipe, certaines d'entre-elles ont pu être entamées voire finalisées.

MISSION II : ANIMER LE RÉSEAU DES PARTENAIRES TOURISTIQUES

NOUVEAU REPORT DES ATELIERS DU TOURISME

En 2020, la situation sanitaire nous a contraints d'annuler les Ateliers du Tourisme. Malheureusement 2021 et la crise sanitaire toujours en cours ne nous aura toujours pas permis de les organiser en présentiel. Il a donc été décidé de les reporter, au premier semestre 2021 mais sous l'appellation « Groupes de travail ».
En visio-conférence, cette nouvelle mouture comprenait un groupe de travail par Cluster. Ils ont été organisés avec une jauge de participants revue à la baisse pour donner la priorité aux partenaires de terrain. Le résultat des groupes de travail a été transmis à l'ensemble des partenaires, ils serviront également de base au plan d'action de la MT.

NAISSANCE DES CONVENTIONS DE PARTENARIAT AVEC LES SI/OT

Afin de créer des liens plus forts, mutualiser certaines de nos ressources et officialiser nos échanges avec les différents SI et OT du Brabant wallon, la Maison du Tourisme du Brabant wallon a élaboré des conventions de partenariat à destination des SI/OT de la province. Elles sont au nombre de 3, réparties en 3 niveaux (1 de base, 2 intermédiaire et 3 élevé).

Elles reprennent différents éléments :

Convention de base - 1	Convention intermédiaire -2	Convention -3
A charge de la MT :		
Professionnalisation de l'accueil		
Mise en place d'une session de formation à l'accueil		
Mise à disposition des brochures, publications de la MT		
Appui à l'obtention de labels (WDQ, BV, Access-i, clé verte)		
Organisation de réunion de coordination, de travail (2x/an)		
Achat d'un présentoir spécifique pour les brochures MTBW		
	Mise en place de formations relatives à : une meilleure connaissance des atouts touristiques du BW (1 x/an), organisation d'une visite / éductour	
	Soutien numérique et/ou graphique pour 1 projet/an	
	Soutien à l'accueil d'un événement	
		Installation d'une borne numérique (achat et maintenance)
A charge du SI / OT :		
Mise en valeur et distribution des brochures et publications de la MT		
Partage des informations concernant les événements du territoire		
Partage des informations concernant les nouveaux produits, nouvelles brochures/publications du SI/OT		
Partage des statistiques de fréquentation		
Partage de la base de données photos du SI/OT		
Abonnement obligatoire à la newsletter et à la page FB Destination BW, site pro		
Désignation d'un référent promenades		
	Appui à l'organisation d'un événement	
	Adhésion au label Bienvenue vélo	
		Affiliation à ORC (WBT)

NAISSANCE DES CONVENTIONS DE PARTENARIAT AVEC LES SI/OT (SUITE)

Les SI/OT du Brabant wallon ont choisi les conventions suivantes :

Convention de base - 1	Convention intermédiaire -2	Convention -3
Orp -Jauche, Chastre, Rixensart	Braine-le-Château, Grez-Doiceau, Nivelles, Walhain	Chaumont-Gistoux, Waterloo, Wavre, La Hulpe

D'autres sont encore en cours de finalisation, elles seront effectives courant du 1er semestre 2022.

Mise à disposition d'un présentoir spécifique pour les brochures MTBW

ANIMATION NUMÉRIQUE DE TERRITOIRE (ANT)

La Maison du Tourisme du Brabant wallon propose également aux prestataires de 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 dernière minute, utilisation des smartphones et tablettes sur place), les professionnels doivent y faire face, être formés et intégrer dans leur stratégie tout un axe de communication et de commercialisation lié au numérique.

Dès lors, 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. En 2021, ce travail a encore été accentué à la suite des conventions de partenariats signées avec les SI et OT du Brabant wallon où l'aide numérique constitue une partie importante de ces conventions. Les besoins numériques de chaque structure ont été identifiés, listés et et certains ont commencé à être traités par l'animateur numérique.

ANIMATION NUMÉRIQUE DE TERRITOIRE (SUITE)

Au sein de la MTBW, le travail de l'animateur numérique reprend aussi tous ces éléments, au quotidien et en continu avec l'équipe (Site web, Facebook, Instagram, campagnes online, campagnes adwords, statistiques, rédaction de conseils numériques online, etc.).

En 2021, et malheureusement dans la continuité de la crise sanitaire liée au COVID-19, les activités ANT ont été impactées une année de plus. Il était en effet plus compliqué à certains moments de l'année de se rendre chez les prestataires touristiques afin d'avoir des entretiens individuels ou de dispenser d'éventuelles formations. L'activité touristique étant aussi limitée, voire interdite par moment, la demande d'aide numérique a quelque peu diminué. Les conseils à distance ont alors pris le pas sur les visites en présentiel chez les prestataires.

Néanmoins, malgré une deuxième année de crise sanitaire chahutée, des moments d'accalmie ont permis des accompagnements personnalisés aux partenaires suivants :

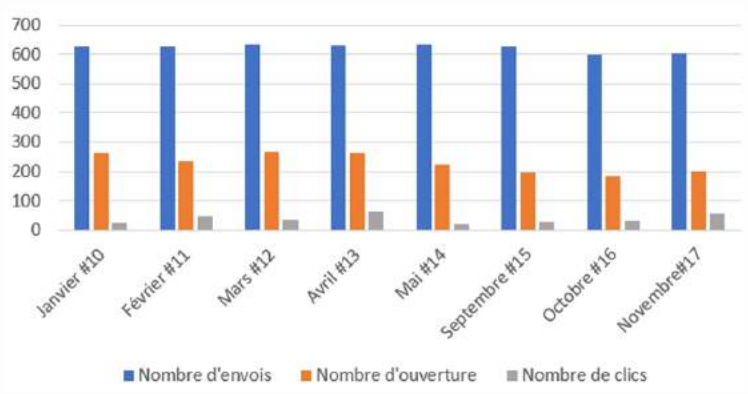
- OT de Louvain-la-Neuve (Inforville)
- GAL des 4 bras
- Abbaye de Villers-la-Ville
- SI de Ittre
- Dimension M
- SI de Braine-le-Château
- OT de Walhain
- Bois des Rêves
- OT de Grez Doiceau
- SI de Waterloo
- SI de Chaumont-Gistoux
- Dernier QG de Napoléon

Office du Tourisme
Grez-Doiceau

Réalisation du nouveau logo de l'OT de Grez Doiceau, adapté aux supports numériques pour une meilleure visibilité sur le web

NEWSLETTER B2B OU « PARTENAIRES » ET PARTIE « PRO » DU SITE WWW.DESTINATIONBW.BE

La newsletter B2B est destinée aux prestataires touristiques du Brabant wallon, institutionnels (BW, Région wallonne...) ou encore SI/OT.
Il est possible de s'inscrire à celle-ci via le site Destination BW, dans l'espace pro : https://www.destinationbw.be/espace-pro/



En moyenne, le taux d'ouverture s'élève à 37% et le taux de clics à 6%.
En un an, le nombre d'inscrits est passé de 626 à 601 inscrits.

Les newsletters B2B renvoient donc vers la partie « pro » du site régulièrement mise à jour : https://www.destinationbw.be/espace-pro/

Cet espace est consacré à nos partenaires touristiques et leur donne de très nombreuses informations sur :

- les missions et actions de la MTBW ;
- des éléments de stratégie ;
- l'équipe ;
- des statistiques ;
- l'accès vers notre médiathèque ;
- des conseils en animation numérique ;
- des infos sur l'accompagnement des partenaires (label Bienvenue Vélo, Clé verte, ORC, ...)
- ...

Celui-ci a été consulté pas moins de **1.200 fois** en 2021

AIDE À L'ACQUISITION DE LABELS

Clé Verte

La Maison du Tourisme du Brabant wallon et le Brabant wallon ont placé la durabilité au centre de leurs préoccupations pour les années à venir. Préserver notre environnement, soutenir notre économie locale apparaissent comme des leviers fondamentaux pour faire de notre jolie province une destination pérenne !

Le label "**Clé Verte**" ou "**Green Key**" est un écolabel international pour le tourisme. Il concerne les hébergements, les attractions, la restauration... Il permet d'accompagner et de promouvoir les structures touristiques qui s'intéressent à la durabilité.

En Belgique, Clé Verte est décernée à 250 opérateurs touristiques. A Bruxelles, plus de 20% des chambres d'hôtels sont labellisées. Pour la Wallonie, c'est Inter-Environnement Wallonie qui porte le projet.
En 2020, en Brabant wallon, 9 partenaires touristiques avaient déjà misé sur la durabilité et le respect de l'environnement.
Afin d'augmenter le nombre d'adhérents au label, un budget annuel a été dégagé par la Maison du Tourisme du Brabant wallon. En 2021, une enveloppe de 8.000 euros permettait d'aider financièrement les partenaires touristiques de notre territoire à obtenir la labellisation « Clé Verte ». Cette aide financière portait notamment sur le financement de la cotisation de la 1ère année (pour le secteur des activités et pour le secteur de l'hébergement).

En collaboration avec Inter-Environnement Wallonie, un accompagnement personnalisé tout au long du processus de labellisation a été également mis en place. (réunions informatives, conseils personnalisés, workshops...). Grâce à l'aide mise en place en 2021, 3 nouveaux partenaires ont été labellisés, il s'agit de l'hôtel Martin's à Louvain-La-Neuve, du Sakura Lodging à Grez-Doiceau et l'hôtel Van der Valk à Nivelles.

AIDE À LA LABELLISATION BIENVENUE VÉLO

La MTBW continue d'apporter son soutien et accompagne les partenaires touristiques de son territoire à l'introduction du dossier de demande de labellisation auprès de la cellule "Bienvenue Vélo" au CGT.
Elle est également chargée de la visite de contrôle sur place des critères obligatoires à l'obtention du label.

En 2020, le Brabant wallon comptait une trentaine de partenaires touristiques labellisés "**Bienvenue Vélo**" (hébergements, attractions et SI/OT). En 2021, il en compte désormais 47 !
A l'instar de 2020, un budget de 5000 euros a été libéré pour booster la labellisation "Bienvenue Vélo" auprès des partenaires touristiques brabançons wallons.
De ce fait, une quinzaine d'entre eux ont pu recevoir le remboursement de l'achat des deux trousses (secours et réparation) pour un montant maximal de 250 euros.

MISSION III : PROMOUVOIR LE BRABANT WALLON

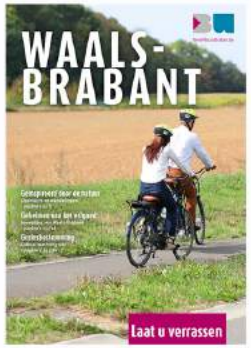
PROMO 360° :

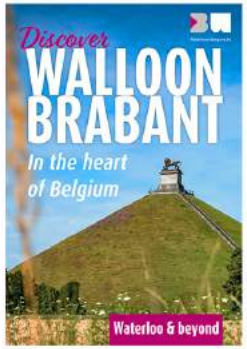
Depuis 2021, la MTBW s'est recentrée sur ses marchés de proximité en plus du marché belge (francophone et néerlandophone), à savoir la France et les Pays-Bas.

LES ÉDITIONS PAPIER

Magazine touristique (FR, NL, EN)

La préparation de l'édition 2022 du magazine d'appel dans les trois langues a été finalisée en fin d'année 2021.





NOUVEAUTÉ

Le Brabant wallon à vélo (FR et NL)

Sous la forme d'une farde, cette brochure comprend 10 fiches thématiques reprenant chacune une balade à vélo en Brabant wallon. A chaque fois, un circuit balisé avec les points-nœuds, des points d'intérêt touristique, de restauration, des bons plans, des établissements « bienvenue vélo » et des informations pratiques sont repris.

5000 exemplaires en français et 5000 exemplaires en néerlandais ont été imprimés.

NOUVEAUTÉ

Balades & vous (FR et NL)

Cette brochure s'adresse tant aux promeneurs du dimanche qu'aux randonneurs aguerris. Elle propose 15 circuits de 5 à 14 km pour découvrir les trésors culturels et les paysages du Brabant wallon. Chaque parcours mentionne une carte, un pas à pas détaillé et des points d'intérêt à retrouver pendant la balade.

PARTICIPATION À DES FOIRES ET SALONS

En raison de la crise sanitaire, la MTBW n'a participé à aucun salon grand public en 2021. Elle s'est rendue aux « **Tourism Days** », un salon organisé par Wallonie Belgique Tourisme le 8 octobre à Mons pour principalement y présenter son offre à destination des groupes.

VISIT Wallonia .be

VISITWallonia

Tourism Days 7-9/10/21

by Wallonie Belgique Tourisme

Présence sur les évènements locaux

Pour la première phase de notre présence au niveau local, ce projet a dû être revu à la baisse en raison de la situation socio-sanitaire. L'objectif étant d'avoir une première approche de contact direct avec le citoyen afin de faire connaître le Brabant wallon aux Brabançons.

Dans ce sens, on peut dire que le COVID était une aubaine car les voyages n'étaient pas spécialement envisageables en dehors de nos frontières et donc les citoyens étaient très réceptifs à découvrir les pépites de notre territoire et à deux pas de chez eux.

Aussi, nous nous sommes associés aux **journées de la mobilité de Chastre et de Genappe** afin de promouvoir nos balades à vélo, mais également en étant présents au départ de la course cycliste du **Tour de Wallonie**. Nous avons touché un public amateur de musiques classiques grâce à un partenariat avec Musiq3 en proposant notre parcours artistique du Brabant wallon. Enfin, nous avons participé aux **marchés de producteurs locaux d'Incourt** mettant en avant les parties champêtres et gourmandes de ce territoire.

PROMO 360°

Print et magazines

Sur le marché belge :

- Participation aux brochures Escapades de WBT,
- ¼ de page dans 7Dimanche, **(1)**
- Article publié en FR et en NL sur Vacancesweb
- 3 articles digitalisés sur La Libre Belgique,
- 2 articles digitalisés sur planet-lifestyle.be,
- 1/3 de page dans le dossier Outdoor du Fokus, distribué avec La Libre
- 3ème de cover du hors-série Beaux-Arts
- Publi-reportage avec concours dans le Magazine Touring en FR et en NL **(2)**
- 1/3 de page dans le dossier Summer, distribué avec La Libre Belgique
- Reportage de 6 pages « Découvrez votre région » dans le Touring Magazine en FR et en NL
- Annonce pour commander le magazine touristique NL dans Pasar, Okra et Raak
- Publi-reportage dans l'édition « vélo » de Pasar
- Publi-reportage dans De Zondag **(3)**
- Publi-reportage dans Libelle et Plus Magazine
- Reportage sur le site Internet du magazine june.be (+vidéo créée)
- Article sur le site Internet de The Brussels Times
- Publi-reportage dans le Together magazine, distribué à Bruxelles

1

2

3

advertorial

Op ontdekkingstocht in Waals Brabant!

Waals-Brabant, een echte dichtbij bestemming, vervult al je wensen voor een escapade. Wandelingen, fietstochten, erfgoed, al dan niet bekende toeristische sites... Waals-Brabant biedt je een hele rist activiteiten en die zijn al even boeiend als ludiek.

Waals-Brabant ontvouwt zich als een groene streek met tal van culturele schatten die je veilig kan bezoeken. De mooie Abdij van Villers-la-Ville ligt al sinds de 12de eeuw ingekapseld in een ongerepte natuur. Bezoek ook de collegiale Sainte-Gertrudekerk en charmante wijk Saint-Jacques in Nivelles. Waals-Brabant biedt tal van mogelijkheden voor de hele familie: leuke tochten, te voet of met de fiets. Trek rond tussen natuur en erfgoed, langs schilderachtige dorpjes in Brabants Haspengouw, waar de beroemde steen van Gobertange voor een 'lichte' noot zorgt in de dorpen. Zoals in Mélin, een van de mooiste dorpen van Wallonië.

THEMA-ESCAPADES OM WAALS-BRABANT TE VERKENNEN

Het Maison du Tourisme van Waals-Brabant heeft vijf themacircuits uitgestippeld van meerdere dagen die je zowel met de fiets als met de auto kunt volgen.

Het circuit **'Op het kruispunt van de toekomst van Europa'** helpt je om een beter begrip te krijgen van de beslissende Slag van Waterloo en de twee Wereldoorlogen. Herbeleef de geschiedenis tijdens een escapade van drie dagen en volg dit circuit van 82 km met de auto.

"Zowel met de fiets als met de auto kan je erg boeiende themacircuits afhaspelen"

'In de voetsporen van monniken en ridders' laat je terugkeren naar de Middeleeuwen. Vertrek voor 72 km ontdekkingen, ontspanning, maar ook lekkernijen, op een route die Villers-la-Ville, Nivelles en Braine-le-Château aan elkaar knoopt.

Profiteer van de escapade **'Land van Kunstenaars'** om de magische wereld te betreden van de Belgische kunstenaars en kunst in al zijn pracht te ontdekken: aquarellen, street art, strips, beeldhouwwerken... Laat je gedurende twee dagen meevoeren in hun verbeelding en creativiteit, met de auto of de fiets.

Een vierde parcours, dat de naam **'Het zachte leven'** kreeg, laat je genieten van de natuur en de rust in Waals-Brabant. Daarbij passeer je ook Mélin, een van de 'Mooiste Dorpen van Wallonië'.

Ten slotte zal de **'Kaart van de avonturiers'** je 1001 ideeën geven voor leuke activiteiten die je kan doen met vrienden of familie.

10 FIETSCIRCUITS OM WAALS-BRABANT TE ONTDEKKEN

Bestel het nagelnieuwe boekje met 10 fietscircuits, met afstanden van 19 tot 39 km en met gebruik van het knooppuntennetwerk, uitgegeven door het Maison du Tourisme van Waals-Brabant. Voor elke lus wordt het vertrekpunt aangegeven, de vlakbij gelegen parking(s), de te volgen route met de nummers van de knooppunten, maar ook de vele interessante sites, de ambachtslui van de streek, de restaurants, de fietsherstellers en de 'Fiets Welkom' etablissementen langs het traject. Deze etablissementen (logies, restaurants, infopunten...) bieden nuttige diensten voor fietsers: beveiligd lokaal, reinigingskit, reparatiekit... Download of bestel het boekje op www.beleefwaalsbrabant.be/nl/brochures. Nog meer ideeën voor tochten vind je op www.beleefwaalsbrabant.be/nl/fietstochten.

Eén overnachting betaald = één overnachting gratis

Het Maison du Tourisme van Waals-Brabant voert een speciale actie tot het einde van het jaar: bij aankoop van één overnachting krijg je een tweede gratis aangeboden via een cadeaubon, in een van de 25 logiesadressen die deelnemen aan de actie. Surf naar www.beleefwaalsbrabant.be/nl/emotie! In het hart van België zorgt Waals-Brabant voor heel wat verrassingen! Website : www.beleefwaalsbrabant.be

Het circuit 'Op het kruispunt van de toekomst van Europa' helpt je om een beter begrip te krijgen van de Slag van Waterloo en de twee Wereldoorlogen

in samenwerking met Toerisme Waals Brabant

4

Sur le marché hollandais :

- Article sur Ardennen.nl
- Insertion dans le Plus Reisspecial
- Insertion dans le Max Magazine
- Insertion dans le Toeractief « Destination à l'étranger » **(4)**
- Article dans la newsletter du Plusonline

Sur le marché français :

- Article online sur le site Internet français de WBT, Paris Mômes et CitizenKid Lille
- Insertion dans Carpe Diem (séniors)
- Article online sur le Petit Futé

En radio

Spots et interviews sur Bel RTL et Antipode (chronique « DestinationBW de 2min30 tous les mardis de mars à septembre)

antipode®
La Radio du Brabant Wallon

En TV

- Balades en famille sur la RTBF et sur les TV régionales NL
- Les Escapades de Ludo sur RTL TVi
- La Grande Balade sur RTL TVi

Affichage bus

Affichage sur 25 vitres arrière des bus de la TEC en Wallonie et dans les gares de Wallonie et de Bruxelles (100 affiches).

Actions online

En complément à toutes ces actions, des campagnes payantes ont été produites sur Facebook, Instagram et Google. La MTBW a lancé des campagnes sur Google Adwords sur les sites incontournables, « l'action 1+1 », la ludification du territoire, les balades à vélo et les bons plans en famille. Une vingtaine de posts ont été « boostés » sur Facebook.

Collaborations avec des blogueurs

En 2021, 3 blogueurs ont visité le Brabant wallon.

En février, **Emeraude Trip** s'est rendu au Dernier QG de Napoléon, au Mémorial de la Bataille de Waterloo 1815, au Musée Wellington, à la Ferme de Mont-Saint-Jean et au Musée L. Ce couple a aussi fait la balade du Chapeauvau à Hélécine. Ils ont publié 3 articles sur leur blog :
https://emeraudetrip.com/visiter-waterloo-4-lieux-incontournables/
https://emeraudetrip.com/que-faire-a-louvain-la-neuve/
https://emeraudetrip.com/chambre-dhotes-dimensions-m/
https://emeraudetrip.com/chateau-d-helecine/

Trekking et Voyage a passé un week-end en mai en Brabant wallon et a réalisé des boucles du GR du côté du Roman Païs. De cette collaboration est née une magnifique vidéo mettant en avant le côté « slow » de cette région et des posts sur les réseaux sociaux.

Au Goût d'Emma a visité Nivelles, sa collégiale, le vignoble du Chapitre et la micro-brasserie Belgo Sapiens. Emmanuelle a également réalisé une balade à Houtain-le-Val, la chasse Totemus dans le centre de Nivelles et a dégusté une tarte al djote à L'Union.
https://www.augoutdemma.be/111577-nivelles-brabant-wallon

Capsules audiovisuelles

5 capsules vidéo plutôt axées sur nos "clusters thématiques" ont été produites en 2021 pour une utilisation dès le retour de la belle saison en 2022.

L'ORC et le projet e-commerce wallon

Développé par Wallonie Belgique tourisme et son partenaire technique Elloha, l'ORC ou Outil Régional de Commercialisation est un module de réservation adapté au secteur touristique, performant, sécurisé et multilingue, à installer facilement sur un site internet afin de proposer en direct la réservation en ligne d'activités ou de séjours touristiques.

Wallonie Belgique Tourisme | Outil Régional de Commercialisation

Pour un opérateur touristique, s'inscrire dans le projet e-commerce wallon, c'est bénéficier de **nombreux avantages :**

- Recevoir un maximum de réservations en direct et augmenter ses marges bénéficiaires ;
- Développer son réseau de vente et bénéficier de nouveaux canaux de distribution gratuits grâce au relais de votre offre sur le site visitwallonia.be et de partenaires locaux ;
- Profiter d'un tarif d'adhésion attractif pour s'équiper d'une solution performante ;
- Bénéficier d'un accompagnement personnalisé, de conseils et de formations gratuites pour réussir sa transition numérique et avoir une utilisation optimale de l'outil ;
- Participer aux campagnes de promotion sur internet et les réseaux sociaux de Visit Wallonia.

L'ORC en Wallonie, c'est :

- Plus de **450** moteurs de réservations en ligne (attractions et hébergements)
- Plus de **245.000** réservations en 2021
- Plus de **12.000.000** de chiffres d'affaires en 2021

En Brabant wallon, on compte 24 adhérents :

- **2** organismes touristiques ;
- **6** attractions touristiques ;
- **4** hôtels ;
- **12** hébergements de terroir.

En 2021, la Maison du Tourisme, en collaboration avec Wallonie Belgique tourisme, a organisé 2 séances de présentation de l'outil auprès des secteurs des hébergements et des activités touristiques, afin d'attirer de nouveaux adhérents.

CIRKWI

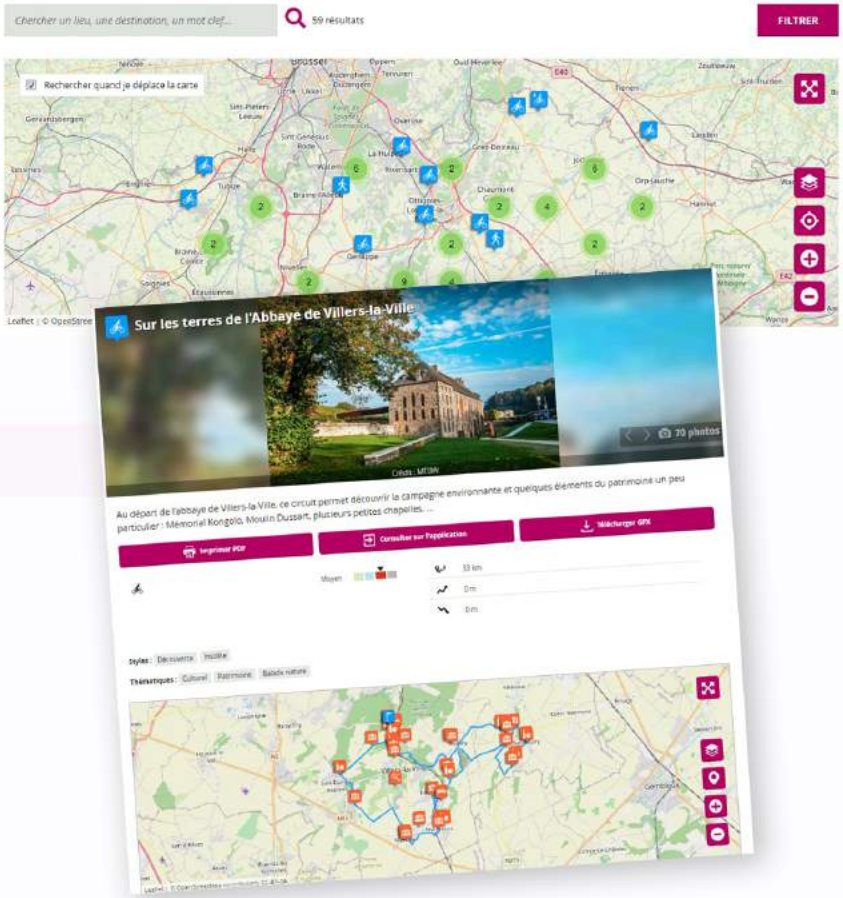
Avec la crise sanitaire que nous traversons, 2021 a été une nouvelle année propice aux balades à pied ou à vélo. Ce fut l'occasion pour la Maison du Tourisme de proposer de nouvelles balades à pied, reprises notamment dans notre brochure « Balades & vous en Brabant wallon ». En 2021, nos balades ont été consultées deux fois plus qu'en 2020, près de 115.000 fois.

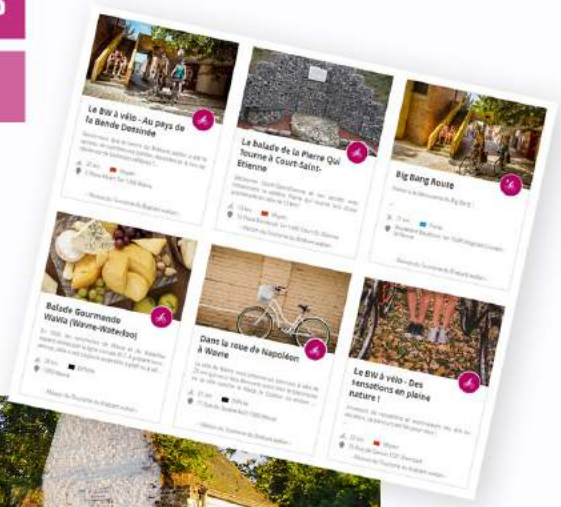
Consultations : **115.419**

Affichages : **3.862.223** > nombre de fois où apparaissent les circuits ou POI dans une recherche

Téléchargement PDF : **6.616**

Téléchargement GPX : **6.616**



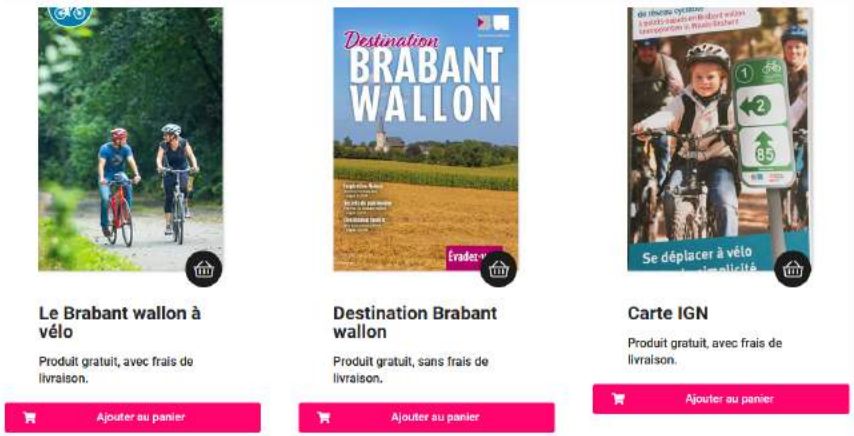


Copyright : E. Cuvelier

Top 5 des balades consultées :

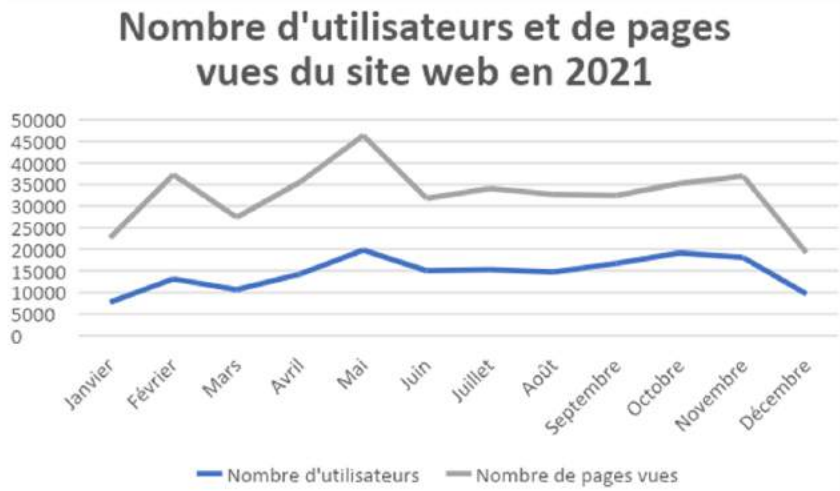
1. La balade de Rosières (5162 consultations)
2. Du Bois des Rêves au Bois de Lauzelle (4394 consultations)
3. Waterloo 1815 (2760 consultations)
4. Les sentiers de l'Orne à Mont-Saint-Guibert (2616 consultations)
5. La promenade des Censes à Mélin (2356 consultations)

SITE WEB

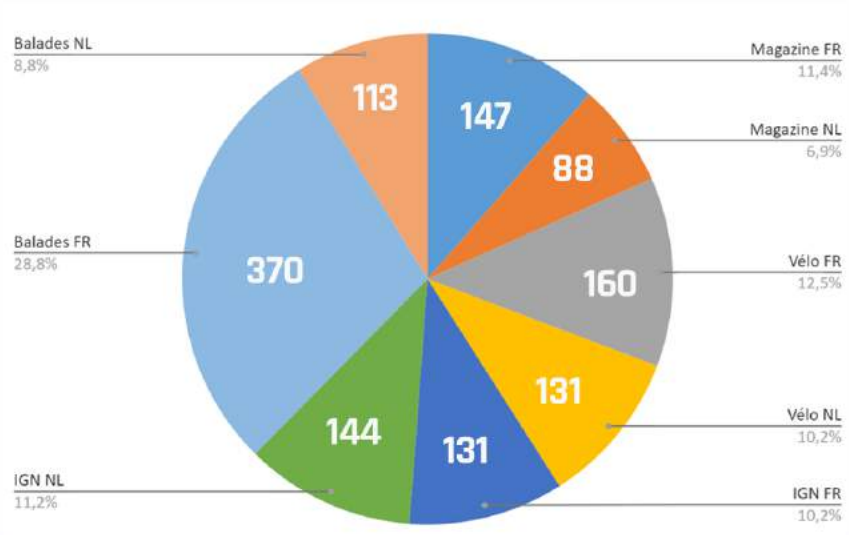


En moyenne, **14.513** utilisateurs ont consulté le site Internet par mois, dont 84% sont des nouveaux utilisateurs.

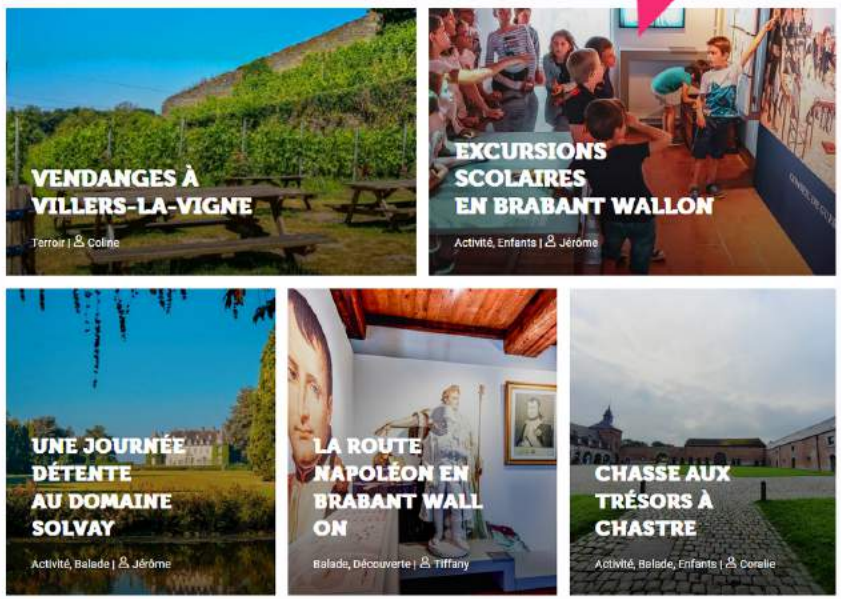
Le nombre de pages vues du site Internet s'élèvent à **32.630** en moyenne par mois.



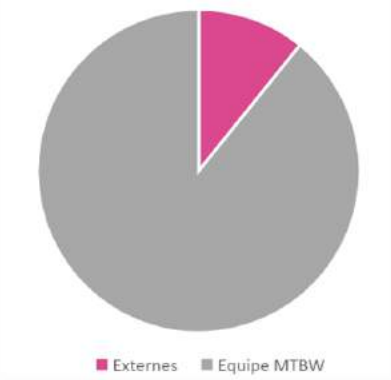
Depuis la mise en place de notre boutique en ligne, **1.284** brochures ont été commandées, dont la répartition se présente comme suit :



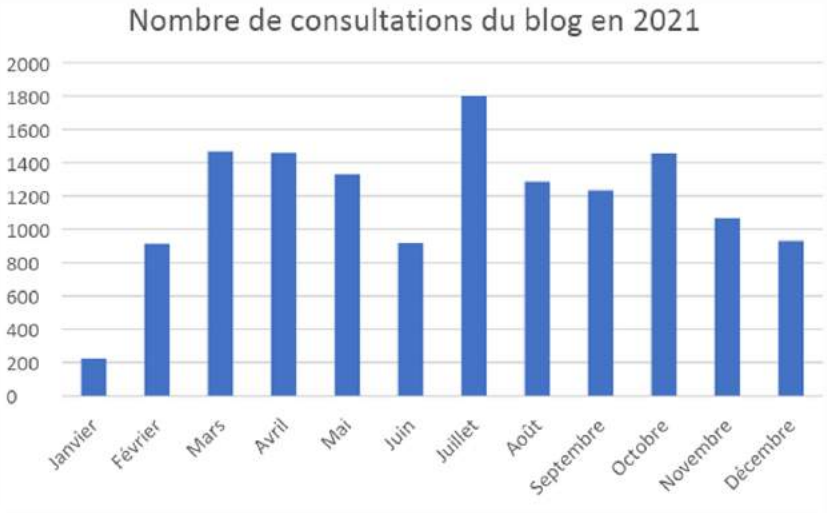
BLOG



En 12 mois, **37** articles ont été publiés sur notre blog, dont 33 ont été produits par l'équipe de la MTBW et 4 par des contributeurs externes.



Le nombre de pages consultées s'est élevé à **14.253** pour une moyenne de 1:45 de lecture.



Les articles ayant généré le plus de vues sont les suivants :

1. Activités fun avec les ados :
https://blog.destinationbw.be/activites-fun-avec-les-ados/

2. Les meilleurs restaurants avec enfants :
https://blog.destinationbw.be/les-meilleurs-restaurants-avec-enfants/

3. Le Brabant wallon à vélo :
https://blog.destinationbw.be/le-brabant-wallon-a-velo/

NEWSLETTER GRAND PUBLIC

En 2021, **8 newsletters** ont été envoyées. Celles-ci contiennent à chaque fois une idée de balade, un renvoi vers un article de blog et selon le moment un bon plan, un concours, une nouveauté, etc. La moyenne annuelle du taux d'ouverture est de **41%**.

	Février	Mars	Avril	Juin	Juillet	Septembre	Octobre	Novembre
Nombre d'envois	2346	2368	2377	2413	2423	2429	2509	2638
Taux d'ouverture	46,04%	43,33%	41,19%	46,75%	42,43%	40,63%	34,66%	32,85%
Total de clics uniques	611	326	360	170	186	183	141	267

CONCOURS

8 concours ont été lancés en 2021 :

- Saint-Valentin,
- Festival de Wallonie/Musiq 3,
- Halloween,
- Saint-Nicolas,
- Fêtes de fin d'année,
- Journée Stars Wars,
- Visite du blogueur de Trekking et Voyage,
- Reportage dans le magazine Touring.

RÉSEAUX SOCIAUX

FACEBOOK

En 2021, la MTBW a pris la décision de fusionner ses 3 pages pour n'en garder qu'une : « Destination Brabant wallon ». A la fin de l'année, elle dénombrait **28.871** fans.

	Facebook	Instagram
Moyenne de la couverture de la page par mois	344.958 personnes	52.991 comptes
Moyenne du nombre de publications par mois	14,7	8,4
Moyenne des clics par publication	656	87,6
Moyenne des réactions, commentaires et partages par publication	145	

INSTAGRAM

A la fin de l'année 2021, le compte Instagram « Destination Brabant wallon - #destinationbw » dénombrait **2.606** fans.

DestinationBW.be

#destinationbw

CAMPAGNE DE RELANCE

Suite à la crise sanitaire, la MTBW a mis en place une campagne de relance au printemps 2021, couplée à « l'action 1+1 », pour inciter les Belges à sortir de chez eux. LDV Production, l'agence de communication consultée, a créé :

1 spot TV de 20 secondes,
1 spot radio et
5 capsules vidéo pour les réseaux sociaux.

On y retrouvait les membres d'une même famille qui vivaient leur « passion » en intérieur (histoire, art, patrimoine, vélo) et y trouvaient tous leur compte en Brabant wallon. Ils passaient donc de l'intérieur à l'extérieur. Le spot TV a été diffusé sur La Une, Tipik, AB3 et LN24, ainsi que sur les TV régionales flamandes. Une version légèrement plus longue a été diffusée sur Auvio.
Au niveau du spot en radio, il a été diffusé sur Vivacité, Classic 21, Nrj, Tipik et DH radio et sur Nostalgie du côté flamand. Une bannière web a également été produite du côté NL.

Budget de production : **35.906,75€** TTC
Budget de diffusion FR : **121.000€** TTC
Budget de diffusion NL : **35.000€** TTC

POURSUITE DE L'ACTION 1+1 : UNE NUIT ACHETÉE = UNE NUIT OFFERTE

En collaboration avec la Province du Brabant wallon, un budget de 110.000 € (+ promotion, + abonnement plateforme Cirklo) a été libéré en soutien au secteur touristique (hébergement) au travers de bons d'achats dont la valeur est doublée par la MT (150 € au lieu de 75 € ; 200 € au lieu de 100 €). Lancée le 24 août 2020, cette action a été prolongée jusqu'au 31 décembre 2021.

Au cours de l'action, **35** hébergeurs ont participé à l'action 1+1.
Mais 4 d'entre eux n'ont finalement pas encaissé de chèques. Certains ont fermé à une période et n'ont pas repris l'action.

1.252 vouchers ont été achetés via l'action, ce qui représente **2.504** nuitées en Brabant wallon.
Des vouchers ont également été émis pour les différentes actions organisées par la MTBW (concours, venues de journalistes, ...) pour un montant de **1.789€.**

En 2021, nous avons poursuivi la promotion de cette action, pour un montant de 19.298€ :
- Pub adwords
- Pubs FB
- Radio (Bel RTL)
- Article digital lifestyle
- La Libre en ligne + FB
- Touring publi reportage + concours + blog + newsletter

Le bilan de cette action se trouve dans l'espace pro du site **DestinationBW.be**

MISSION IV : DEVELOPPER LES CLUSTERS

Lancement des 1ers groupes de travail et rappel des **5 clusters**

Lancement des groupes de travail thématiques

À la suite de l'annulation des Ateliers du Tourisme en 2020 en raison de la crise sanitaire, la Maison du Tourisme a organisé, en collaboration avec le Centre de Compétence Tourisme, les 5 premiers groupes de travail sur les clusters thématiques.

Chaque groupe de travail a réuni les acteurs touristiques autour d'une même thématique.

Ainsi, hébergeurs, attractions touristiques, restaurateurs, guides, activités fun et tout autre acteur du tourisme, ont pu discuter et échanger sur les forces et faiblesses de chaque thématique. Tous ont pu également proposer des pistes de solutions, et ainsi réfléchir et participer à la stratégie de développement touristique pour le Brabant wallon.

Ces 5 groupes de travail ont réuni pas moins de 60 acteurs touristiques.

ÉTUDES TOURISTIQUES (TERMINÉES OU EN COURS)

La MTBW joue également un rôle actif dans l'établissement d'études touristiques mises en place par différents acteurs (InBW, communes, ULB). Elle épaule la Province qui fait partie des comités de pilotage des études commanditées par InBW. Parmi ces études, certaines concernent les « clusters ».

- Etude InBW : Développement de Louvain-la-Neuve (terminée)
- Etude InBW : Cluster "mémoire" (terminée)
- Etude InBW: Cluster "Développement du slow tourisme " (étude en cours)
- Walhain : Etude de développement d'un projet touristique autour de la tour de Walhain (terminée)
- Etude sur la crise sanitaire par les étudiants de l'ULB dans le cadre du cours 'Projets touristiques'

MISSION V : STRUCTURER DES NOUVEAUX PRODUITS

GESTION DES PROMENADES TOURISTIQUES

Pour donner suite à la demande de requalification des itinéraires touristiques, émise par le Commissariat général au tourisme, nous avons débuté un travail d'inventaire des promenades balisées en Brabant wallon. Celles-ci font l'objet de vérification, et sont mises à jour dans la base de données touristiques Pivot.

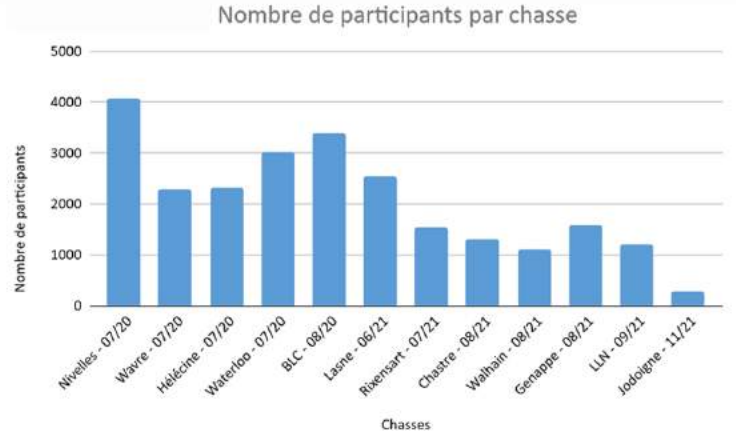
Dans la poursuite de ce travail, une nouvelle stratégie de la gestion des balades sera mise en place en 2022.

PIVOT | Wallonie tourisme CGT

CHASSES TOTEMUS

Les chasses aux trésors Totemus sont à mi-chemin entre les jeux de piste et le géocaching. Via une application mobile de chasse au trésor connectée, découvrez les richesses du Brabant wallon de manière ludique et interactive. Ces chasses allient l'activité sportive, avec différents niveaux de balades, la culture, grâce à la mise en valeur des richesses du territoire et l'aventure.

En 2021, **24.330** personnes ont participé aux chasses Totemus en Brabant wallon.



PROMOTION DES ESCAPADES THÉMATIQUES

Dans sa campagne de relance lancée en printemps 2021, la Maison du Tourisme a produit 5 capsules vidéo, s'inspirant des clusters thématiques : histoire/mémoire, art, patrimoine, fun et sensations et douceur de vivre. Ces vidéos ont fait l'objet de campagnes sur les réseaux sociaux.

Afin de promouvoir le slow tourism, la Maison du Tourisme a également collaboré avec Visit Wallonia dans la préparation des itinéraires « Wallonie, destination sans voiture ». Les 3 itinéraires passant en Brabant wallon sortiront en 2022.

En 2021, la Maison du Tourisme a également esquissé les contours du futur Vino trip. Il s'agira d'une nouvelle escapade à vélo reliant différents vignobles en Brabant wallon. Le Vino Trip sortira également en 2022.

Domaine de Glabais - @lesoir.be

COMPTES ANNUELS - MTBW 2021

Détail de l'actif

01/01/2021 - 31/12/2021

ACTIFS IMMOBILISES	20/28	**140,37**
IV) IMMOBILISATIONS FINANCIERES	28	**140,37**
Autres immo. financières	284/8	**140,37**
Créances et cautions en numéraire	288	**140,37**
288010 CAUTIONNEMENT GECTION SEC SOCIAL P		140,37
ACTIFS CIRCULANTS	29/58	**271 955,07**
VII) CREANCES A UN AN AU PLUS	40/41	**35 309,59**
Créances commerciales	40	**2 000,00**
Clients créances courantes	400	
Créances commerciales	401/9	**2 000,00**
406000 ACOMPTES VERSES		2 000,00
Autres créances	41	**33 309,59**
413200 SUBSIDES A RECEVOIR - REGION WALLO		33 309,59
IX) VALEURS DISPONIBLES	54/58	**235 281,72**
550000 c/c BE42 0689 1106 5554		160 853,47
550010 c/bonus BE26 0882 8608 5529		74 413,59
570000 CAISSE EURO		14,66
X) COMPTES DE REGULARISATION	490/1	**1 363,76**
490000 CHARGES A REPORTER		1 363,76
TOTAL - ACTIF	20/58	**272 095,44**

Détail du passif

01/01/2021 - 31/12/2021

CAPITAUX PROPRES	10/15	**146 936,17**
I) CAPITAL	10	**34 540,84**
Capital souscrit	100	**34 540,84**
100000 FONDS DE L'ASSOCIATON (Dons CATPW)		34 540,84
V) BENEFICE REPORTE	140	**112 395,33**
140100 RESULTAT REPORTE DE L'EXERCICE		112 395,33
DETTES	17/49	**125 159,27**
IX) DETTES A UN AN AU PLUS	42/48	**125 159,27**
Dettes commerciales	44	**103 593,87**
Fournisseurs dettes courantes	440	**103 593,87**
Autres dettes commerciales	441/9	
Dettes fiscales,salariales & sociales	45	**1 482,71**
Impôts	450/3	**2,42**
451000 TAXE VALEUR AJOUTEE A PAYER (ANNU		2,42
Autres dettes diverses d'exploitation	454/9	**1 480,29**
454000 ONSS		(0,03)
455000 REMUNERATIONS		(275,12)
456000 PECULES DE VACANCES		1 750,44
459400 CHEQUE REPAS		5,00
Autres dettes	47/48	**20 082,69**
483010 SUBSIDE CPE A REMBOURSER		20 082,69
X) COMPTES DE REGULARISATION	492/3	
TOTAL - PASSIF	10/49	**272 095,44**

Détail du résultat

01/01/2021 - 31/12/2021

I) VENTES ET PRESTATIONS	70/74	**1 204 224,16**
Subsides	73	**1 202 227,29**
730010 COTISATIONS DES COMMUNES DU BW 0.1		40 098,50
733120 SUBSIDE PERSONNEL MIS A DISPOS. PR		742 884,89
733130 SUBSIDE MISE A DISPOS. LOCAUX PROV		11 140,00
733200 SUBVENTION REGIONALE DE FONCTIONNE		337 336,59
733300 SUBVENTION REGIONALE DE PROMOTION		56 000,00
733400 SUBVENTION RW CONTRAT CPE		14 767,31
Autres produits d'exploitation	74	**1 996,87**
740900 EXONERATION PRECOMPTE PROFESSIONNE		23,01
745000 FRAIS RECUPERES		1 973,86
II) COUT DES VENTES ET PRESTATIONS	60/64	**1 258 883,19**
Services et biens divers	61	**1 243 182,79**
Loyers et charges locatives	610	**11 140,00**
610100 MISE A DISPOSITION LOCAUX PROV BW		11 140,00
Fournitures	612	**5 668,59**
612200 PRODUITS D'ENTRETIENS		8,00
612320 PETIT MATERIEL		4 846,61
612400 IMPRIMES ET FOURNITURES DE BUREAU		813,98
Frais d'exploitation	613	**483 200,01**
613020 HONORAIRES FIDUCIAIRES		2 105,40
613060 FRAIS DE GESTION SECRETARIAT SOCIA		810,31
613200 COTISATIONS GROUPEMENTS PROFESSION		1 913,73
613500 PUBLICATIONS LEGALES BNB MONITEUR		133,58
613650 MAINTENANCE INFORMATIQUE-ABON NUME		14 709,87
613720 GSM		25,00
613730 ACHATS DE TIMBRES		4 533,50
613740 SITE INTERNET		15 675,60
613750 FRAIS DE TRADUCTION		3 195,30
613760 FRAIS ADMINISTRATIFS SODEXO		53,95
613770 FRAIS ADMINISTRATIFS DIVERS		58,00
613800 ANNONCES ET INSERTIONS		312 030,34
613801 CATALOGUES ET IMPRIMES		38 653,68
613802 VETEMENTS EQUIPE		89,82
613803 FOIRES ET EXPOSITIONS		1 089,00
613804 ACHATS LOTS CONCOURS		1 799,36
613805 FRAIS INDIRECTS DE PROMOTION - BLO		374,60
613807 ACCOMPAGNEMENT PARTENAIRE TOURISTI		61 176,52
613809 CADEAUX DIVERS		30,13
613810 REPAS ET RECEPTIONS		2 817,20
613815 CAMPAGNE ET PUBLICITE EN LIGNE		15 527,52
613816 PHOTOS		3 630,00
613900 FORMATIONS		2 767,60
Déplacements	615	**289,30**
615100 FRAIS DE REMBOURSEMENTS MISSIONS		70,88
615200 FRAIS DE DEPLACEMENT C.A.		218,42
Prestations de services	617	**742 884,89**

Détail du résultat

01/01/2021 - 31/12/2021

617000 PERSONNEL MIS A DISPOSITION PROV B		742 884,89
Rémunér., charges soc. et pensions	62	**15 493,31**
Rémunérations & avantages directs	620	**10 001,49**
620200 EMPLOYES APPOINTEMENTS		10 001,49
Cotisations Patronales ONSS	621	**2 140,53**
621200 COTIS.PATRON.ASSUR.SOC. POUR EMPL/		2 140,53
Autres frais de personnel	623	**3 351,29**
623200 EMPLOYES ASSUR.LOI - RC - CHEMIN T		102,68
623220 CHEQUE REPAS		422,28
623280 EMPLOYES DOTATION POUR DOUBLE PECU		1 750,44
623410 SERVICE MEDICAL		256,41
623420 INTERVENTION EMPLOYEUR DEPLAC.PERS		93,48
623450 FRAIS TEAM BUILDING		726,00
Autres charges d'exploitation	640/8	**207,09**
Charges fiscales d'exploitation	640	**207,09**
640800 TAXES DIVERSES		207,09
RESULTAT D'EXPLOITATION	70/74-60/64	**(54 659,03)**
IV) PRODUITS FINANCIERS	75	**0,04**
Autres produits financiers	752/9	**0,04**
Produits financiers divers	754	**0,04**
754000 DIFFERENCE DE PAIEMENT		0,04
V) CHARGES FINANCIERES	65	**108,19**
Charges des dettes	650	**15,00**
650300 INTERETS DE RETARD		15,00
Autres charges financières	652/9	**93,19**
Charges financières diverses	654	
Charges financières diverses	657/9	**93,19**
657100 FRAIS DE BANQUE		93,19
RESULTAT FINANCIER	75-65	**(108,15)**
VII) PRODUITS EXCEPTIONNELS	76	**8 537,26**
Autres produits exceptionnels	764/9	**8 537,26**
764100 PRODUIT EXCEPTIONNEL SUR EX ANTERI		8 537,26

Détail du résultat

01/01/2021 - 31/12/2021

VIII) CHARGES EXCEPTIONNELS	66	
Charges Except. Exc ANTERIEUR	660	
RESULTAT EXCEPTIONNEL	76-66	**8 537,26**
PRODUITS	7	**1 212 761,46**
CHARGES	6	**1 258 991,38**
RESULTAT POSITIF à REPORTER	7-6	**(46 229,92)**

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

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

TELEPHONE
+32 (0)10 23 61 08

SITE WEB
destinationbw.be

BLOG
blog.destinationbw.be

E-MAIL
info@destinationbw.be

FACEBOOK
destination brabant wallon

INSTAGRAM
destinationbw

YOUTUBE
destination brabant wallon

Le Brabant wallon