

RAPPORT
D'ACTIVITÉ

2022

@MTBW



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 2022	7
RENCONTRES AVEC LES COMMUNES	8
WALLONIE DESTINATION QUALITÉ (WDQ)	8
MISSION I : ANIMER LE RÉSEAU DES PARTENAIRES TOURISTIQUES	10
Tourismez-vous	
Suivi des conventions de partenariat avec les SI/OT	
Réflexion et élaboration des conventions de partenariat avec les attractions	
Poursuite du réseautage 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	
MISSION II : PROMOUVOIR LE BRABANT WALLON	17
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'ORC	
MISSION III : DEVELOPPER LES CLUSTERS THÉMATIQUES AINSI QU'UNE VEILLE TOURISTIQUE ET TECHNOLOGIQUE	26
Le lancement des 1ers groupes de travail et rappel des 5 clusters	
Groupes de travail "27+1 Tourisme" (dont études touristiques terminées ou en cours)	
MISSION IV : STRUCTURER DE NOUVEAUX PRODUITS	28
La gestion des promenades touristiques	
Les chasses Totemus	
La promotion des escapades thématiques	
COMPTES 2022	30



Le Château de la Hulpe @MTBW

EDITO

Après pratiquement 2 années de crise sanitaire, la Maison du tourisme du Brabant wallon a enfin pu connaître une saison touristique plus sereine et déployer un plan d'action très étoffé.

Ce dernier gravitait autour de 3 objectifs : la création de partenariats entre les opérateurs touristiques, la progression vers une destination plus durable et le soutien du plan de relance touristique wallon.

La promotion touristique du Brabant wallon demeure une mission fondamentale. Celle-ci est d'ailleurs très maîtrisée comme le souligne les nombreuses actions réalisées sur nos marchés de proximité que vous pourrez parcourir dans ce rapport d'activité. La mission du développement du réseau des partenaires touristiques a pu vraiment prendre son envol en 2022 via de nombreuses actions : organisation du 1er événement « Touristez-vous » (après de nombreux reports suite au COVID-19) avec nos partenaires, axé sur la durabilité, soirées de réseautage par zone, éductour, formations à l'accueil, installation de bornes numériques, groupes de travail thématiques, ...

Par ailleurs, l'équipe de la MTBW a également poursuivi l'opérationnalisation de la stratégie touristique dite des « clusters » en faisant le lien avec les différentes études terminées ou en cours. En termes de structuration de produits touristiques, le travail d'inventaire des promenades s'est poursuivi. D'autres chasses « Totemus » ont également pu voir le jour permettant ainsi à des familles de découvrir la diversité patrimoniale, culturelle et naturelle de notre belle province.

Enfin, la fin de l'année a également été consacrée à la préparation de la nouvelle antenne d'accueil de la MTBW à l'Hôtel des Libertés de Jodoigne, récemment rénové. Ce lieu permettra de faire rayonner la destination notamment sur l'Est du Brabant wallon dès le printemps 2023.

Les objectifs 2023 tourneront autour du cyclo et du slowtourisme afin de faire de ce cluster « balades – douceur de vivre » un axe transversal.

Sébastien Lecerf, Directeur

Joseph Tordoir, Président



Événement Touristez-vous 2022@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

28

ARTICLES DE BLOG

46

ÉTABLISSEMENTS LABELLISÉS
« BIENVENUE VÉLO »

12

ÉTABLISSEMENTS LABELLISÉS
« CLÉ VERTE »

31.237

FANS SUR LA PAGE FACEBOOK DESTINATION
BRABANT WALLON

2.839

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

C'est depuis mai 2019 que la Maison du tourisme est officiellement reconnue. Elle regroupe les 27 communes de la Province et est liée à la province du Brabant wallon par un contrat de gestion.

L'équipe de la Maison du tourisme est composée de 9 agents provinciaux qui travaillent pour le compte de la MTBW. Un seul agent (Mr Jérôme Galand) est employé par la MT. Il a été engagé en 2021 via un contrat premier emploi qui a été prolongé une fois avant d'être transformé en contrat à durée indéterminée en novembre 2022.

Pour rappel, le tourisme en Brabant wallon relève de la province pour la stratégie touristique et de la MT 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



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



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



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



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



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



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



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

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**

Maïté Saint-Guilain, **Tubize** (jusqu'au 17/06/22)

Brian Grillmaier, **Waterloo**

Nadia Lemaire, **Walhain**

Gilles Agosti, **Wavre**

Christian Fayt, **Ittre** (depuis le 17/06/22)

Représentants des SI/OT :

Michelle Nanbru, **Syndicat d'Initiative de Rixensart**
(jusqu'au 17/06/22)

Jean-Louis Watrice, **Syndicat d'Initiative et de
tourisme de La Hulpe** (depuis le 17/06/22)

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)

Tubize

Maïté Saint-Guilain (Secrétaire)

(jusqu'au 17/06/22) remplacé par **Ittre**,
Christian Fayt

Représentant SI/OT :

Michelle Nanbru, **SI de Rixensart**

(jusqu'au 17/06/22) remplacé par
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

Daniel Danloy, **CGT**

Directeur des organismes touristiques
remplacé par Serge Cravatte

Isabelle Evrard, **FTBW**

Présidente de la Fédération du Tourisme du Brabant wallon

Tanguy Stuckens, **PBW**

Président du Collège provincial

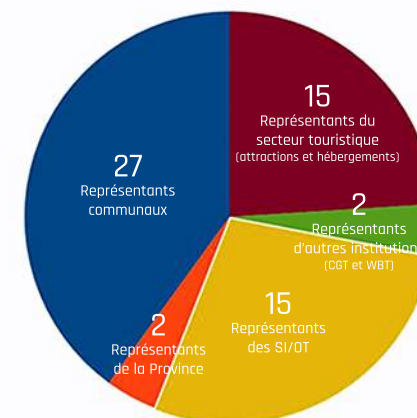
ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

En 2022, une Assemblée Générale a eu lieu le 17 juin 2022 en présentiel à l'hôtel Ibis de Louvain-la-Neuve. 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 31/12/2022



OBJECTIFS 2022 ET RAPPEL MISSIONS 2022

En 2022, les 3 objectifs prioritaires de la Maison du tourisme ont été les suivants :

- 1. Susciter des partenariats et des collaborations entre les partenaires touristiques et entre les partenaires et la MTBW.**
- 2. Rendre la destination BW plus durable**
- 3. Soutenir le plan de relance touristique wallon**

La crise sanitaire a été un frein important au réseautage naissant de la toute jeune Maison du tourisme. De ce fait, en 2022, la poursuite du réseautage et la création de partenariats avec les partenaires touristiques a été fondamentale.

Bien entendu, cet objectif a dû être réalisé dans un esprit de durabilité. C'est pour cette raison que l'équipe et le CA de la MTBW ont débuté une formation en tourisme durable (MOOC), qui a aussi été proposée à nos partenaires en début d'année.

Enfin, et à la suite des 2 études menées par la Région wallonne en 2021 qui avaient abouti à la création d'un plan de relance, la MTBW continuera son soutien en pérennisant le Pass Visit Wallonia.



Ces 3 objectifs ont été complétés par d'autres déjà présents mais encore à développer. Il s'agit de :

- Renforcer le réseautage avec et entre les partenaires touristiques.
- Développer la professionnalisation et la digitalisation des partenaires touristiques.
- Offrir aux partenaires une plus grande et meilleure connaissance du territoire.
- Faire connaître le Brabant wallon en Belgique et à l'étranger (marchés limitrophes).
- Poursuivre la promotion du Brabant wallon en tant que destination d'excursion
- Développer le court séjour en Brabant wallon.
- Développer un marketing territorial axé sur les clusters.
- Rendre la MTBW plus efficiente.
- Mieux comprendre le tourisme en Brabant wallon.

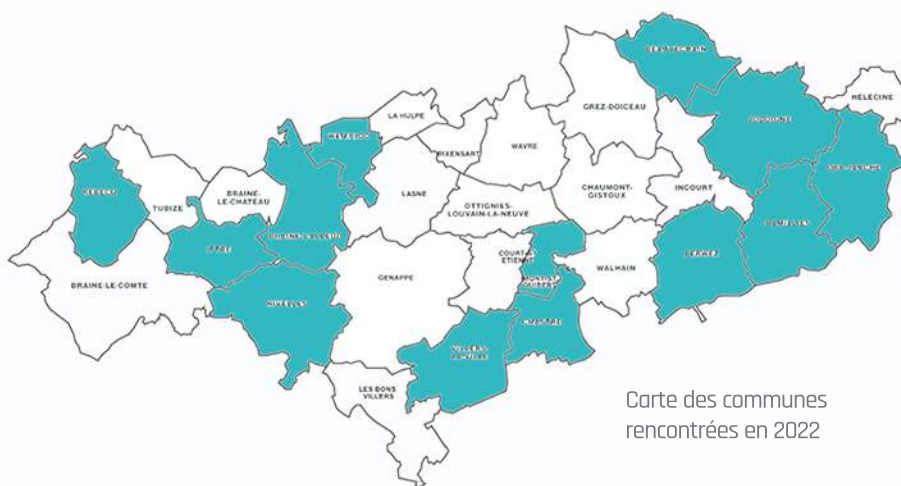
WALLONIE DESTINATION QUALITÉ (WDQ)

RENCONTRES AVEC LES COMMUNES

En 2022, le Président a poursuivi son tour des communes du Brabant wallon afin de rencontrer les échevins et SI/OT (pour les communes en disposant). Le but était de discuter de la composante touristique de chacune.

En 2022, les communes de Ittre, Chastre, Braine-l'Alleud, Waterloo, Nivelles, Villers-la-Ville, Mont-Saint-Guibert, Beauvechain, Orp-Jauche, Jodoigne, Rebecq, Perwez et Ramillies 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 2022

En 2022, la labellisation Wallonie Destination qualité évolue et le label laisse place à un outil d'accompagnement visant à renforcer la qualité des services et/ou du management. C'est au premier trimestre que la Maison du tourisme a participé au colloque de présentation de cette nouvelle démarche.

Destinée à tout opérateur touristique wallon en activité, la nouvelle mouture propose tout une gamme d'outils de suivi personnalisables et une procédure pour adhérer à cette nouvelle démarche.

Après avoir défini l'ADN de la MTBW, sa **mission principale**, sa **vision globale** et ses **valeurs**, ses **engagements qualité** ont été formalisés auprès du CGT et la MTBW a obtenu l'adhésion à cette démarche.



WALLONIE DESTINATION QUALITÉ (WDQ) SUITE



Notre mission :

Faire découvrir le Brabant wallon et développer son attractivité touristique !

Notre vision :

Devenir le pilier/référent du tourisme en Brabant wallon

Comment ?

- Promouvoir le Brabant wallon comme une destination touristique
- Animer et développer le réseau des partenaires touristiques du BW
- Développer des produits touristiques expérientiels basés sur les clusters

Valeurs de l'entreprise :

1. Dynamisme (Plaisir à travailler ensemble sur des projets communs et lors du développement de nouveaux projets)
2. Adaptabilité (Adaptation constante aux nouvelles tendances et réactivité importante)
3. Créativité (mettre notre créativité au service des touristes et des partenaires touristiques en développant de nouveaux projets)
4. Compétence (partager nos compétences, mettre notre expertise au service de nos partenaires touristiques)

Nos engagements :

Dynamisme

1. Organiser au moins 3x/par an des rencontres de réseautage à petite et à grande échelle à l'attention de nos partenaires touristiques.
2. Assurer la promotion et la visibilité des nouvelles escapades touristiques.

Adaptabilité

1. Avoir un point d'accueil à l'est et permettre au public d'y être accueilli de manière professionnelle.
2. Soutenir les différents labels et permettre aux partenaires de les obtenir plus facilement.

Créativité

1. Offrir, via différents canaux, une image décalée et humoristique du territoire.
2. Etoffer et diversifier l'offre touristique du territoire en créant de nouvelles escapades thématiques.

Compétence

1. Développer le cluster slow tourisme - élaborer une stratégie balades
Chaque touriste trouvera la balade qui lui convient le mieux
2. Organiser des réunions de travail à l'attention de nos partenaires touristiques et partager avec eux nos savoirs, bonnes pratiques et astuces dans l'optique d'une promotion efficace et une meilleure connaissance du territoire.



MISSION I : ANIMER LE RÉSEAU DES PARTENAIRES TOURISTIQUES

TOURISMEZ-VOUS

En 2022, la Maison du tourisme du Brabant wallon a enfin pu organiser, en présentiel, la première édition de son événement « **Tourismez-vous** » ! Celle-ci a eu lieu le mardi 30 mai 2022 à la Sucrerie à Wavre.

Dédiée aux partenaires touristiques du territoire, cette matinée de travail s'est articulée autour de présentations et d'un atelier sur le thème des bonnes pratiques durables. L'équipe de la Maison du tourisme se tenait également à disposition des partenaires pour échanger sur nos différentes matières : communication, numérique, structuration de produits, partenariats, accompagnement de labels,... Cette première édition a connu son petit succès en accueillant une soixantaine de participants. Par ailleurs, elle a permis de créer des liens entre les partenaires qui ont peu l'occasion de se rencontrer en dehors de ce type d'évènement de réseautage.



L'équipe de la MTBW lors de Tourismez-vous



Photos @MTBW

SUIVI DES CONVENTIONS DE PARTENARIAT AVEC LES SI/OT

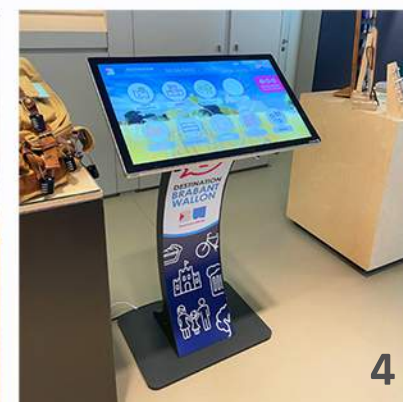
Pour rappel, en 2021 la Maison du tourisme avait élaboré des conventions de partenariats à destination des SI/OT de la Province. Au nombre de 3, elles ont été réparties en 3 niveaux (1 de base, 2 intermédiaire et 3 élevé).

En 2022, les 15 SI/OT de la Province ont adhéré à l'une des subventions.

Convention de base - 1	Convention intermédiaire - 2	Convention - 3
Orp-Jauche Chastre Rixensart Tubize Villers-la-Ville	Braine-le-Château Grez-Doiceau Nivelles Relais du Visiteur Ittre Walhain	Chaumont-Gistoux La Hulpe Louvain-la-Neuve Wavre Waterloo

En ce qui concerne le suivi des conventions de collaboration, la MTBW a respecté tous ses engagements en :

- Organisant une formation qui avait pour contenu, la professionnalisation de l'accueil dans les SI/OT - Formation en 2 jours (Techniques d'accueil-1 jour et Gestion de conflits en situation d'accueil 1 jour) - les 22 et 24 mars 2022 de 9h à 17h au Centre de Compétence Tourisme (FOREM) de Marche-en-Famenne.
- Organisant une réunion de coordination mais aussi un **éducteur** qui avait pour objectif une meilleure connaissance du territoire. Le choix s'est porté sur une visite guidée de l'Abbaye de Villers-la-Ville. 11 octobre 2022. À destination des conventions 2 et 3. (Photos 1 & 2)



- Organisant une réunion qui avait pour objectif la co-construction du plan d'actions 2023 de la MT - 26 octobre 2022.
- En fournissant le **présentoir** personnalisé et en livrant les brochures (Photo 3)
- En venant en appui numérique, en appui à l'obtention de labels
- En apportant son soutien numérique et/ou graphique
- En installant une **borne numérique** (achat et maintenance) pour les SI/OT qui ont adhéré à la convention de type 3. (Photo 4)

ELABORATION DES CONVENTIONS DE PARTENARIAT POUR LES SITES TOURISTIQUES INCONTOURNABLES

Après la mise en place des conventions destinées au SI/OT, en 2022, la Maison du tourisme a souhaité renforcer encore plus l'identité territoriale et touristique du Brabant wallon en élaborant des conventions de collaboration destinées aux attractions touristiques du BW.

De ce fait, il a été décidé de proposer ces conventions aux attractions incontournables du BW :

- Les musées et attractions de la Bataille de Waterloo 1815
- L'Abbaye de Villers-la-Ville
- Le Bois des Rêves
- Le Château d'Hélécine
- Le Musée Hergé
- Le Musée L
- Le Domaine Régional Solvay
- La Fondation Folon
- La Collégiale Sainte-Gertrude
- Walibi et Aqualibi
- L'Aventure Parc



Abbaye de Villers-la-Ville ©MTBW



La première partie du travail s'est articulée autour de l'intérêt et des besoins réels de nos partenaires. Un questionnaire leur a été envoyé et un canevas du contenu des conventions a été créé en fonction de leurs réponses.

Elles sont au nombre de 2 et reprennent, suivant leur type (1 ou 2), un niveau de collaboration différent. Au niveau du contenu, il s'agit de réseautage, de plan de distribution de brochures, d'appui aux différents labels, d'éductour, de soutien numérique et ou graphique, ou encore de visibilité...

En décembre, elles ont été envoyées aux partenaires afin qu'ils puissent choisir celle à laquelle ils souhaitent adhérer. Elles doivent prendre cours début 2023.



POURSUITE DU RÉSEAUTAGE

Toujours dans l'objectif d'étoffer le réseautage, en 2022, la MTBW s'est lancée dans l'animation du réseau des partenaires.

- Au premier semestre, a été mise en place une rencontre entre les artisans du Brabant wallon, en ce compris la plate-forme Made In BW, et les opérateurs touristiques suivants : hébergements, attractions, syndicats d'initiative et offices du tourisme. L'idée était de pouvoir envisager des partenariats et points de vente.



Soirée réseautage Louvain-la-Neuve
©MTBW



- Dans le courant de l'année, trois rencontres de réseautage ont été organisées, 1 par zone géographique du Brabant wallon.

Le concept était de faire rencontrer les opérateurs touristiques d'un même territoire lors d'un Walking-dîner animé pour faire connaissance, échanger les bonnes pratiques et faire ressortir des projets communs ; cela précédé de la visite d'un lieu touristique

Ouest : Musée Marte Donas *(Photo 1)*

Est : Musée Armand Pellegrin *(Photo 2)*

Centre : The VEX LLN et Office du Tourisme Inforville *(Photo 3)*



Rencontres réseautage 2022 ©MTBW

ANIMATION NUMÉRIQUE DE TERRITOIRE (ANT)

Depuis plusieurs années maintenant, la Maison du tourisme du Brabant wallon propose aux prestataires 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...).

Les modes de consommation des touristes avant, pendant et après leurs visites ou leurs séjours ont changé. La place des smartphones et tablettes est grandissante, voire indispensable dans notre quotidien et les professionnels touristiques doivent y faire face. Ils doivent être formés et intégrer dans leur stratégie tout un axe de communication et de commercialisation lié au numérique.



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 2022, à la suite des conventions de partenariats signées avec les SI et OT du Brabant wallon, l'aide numérique constitue un point essentiel de ces dernières. 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 2022 :

> OT Grez Doiceau > Bois des Rêves > SI de Waterloo > SI Braine le Château
> Dimension M > SI de Ittre > SI La Hulpe > Chaumont-Gistoux > Inforville
- LLN > OT Nivelles.

En interne, le travail de l'animateur numérique reprend également tous ces éléments, au quotidien et en continu avec l'équipe (Site web, Facebook, Instagram, campagnes online, statistiques, rédaction de conseils numériques online, bornes numériques, etc.).



De plus, l'année 2022 a également vu la concrétisation du projet des bornes numériques dans 6 lieux d'accueil touristique du Brabant wallon. Ces bornes connectées et tactiles proposent aux touristes et aux visiteurs l'accès numérique à toute l'information touristique du Brabant wallon.

La mise en place de ces bornes découle d'un énorme travail de réflexion, d'analyse et de conception graphique auquel l'animateur numérique a participé grandement. La suite logique du projet sera de récolter toutes les statistiques liées à l'utilisation de ces bornes afin d'exploiter au mieux les besoins et attentes des touristes et visiteurs.



L'écran d'accueil et la borne numérique de la MTBW

NEWSLETTER B TO B, À DESTINATION DES PARTENAIRES

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.

En moyenne, le taux d'ouverture s'élève à 37% et le taux de clics à 6,5%. En un an, le nombre d'inscrits est passé de 626 à 601 inscrits.

Les newsletters b to b renvoient donc vers la partie « pro » du site DestinationBW : <https://www.destinationbw.be/espace-pro/>

Cet espace est exclusivement 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, ...)
- ...



Janvier #18

Nombre d'envois : 594
Nombre d'ouverture : 215
Taux d'ouverture : 36,21%
Nombre de clics : 25
Taux de clics : 4,21%

Mars #19

Nombre d'envois : 595
Nombre d'ouverture : 227
Taux d'ouverture : 38,15%
Nombre de clics : 60
Taux de clics : 10,08%

Mai #20

Nombre d'envois : 600
Nombre d'ouverture : 226
Taux d'ouverture : 37,64%
Nombre de clics : 32
Taux de clics : 5,33%

Juin #21

Nombre d'envois : 630
Nombre d'ouverture : 241
Taux d'ouverture : 38,24%
Nombre de clics : 37
Taux de clics : 5,87%

Septembre #22

Nombre d'envois : 648
Nombre d'ouverture : 220
Taux d'ouverture : 33,89%
Nombre de clics : 36
Taux de clics : 5,56%

Novembre #22

Nombre d'envois : 642
Nombre d'ouverture : 268
Taux d'ouverture : 41,70%
Nombre de clics : 60
Taux de clics : 9,35%

AIDE À L'ACQUISITION DE LABELS

Clé Verte



Depuis quelques années, la Maison du tourisme du Brabant wallon et le Brabant wallon ont placé la durabilité au centre de leurs préoccupations. Faut-il rappeler que la préservation de l'environnement et le soutien à l'économie locale sont véritablement des leviers fondamentaux pour transformer notre province en destination pérenne.

Pour rappel, le label 'Clé Verte' ou 'Green Key' est un écolabel international pour le tourisme. Il s'adresse aux hébergements, aux attractions, à la restauration... Il permet d'accompagner et de promouvoir les structures touristiques pour qui durabilité et environnement prennent sens. Pour la Wallonie, c'est Inter-Environnement Wallonie qui porte le projet. Afin de promouvoir ce label et d'augmenter le nombre de labellisés en Brabant wallon, un budget de 5000 euros a été dégagé par la Maison du tourisme du Brabant wallon. Cette enveloppe a permis d'aider financièrement nos partenaires, qu'ils soient nouvellement labellisés ou non. Cette aide consistait à la prise en charge du paiement des cotisations. Un accompagnement personnalisé leur est également proposé tout au long du processus de labellisation. (Réunions informatives, conseils personnalisés et suivi, workshops...).

En 2022, pour le Brabant wallon, on compte 12 partenaires touristiques qui ont misé sur la durabilité et la préservation de l'environnement. Grâce à leurs dossiers introduits en 2021, 3 partenaires ont été labellisés début 2022. Il s'agit de l'hôtel Martin's à Louvain-la-Neuve, du Sakura Lodging à Grez-Doiceau et de l'hôtel Van der Valk à Nivelles.



Le label Clé Verte au Château-Ferme de Profondval
@MTBW

AIDE À LA LABELLISATION BIENVENUE VÉLO

BIENVENUE VÉLO
FIETS WELKOM
BIKES WELCOME
RADFAHRER WILLKOMMEN



La MTBW continue son action de soutien et d'accompagnement à la labellisation pour les partenaires de son territoire. Elle travaille toujours 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. Cette enveloppe de 2.000 euros a permis à 6 d'entre eux de financer leurs trousseaux de réparation et de secours (max 200 euros par demande de labellisation).



De ce fait, en 2022, le Brabant wallon compte désormais une petite cinquantaine d'hébergements labellisés « Bienvenue Vélo ».

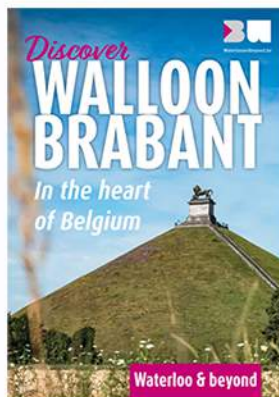
MISSION II : PROMOUVOIR LE BRABANT WALLON

En 2022, la MTBW s'est concentrée 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)

L'édition 2022 du magazine a été finalisée et imprimée en début d'année. 11.000 magazines ont été imprimés en français, 8.000 en néerlandais et 4.000 en anglais. Tous ont été distribués à l'exception de 1.950 brochures en néerlandais. Ce quota restant est parti en 2023 grâce à une distribution dans le réseau flamand de BHS et à une action média spécifique de commande de brochures.



Le Brabant wallon à vélo (FR et NL)

Le carnet de 10 circuits à vélo utilisant les points-nœuds et reprenant les points d'intérêt touristique, de restauration, les établissements « Bienvenue vélo » et des informations pratiques a été réédité en mai.

Tous les parcours ont fait l'objet d'un test sur le terrain par un collègue cycliste et 3 circuits ont été remplacés par des balades plus agréables et sécurisées. En 2022, 15.000 exemplaires en français et 15.000 exemplaires en néerlandais ont été imprimés.



Balades & vous (FR et NL)

12 balades à pied ont été ajoutées aux 15 premières promenades pour proposer une balade par commune dans une nouvelle édition. Cette brochure s'adresse tant aux promeneurs du dimanche qu'aux randonneurs aguerris. Les parcours font entre 2,3 et 13,5km et comportent une carte, un pas à pas détaillé et des points d'intérêt à retrouver pendant la balade.



PARTICIPATION À DES FOIRES ET SALONS

La MTBW a participé au salon **Bike Brussels** organisé du 25 au 27 mars 2022, ainsi qu'à l'événement « **Oostende voor Anker** » qui s'est tenu du 19 au 22 mai 2022 (180.000 visiteurs).

Les deux événements ont attiré énormément de monde et beaucoup de personnes étaient intéressées par nos produits et notre destination, dont une majorité de francophones pour chaque salon.

En quelques chiffres, nous avons distribué +- 400 magazines FR-NL / +- 400 cartes du réseau points-nœuds et +- 700 brochures de balades à vélo FR-NL au salon Bike Brussels. (Photos

Lors de « Oostende voor Anker », nous avons distribué +- 600 magazines FR-NL / +- 250 cartes du réseau points-nœuds et +- 500 brochures de balades à vélo FR-NL. (Photos



Photos lors des 2 foires et salons en 2022 @MTBW

Présence sur les événements locaux

Depuis 2021, la MTBW s'est lancée dans un processus de communication auprès des citoyens du Brabant wallon dans l'esprit d'un tourisme local. S'appuyant sur l'analyse de l'OPC indiquant qu'il était plus probant d'approcher un citoyen sensibilisé à une activité culturelle pour lui proposer d'autres activités, la Maison du tourisme a sélectionné quelques événements locaux afin de faire une promotion territoriale spécifique.



En 2022, l'équipe a ainsi tenu un stand lors du **marché de l'Ascension de Jodoigne** (1) afin de faire la promotion du nouveau point d'accueil de la MTBW ouvert prochainement. Elle a aussi fait la promotion du tourisme accessible lors du **Special Olympics à Louvain-la-Neuve**, mais également du slow tourisme lors d'un **événement anniversaire du canal Charleroi-Bruxelles à Ittre**. S'appuyant également sur des événements d'historicité, un stand a pu mettre en avant le côté patrimonial avec les **Rencontres Médiévales de Braine-le-Château** et les **reconstitutions de 1815** au Dernier Quartier Général de Napoléon. Enfin, à l'occasion du **spectacle d'été à l'Abbaye de Villers**, une carte postale a été créée et distribuée en fin de spectacle pour inciter les spectateurs à revenir en Brabant wallon.

PROMO 360°

Insertions papier ou digitales

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
- 4 articles digitalisés sur La Libre Belgique, écrit par un journaliste sur base d'une interview, dont 1 article de compensation en novembre
- 2 articles digitalisés (1.000 lecteurs garantis) sur planet-lifestyle.be dans le cadre du dossier « Fier d'être Belge » et « Summer vibes » et 1 article en néerlandais, écrits par un journaliste sur base d'une interview
- ½ page dans le METRO FR et METRO NL (1/4 page rédactionnel + ¼ page pub) (2)
- 1 page dans le Vers l'Avenir Brabant wallon (rédactionnel +1/4 page pub)
- 1 page dans le Max Brabant wallon (3)

- Publi-rédactionnel de ½ page dans De Zondag (4)
- ½ page dans les magazines Hup et Op Weg + newsletter
- 2 articles dans les newsletters « vélo » et « rando » de Pasar
- Publi-rédactionnel de ½ page dans le Magazine Touring en FR et en NL en mai et publi-rédactionnel de 1 page avec concours dans le Magazine Touring de septembre (5)
- ½ page dans le Walking Magazine et 1 article dans la newsletter
- Collaboration avec WBT et le Krant van West-Vlaanderen pour réaliser un jeu de piste à Louvain-la-Neuve
- Annonce pour commander les magazines touristiques FR et NL dans le Magazine Touring
- Reportage vidéo sur le site Internet du magazine june.be
- Article sur le site Internet de The Brussels Times
- Publi-reportage de ½ page dans le Together magazine, distribué à Bruxelles



PROMO 360° [SUITE]

En radio

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



En télé

- Balades en famille sur la RTBF
- Les Escapades de Ludo sur RTL TVi (1)
- Diffusion des capsules du petit patrimoine sur TV Com, Boukè, Canal Zoom et BX1



Affichage

- BUS ET GARES
Affichage sur 25 vitres arrière des bus de la TEC (2) en Wallonie et dans les gares de Wallonie et de Bruxelles (100 affiches).
- WEB
2 campagnes de notoriété ont été lancées via des bannières web pour les vacances de Pâques et fin juin.
- CINEMA
Spot publicitaire de 20 secondes diffusés dans 2 cinémas du Brabant wallon (Braine-l'Alleud et Cinescope) pendant un mois en été

Sur le marché hollandais :

- Article sur Ardenne.nl
- Publi-rédactionnel de ½ page dans le Plus Reisspecial + dans la newsletter + sur le site web plusonline.nl
- ½ page dans le Max Magazine
- 1 page dans le Toeractief « Destination à l'étranger »
- Article dans la newsletter du Plusonline
- 1 page dans Villa d'Arte, spécial « Verrassend België »

Sur le marché français :

- Campagne d'affichage à Lille et ses alentours en juillet et août
- Article online sur le Petit Futé
- 1 page dans Séniors Magazine (3)



Actions online

En complément à toutes ces actions, des campagnes payantes ont été produites sur Facebook pour mettre en avant les capsules vidéos du petit patrimoine, les concours de la MTBW, ses éditions, ses capsules vidéos thématiques tournées en 2021, les balades en Brabant wallon,...



Collaborations avec des blogueurs

En 2022, nous n'avons collaboré qu'avec un seul blogueur : Maxime Alexandre de Trekking et voyage. A l'automne, il a réalisé 3 de nos plus belles balades et les a mises en avant sur son blog :

<https://www.trekkingetvoyage.com/3-balades-a-faire-en-brabant-wallon/>



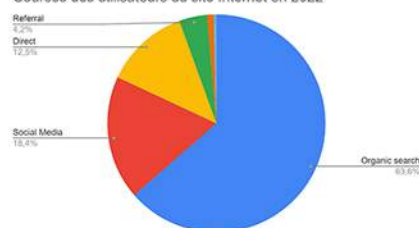
SITE WEB



109.097 nouveaux utilisateurs ont consulté le site Internet sur toute l'année avec 511.821 pages vues pour une durée moyenne des sessions de 1min38, 71% des utilisateurs venant depuis le mobile.

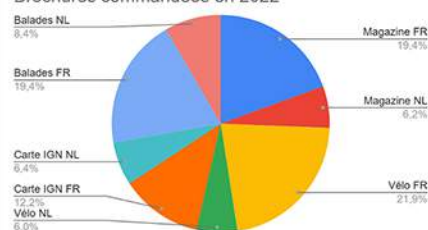
75% sont des utilisateurs francophones, 15% néerlandophones et 7% anglophones (les 3% restants = autres).

Sources des utilisateurs du site Internet en 2022



En 2022, **3.553** brochures ont été commandées, dont la répartition se présente comme suit :

Brochures commandées en 2022

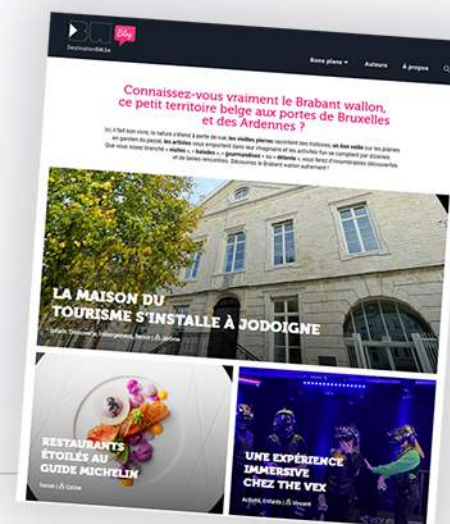
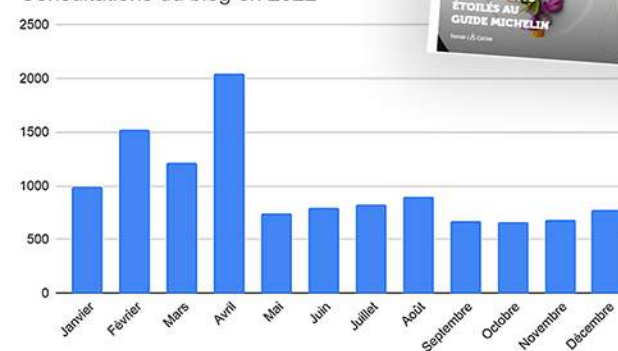


BLOG



En 12 mois, **28** articles ont été publiés sur notre blog pour une consultation annuelle de **11.843**

Consultations du blog en 2022



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



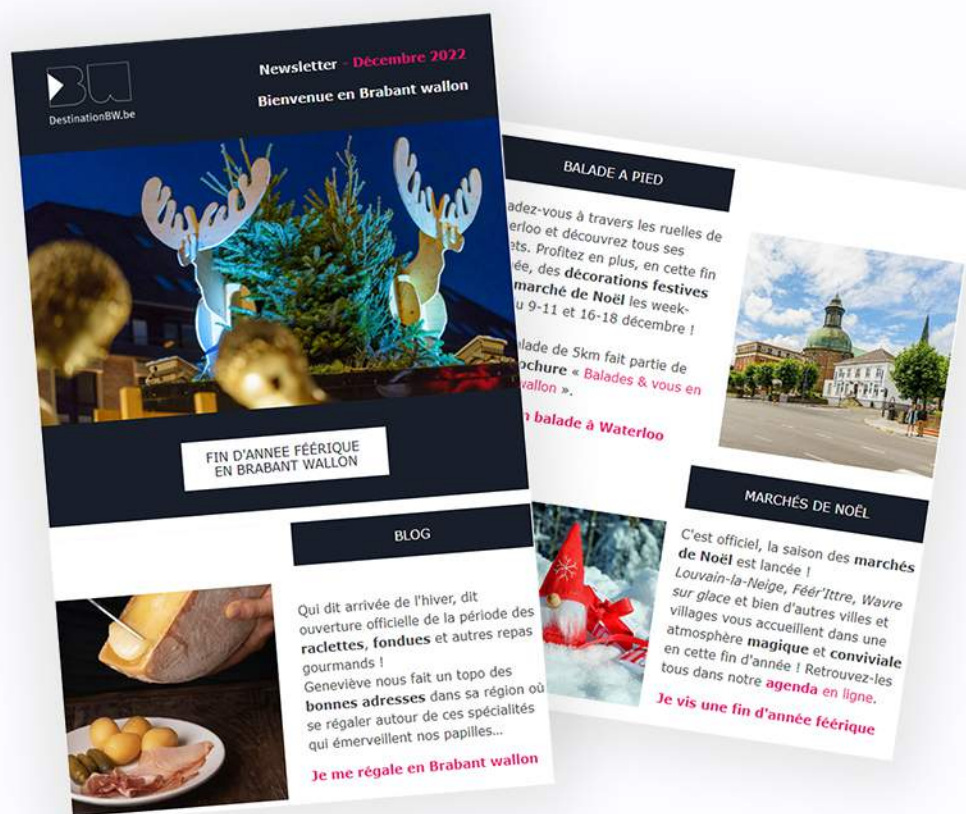
1. Activités fun avec les ados : <https://blog.destinationbw.be/activites-fun-avec-les-ados/>
2. Les meilleurs restaurants avec enfants : <https://blog.destinationbw.be/les-meilleurs-restaurants-avec-enfants/>
3. Restaurants étoilés au Guide Michelin : <https://blog.destinationbw.be/restaurants-etoiles-au-guide-michelin>

NEWSLETTER GRAND PUBLIC

En 2022, **8 newsletters** ont été envoyées, à raison d'une newsletter toutes les 6 à 8 semaines.

La moyenne annuelle du taux d'ouverture est de **33,48%**.

	Février	Mars	Mai	Juin	Août	Septembre	Octobre	Décembre
Taux d'ouverture	34,12%	32,32%	34,97%	29,78%	35,21%	33,90%	31,79%	35,75%
Total de clics uniques	230	179	280	147	221	243	160	181



CONCOURS

8 concours ont été lancés en 2022 à l'occasion de :

- La Saint-Valentin
- La sortie des boucles à vélo
- La fête des pères
- Des concerts à la Chapelle Reine Elisabeth
- Des reconstitutions de la Bataille de Waterloo
- Du reportage dans le magazine Touring*
- D'Halloween
- De la Saint-Nicolas

* Ce concours étant géré directement par le magazine, avec un prix offert par la MTBW.



RÉSEAUX SOCIAUX

FACEBOOK



A la fin de l'année 2022, la page Facebook « Destination Brabant wallon » dénombrait **31 237** fans.

+ 2336 fans en 1 an
+ 19% de couverture des publications en 1 an
16,8 Publications / mois (+15%)
33 958 impressions / publication (moyenne payant et non-payants confondus)
81,8 likes / publication



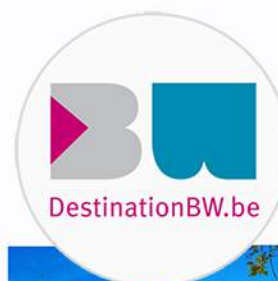
Destination Brabant wallon
 @destinationbw - Agence de voyage



INSTAGRAM

A la fin de l'année 2022, le compte Instagram « Destination Brabant wallon - #destinationbw » dénombrait **2.839** fans.

+ 233 fans en 1 an
+ 82% de couverture des publications en 1 an
7,5 Posts / mois (-10%)
593 vues / post (moyenne)
61,3 likes / post (moyenne)



#destinationbw



CAMPAGNE DE NOTORIETE

La MTBW a mis en place une campagne de notoriété au printemps 2022 (du 28/03 au 6/04) et au début de l'été (du 20/06 au 3/07) pour faire connaître le Brabant wallon.

Un spot radio a été produit et diffusé sur Vivacité, Classic 21, Njr, Tipik et DH radio (+ radios digitales).



Un spot publicitaire de 20 secondes a également été diffusé sur La Une, Tipik, AB3 et LN24 (+ Auvio), ainsi que sur les TV régionales flamandes.

Ce spot était une version plus courte du « trailer » tourné en 2021 par USP Movies.

Budget de diffusion FR : **121.000€** TTC

Budget de diffusion NL : **35.000€** TTC



PHOTOGRAPHE PROFESSIONNEL

La MTBW est sans cesse à la recherche de beaux visuels illustrant son territoire. Dans ce cadre, un photographe professionnel s'est rendu en Brabant wallon pour illustrer les balades à vélo en Hesbaye Brabançonne, les balades en famille au Domaine régional Solvay, à Hélécine, Villers-la-Ville et Ottignies-Louvain-la-Neuve.



ORC : OUTIL RÉGIONAL DE COMMERCIALISATION

Développé par Wallonie Belgique tourisme et son partenaire technique Eloha, 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.



En Brabant wallon, en 2022, on compte 24 adhérents :

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

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

En 2022, 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 2022 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.

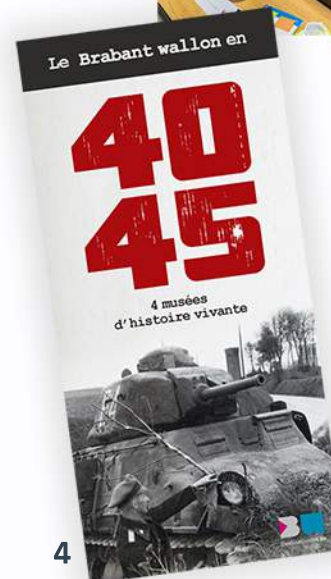
POURSUITE DES GROUPES DE TRAVAIL THÉMATIQUES

Une visio s'est tenue le 22 février afin de faire le point sur les premiers groupes de travail (2021). Une vingtaine de partenaires touristiques pu participer à cette réunion. En 2022, le choix des groupes de travail s'est opéré sur :

- Seconde Guerre mondiale - 21 juin 2022 au Musée du Souvenir à Malèves (1)
- Waterloo - 7 novembre 2022 au Mémorial 1815 (2)
- Tourisme urbain, art et culture via le COPIL de Louvain-la-Neuve (3)



3 Photos ©MTBW



La tenue de ces groupes de travail a permis la réalisation d'actions concrètes, notamment la réalisation d'un dépliant trilingue concernant les 4 musées de la Seconde Guerre mondiale qui sera imprimé en 2023 et distribué notamment dans d'autres musées de mémoire de Belgique (Bastogne War Museum, Ploegsteert, ...) (4)

Concernant le groupe de travail « Waterloo », l'étude « Tourisme de mémoire » réalisée par la société française de consultance « In Extenso » a été présentée aux partenaires du Champ de Bataille.

Enfin, les autorités de Louvain-la-Neuve, l'Office du Tourisme (Inforville) ainsi que l'INESU (Institut pour l'Embellissement, l'aménagement, l'équipement et la gestion des sites universitaires) ont souhaité que la Province du Brabant wallon ainsi que la MTBW fassent partie d'un Comité de Pilotage qui se réunit régulièrement afin d'opérationnaliser les résultats de

l'étude stratégique sur LLN et ses environs (2021) et de les aider à effectuer des priorités stratégiques (signalétique, gouvernance, MICE, ...).

ETUDES TERMINÉES OU EN COURS

La MTBW joue un rôle actif en rapport avec les études touristiques commandées par Inbw. Elle épaula la Province qui fait partie des comités de pilotage des études. Parmi ces études, certaines concernent les clusters. En 2022, la MTBW a participé à 2 ateliers s'inscrivant dans le cadre de l'étude « Schéma directeur touristique pour le cluster Slow tourisme¹, douceur de vivre et balades du Brabant wallon ». Les conclusions de l'étude sont attendues pour début 2023.



¹ Réalisée par la société Un Tour d'Avance

CRÉATION D'UN DASHBOARD NUMÉRIQUE ET DÉBUT DE RÉFLEXION SUR UN BAROMÈTRE TOURISTIQUE

Un tableau de bord numérique a été créé en 2022. 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 (plateforme de promenades)
- Totemus
- Concours



Ce tableau représente donc un élément très important d'analyse de chiffres et d'outil d'aide de prise de décision (pages les plus vues, article de blog le plus consulté, taux d'ouverture des newsletters, ...)

Par ailleurs, un travail de constitution de baromètre touristique pour le Brabant wallon a été entamé via un groupe d'étudiants du master Sciences et Gestion du Tourisme de l'ULB. Ce travail sera poursuivi en 2023 avec l'aide de l'Observatoire du Tourisme de Wallonie. L'objectif est de sortir des chiffres classiques d'analyse (nuitées, arrivées, ...) et de fournir des données plus axées sur le durable (nombre d'excursions/nombre de séjours, taux de pénétration de labels écologiques, ...)



Enfin, la Maison du tourisme du Brabant wallon a pu assister aux Rencontres nationales de l'e-tourisme à Pau en octobre afin de revenir avec plein d'idées pratiques pour la MT mais surtout pour ses partenaires touristiques (1).

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), un travail d'inventaire des promenades balisées s'est poursuivi en 2022. L'objectif rencontre celui du slow tourisme à savoir référencer moins de balades mais de meilleure qualité (sécurité, attraits paysagers, patrimoine, ...). Il est à rappeler que l'on peut retrouver nos balades (à pied et à vélo) sous forme papier et sur notre plateforme CIRKWI via destinationbw.be.



CHASSES TOTEMUS

Le Brabant wallon constitue la province wallonne qui compte le plus de chasses Totemus sur son territoire. En effet, **9 nouvelles chasses** ont été créées en 2022 avec l'aide des organismes touristiques locaux et les communes.



Découvrez toutes les chasses aux trésors Totemus en **Brabant wallon** sur [DestinationBW.be](https://www.destinationbw.be)

Avec un total de **21 chasses** au total en 2022, ce concept ludique à mi-chemin entre le géocaching et le jeu de piste a permis à **44.156** personnes de découvrir ou redécouvrir le Brabant wallon d'une manière récréative.



PROMOTION DES ESCAPADES THÉMATIQUES

En 2022, la MT du Brabant wallon a mis à jour ses escapades thématiques et les a regroupées par moyen de déplacement : à vélo, en voiture avec une rubrique « douceur de vivre ». Une escapade « **Martin's Cycle Tour** » a été ajoutée sur destinationbw.be.



Elle fait la part belle au cyclotourisme avec une proposition d'un circuit de 7 jours (soit plus de 400km) à vélo en utilisant les hébergements de la chaîne d'hôtels Martin's bien implantés en Brabant wallon mais en passant également par Bruxelles et Malines. Le transport des bagages est assuré par l'hôtelier afin que le cyclotouriste se concentre uniquement sur le plaisir et la beauté des paysages et du patrimoine. Lien : <https://www.martinshotels.com/fr/page/martins-cycle-tours-week-end-a-velo-sejour-velo.14213.html>

L'équipe de la MTBW a passé un marché public en fin d'année 2022 afin de pouvoir bénéficier des conseils d'un œnologue pour composer un « **vino trip** » en Brabant wallon. Ce parcours œnotouristique se concentrera, dans un premier temps, sur 3 vignobles. Il se fera en un ou deux jours et à vélo afin de rester dans un objectif de slow tourisme. La réalisation de ce produit se poursuivra en 2023.



Photos @MTBW

COMPTES ANNUELS - MTBW 2022



Détail du bilan

01/01/2022 - 31/12/2022

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	225.409,85
Créances à un an au plus	40/41	41.238,98
Créances commerciales	40	41.238,98
404000 SUBSIDES A RECEVOIR		40.303,00
406000 DOUBLE PAIEMENT FOURNISSEURS		935,98
Valeurs disponibles	54/58	183.945,18
550000 COMPTE COURANT BELFIUS		109.291,93
550010 COMPTE EPARGNE BELFIUS		74.413,59
570000 CAISSE		239,66
Comptes de régularisation (ann. 6.6)	490/1	225,69
490000 CHARGES A REPORTER		225,69
Montant total de l'actif		225.550,22

FONDS SOCIAL	10/15	180.200,16
Fonds de l'association ou de la fondation (ann. 6.7)	10	34.540,84
100000 FOND SOCIAL		34.540,84
Bénéfices (Pertes)reporté(e) (+)/(-)	14	112.395,33
140000 BENEFICE A REPORTER		112.395,33
Solde 6 et 7	149	33.263,99
*** 149999 Resultat Provisoire Reporte		33.263,99
PROVISIONS ET IMPOTS DIFFERES	16	3.500,00
Provisions pour risques et charges	160/5	3.500,00
Autres risques et charges (ann. 6.7)	164/5	3.500,00
165000 PROVISION SUBSIDE A REMBOURSER		3.500,00
DETTES	17/49	41.850,06
Dettes à un an au plus	42/48	41.850,06
Dettes financières	43	70,90
Etablissements de crédit	430/8	70,90
433100 MASTERCARD		70,90
Dettes commerciales	44	32.789,09
Fournisseurs	440/4	32.789,09
440000 FOURNISSEURS		32.789,09
Dettes fiscales, salariales et sociales (ann. 6.8)	45	8.990,07
Impôts	450/3	1.240,75
451200 COMPTE COURANT ADMIN. TVA		12,61
453000 PRP A PAYER		1.228,14
Rémunérations et charges sociales	454/9	7.749,32
454000 ONSS A PAYER		2.284,73
455000 REM. NETTES A PAYER EMPLOYE		1.215,21
456000 PECULES DE VACANCES		4.159,38
459400 CHEQUE REPAS		90,00
Montant total du passif		225.550,22

COMPTE DE RESULTATS

Ventes et prestations	70/76A	1.157.505,14
Cotisations, dons, legs et subsides (ann. 6.9)	73	1.151.460,35
730010 COTISATIONS DES COMMUNES DU BW		39.459,00
733120 SUBSIDE MISE A DISPOS. PERSONNEL PROV.		660.598,91
733130 SUBSIDE MISE A DISPOS. LOCAUX PROV.		12.870,00
733200 SUBVENTION REGIONALE DE FONCTIONNEMENT		344.030,00
733300 SUBVENTION REGIONALE DE PROMOTION		59.000,00
733410 SUBVENTION FOREM GLOBAL APE		35.502,44
Autres produits d'exploitation	74	6.044,79
740900 EXONERATION PP A PAYER		65,87
745000 FRAIS RECUPERES		5.978,92

Coût des ventes et des prestations	60/66A	(1.124.135,06)
Services et biens divers	61	(1.082.582,46)
610100 LOCAUX MIS A DISPOS. PROVINCE		(12.870,00)
612320 AMENAGEMENTS JODOIGNE		(1.952,26)
612400 IMPRIMES - FOURN. DE BUREAU - ACHATS TIMBRES		(12.988,02)
613020 HONORAIRES FIDUCIAIRES		(2.504,70)
613060 HONORAIRES SECRETARIAT SOCIAL		(1.251,50)
613200 COTISATIONS GROUPEMENTS PRO		(2.651,76)
613500 PUBLICATIONS LEGALES		(133,58)
613650 MAINTENANCE INFORMATIQUE-AB		(16.710,37)
613720 GSM		(5,00)
613750 FRAIS DE TRADUCTION		(4.555,76)
613760 FRAIS ADMINISTRATIF SODEXO		(94,01)
613800 ANNONCES ET INSERTIONS		(222.391,70)
613801 CATALOGUES ET IMPRIMES		(74.625,98)
613803 FOIRES ET EXPOSITIONS		(1.815,00)
613804 ACHATS LOTS CONCOURS		(1.286,98)

613805 FRAIS INDIRECTS DE PROMOTION		(312,00)
613807 ACCOMPAGNEMENT PARTENAIRE		(34.024,56)
613810 REPAS ET RECEPTIONS		(8.687,24)
613815 CAMPAGNE ET PUBLICITE EN LIGNE		(14.014,61)
613816 PHOTOS		(3.604,00)
613900 FORMATIONS		(4.110,90)
615100 FRAIS DE REMBOURSEMENT		(142,90)
615200 REMBOURSEMENT FRAIS DEPL. ADMIN.		(202,25)
616540 CADEAUX PROFESSIONNELS		(1.048,47)
617000 PERSONNEL MIS A DISPOS. PROVINCE		(660.598,91)
Rémunérations, charges sociales et pensions (ann. 6.9)	62	(35.773,74)
620200 REM. BRUTES EMPLOYE		(22.139,23)
620210 PECULE VACANCE EMPLOYE		(1.455,22)
620220 PRIME FIN ANNEE EMPLOYE		(1.931,30)
621000 COT. PATRONALES ONSS		(5.489,45)
623130 FRAIS DE DEPLACEMENT		(842,40)
623200 EMPLOYES ASSUR. LOI - RC		(261,01)
623410 SERVICE MEDICAL		(224,98)
623450 FRAIS TEAM-BUILDING		(118,00)
623530 CHEQUES-REPAS		(903,21)
624100 DOT. PROV. PECULE VACANCES		(4.159,38)
624110 REPR. PROV. PECULE VACANCES		1.750,44
Provisions pour risques et charges (dotations -, utilisations\r\n et reprises +) (ann. 6.9)	635/9	(3.500,00)
636000 DOT. PROVISION REMB. SUBSIDE		(3.500,00)
Autres charges d'exploitation (ann. 6.9)	640/8	(264,51)
640800 TAXES DIVERSES		(206,51)
645000 PENALITES ET AMENDES		(58,00)
Charges d'exploitation non récurrentes (ann. 6.11)	66A	(2.014,35)
664000 REGULARISATION SUR EXERCICES ANTERIEURES		(2.014,35)

Bénéfice (Perte) d'exploitation (+)(-)	9901	33.370,08
Charges financières	65/66B	(106,09)
Charges financières récurrentes (ann. 6.10)	65	(106,09)
Autres charges financières	652/9	(106,09)
657000 FRAIS BANCAIRES S./C.C. BELFIUS		(106,09)
Bénéfice (Perte) de l'exercice avant impôts (+)(-)	9903	33.263,99
Bénéfice (Perte) de l'exercice (+)(-)	9904	33.263,99
Bénéfice (Perte) de l'exercice à affecter (+)(-)	9905	33.263,99
AFFECTATIONS ET PRELEVEMENTS		
Bénéfice (Perte) à affecter (+)(-)	9906	33.263,99
Bénéfice (Perte) de l'exercice à affecter (+)(-)	9905	33.263,99
Bénéfice (Perte) à reporter (+)(-)	14	33.263,99
Comptes hors PCMN		
149999 Resultat Provisoire Reporte		33.263,99





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

SECRÉTARIAT

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

NOTRE POINT D'ACCUEIL

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

NOTRE NOUVEAU POINT D'ACCUEIL

Hotél des Libertés
Grand PLace 1
1370 Jodoigne



TELEPHONE

+32 (0)10 56 09 70



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