



# Devenir Membre

**VISITWallonia.be**

# Sommaire

- 01.** VISITWallonia – Wallonie Belgique Tourisme asbl 3
- 02.** Structure partenariale : membres, pôles & clubs 12
- 03.** E-commerce 16
- 04.** Pass VISITWallonia.be 18



VISITWallonia  
Wallonie Belgique Tourisme asbl

01.

VISITWallonia.be



# 01. VISITWallonia

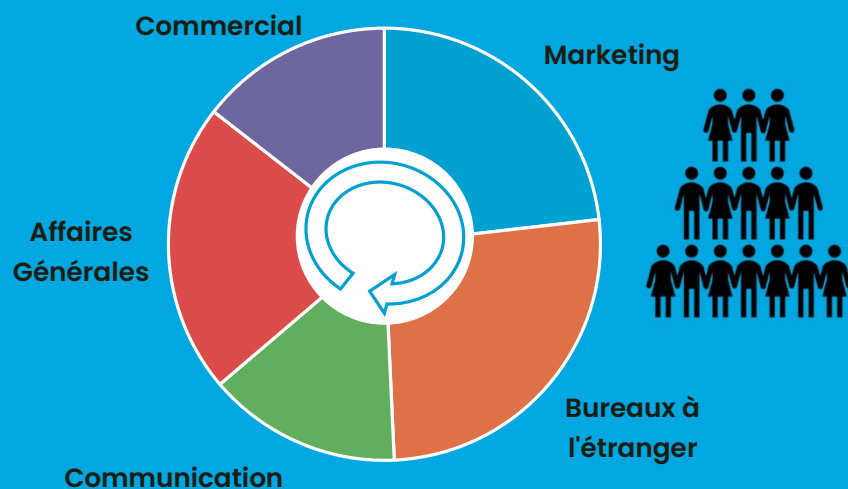
## Missions

L'association est l'organisme wallon en charge de la **promotion**, du **marketing** de la **destination Wallonie**, tant en **Belgique** qu'à **l'international**, et plus particulièrement de la conception et de la mise en œuvre de la stratégie marketing, en cohérence avec la politique touristique (conception produits, stratégie de communication, marketing coopératif, etc.) ainsi que le développement commercial en partenariat avec les prescripteurs et les plateformes digitales, la promotion et la vente (en ligne).

## Equipes

Nous sommes une équipe de +/- **80 personnes** basées majoritairement à Namur, mais aussi à Bruxelles, Haarlem, Paris, Cologne, Londres et Milan.

## Organigramme



# 01. VISITWallonia

## Quelques objectifs

- ✓ Redéployer l'image de la **destination Wallonie** comme vecteur de rayonnement de la région tant en Belgique qu'à l'étranger via la marque **VISITWallonia.be**
- ✓ Définir, prospecter et conquérir les **marchés et publics cibles** de la destination
- ✓ Créer une chaîne de valeur autour du tourisme wallon : structurer l'offre touristique tant de loisirs que d'affaires par la **création de produits touristiques ciblés**
- ✓ Mener une **stratégie de communication** pertinente, innovante et adaptée aux cibles et notamment :
  - En se focalisant sur des actions promotionnelles à grand impact
  - En menant une communication quatre saisons
  - En évoluant vers une communication transmédia
  - En conduisant une communication online au sens large et en s'appuyant sur des ambassadeurs
  - En informant et en communiquant auprès des consommateurs directement
  - Indirectement, en entretenant les relations publiques, notamment par la communication presse généraliste et spécialisée, ainsi qu'en ciblant les professionnels du voyage
- ✓ Mener une stratégie de **marketing digital**, centrée sur le touriste
- ✓ Développer la **commercialisation** en ligne
- ✓ Mener une stratégie **partenariale** multiple, coordonnée et performante

# 01. VISITWallonia

## Stratégie Marketing

VISITWallonia développe un marketing moderne, coopératif et performant sur les marchés cibles.

La nouvelle marque touristique, **VISITWallonia.be**, instaure une nouvelle dynamique de promotion pour l'avenir de la destination.

VISITWallonia mène des **actions de notoriété** afin de positionner cette marque en Belgique et à l'étranger ainsi que des campagnes de communication multicanales, génériques et saisonnières, mettant en avant des produits d'images et d'appels.

VISITWallonia positionne stratégiquement la destination autour de **deux identités** complémentaires et déclinables sur les publics et les marchés cibles, qu'il s'agisse de touristes de loisirs ou d'affaires :

- « Culture, Patrimoine, Terroir et Talents »,
- « Nature et Evasion ».



# 01. VISITWallonia

## Marchés cibles

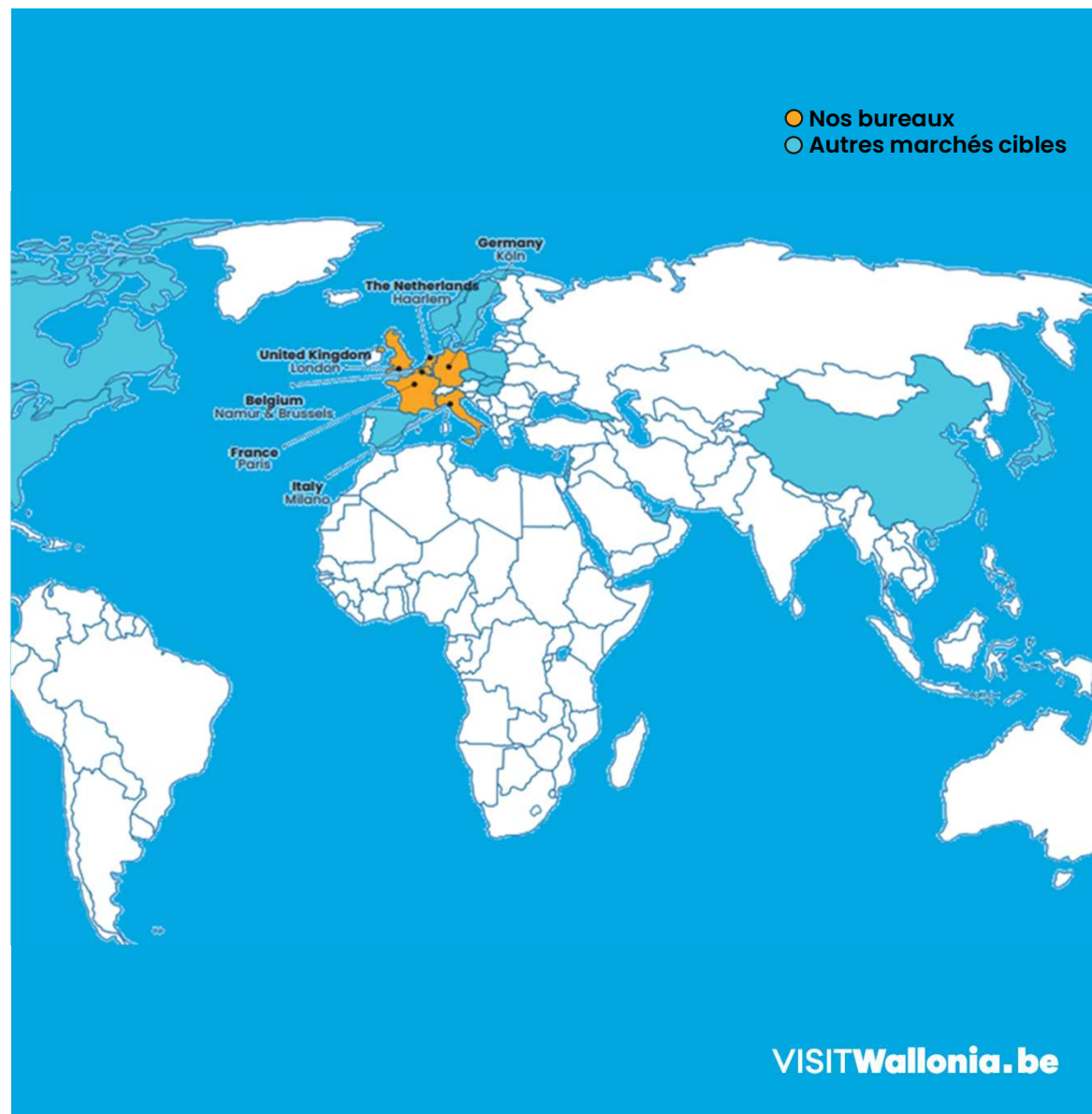
Nos priorités de marchés sont hiérarchisées selon l'ordre suivant :

- **Belgique** : francophone & néerlandophone
- **Pays frontaliers** : France, Pays-Bas, Allemagne & Grand-Duché de Luxembourg
- **Pays proches** : Royaume-Uni & Italie

Nous œuvrons également sur des **marchés plus éloignés** et d'opportunités en :

- **Europe** : Espagne, Europe de l'Est, Scandinavie...
- **Asie & en Amérique du Nord**

Pour atteindre un seuil de visibilité suffisant de notre destination, nous privilégions une **approche partenariale** avec de nombreux acteurs privés et publics, notamment l'AWEX, WBI, Toerisme Vlaanderen, visit.brussels, Atout France,... ou encore divers tour-opérateurs et transporteurs.



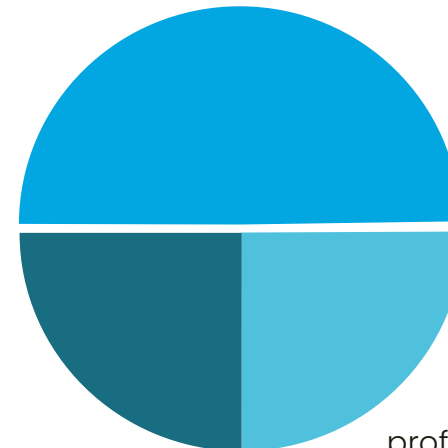


# 01. VISITWallonia

## Publics cibles

### Grand public

individuels, couples, familles  
jeunes 25-35 ans ; 50+, seniors,...  
randonneurs, vélotouristes,...



### Prescripteurs de voyage ou Trade

Tour opérateurs,  
autocaristes,  
professionnels du voyage,  
associations de loisirs,  
comités d'entreprise,  
scolaires...

### MICE

Entreprises,  
administrations publiques,  
associations professionnelles...



# 01. VISITWallonia

## Concevoir des produits touristiques & mettre en avant des offres touristiques

Séduire les touristes en jouant sur les émotions, au travers de produits inspirationnels structurés autour des axes identitaires

### VISITWallonia.be

Marque générale de la destination - multithématique

#### AXES IDENTITAIRES

##### Nature & Évasion

- Vélotourisme : RAVeL et routes européennes, balades à vélo...
- Randonnées et balades
- Camping-car
- Tourisme sportif : Golf, VTT, cyclotourisme, running et trail, tourisme équestre, sports moteurs, etc...
- Ressourcement et bien-être: parcs naturels, massifs forestiers, Geopark, etc...
- Tourisme durable et slow tourisme
- Activités récréatives : parcs aventure, parcs récréatifs, parcs animaliers, attractions aquatiques, croisières et trains touristiques...

##### Culture, Patrimoine, Terroir & Talents

- Tourisme urbain : villes d'art, villes de culture et d'histoire
- Terroir et talents : producteurs, gastronomie, etc...
- Patrimoine : UNESCO (matériel et immatériel), châteaux, monuments et demeures historiques, les Plus beaux villages de Wallonie
- Culture : Musées et expositions, street-art, créativité, architecture, etc...
- Tourisme de mémoire : Route de Napoléon, Bataille des Ardennes, Guerre 14-18, etc...
- Folklore, fêtes et traditions populaires



# 01. VISITWallonia

## Mener une stratégie de communication pertinente, innovante et adaptée aux cibles

- Nos équipes réalisent des plans d'actions annuels et pluri-annuels, qui incluent environ **400 projets** menés chaque année, en interne ou en partenariat, via des actions de promotion payantes ou gratuites, sur les différents marchés cibles
  - en **direct** auprès des consommateurs potentiels, au travers d'actions de **streetmarketing**, de présence sur les **foires, salons** et **événements publics, professionnels** ou **de niches**
  - **Indirectement** :
    - en entretenant les **relations publiques**, notamment par la communication **presse** généraliste et spécialisée *Communiqués de presse, conférences de presse, dossiers de presse, événements spécifiques, voyages de presse, etc.*
    - en ciblant les **professionnels du voyage** : Eductours, foires, salons, événements professionnels, workshops, etc.

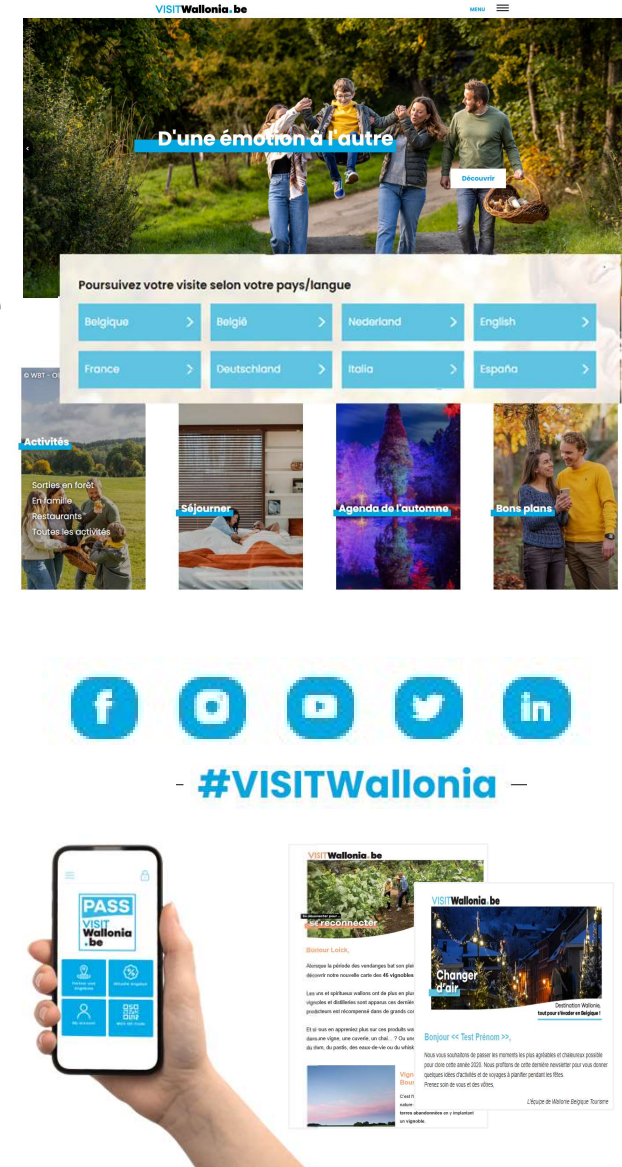


# 01. VISITWallonia

## Marketing digital & communication online

### Mener une stratégie de marketing digital, centrée sur le touriste

- Conduire une communication online, en créant et en animant les **sites internet** en différentes langues destinés au grand public et aux professionnels wallons, nationaux et internationaux.
- Développer et animer des outils correspondant aux tendances actuelles, notamment **concours & réseaux sociaux**, en différentes langues pour attirer le public vers la destination.
- Mener des actions d'**e-marketing** affinitaires et ciblées.
- Mettre en place le « Pass **VISITWallonia.be** », outil gratuit et multilingue, en vue d'attirer et de fidéliser les touristes et permettant de bénéficier d'avantages.



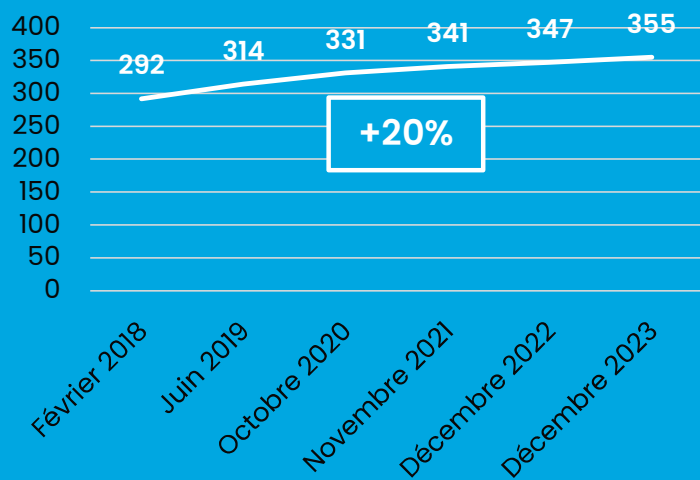
# Structure partenariale : Membres, Pôles & Clubs

02.

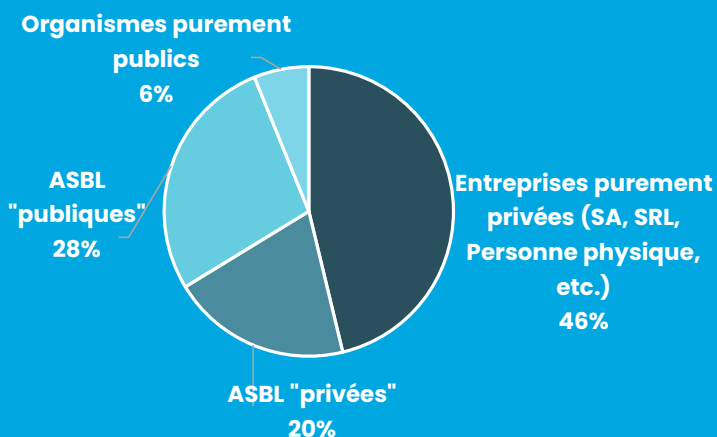


## Membres ASBL

355 entreprises



## Types



## Les forces de la structure partenariale

- Garant d'un équilibre privé-public
- Souplesse administrative & réactivité immédiate en fonction des opportunités
- Vision stratégique moyen-long terme avec les inputs publics et privés
- Image touristique cohérente de la destination
- Communication plus amplifiée
- Economies financières

## Coûts

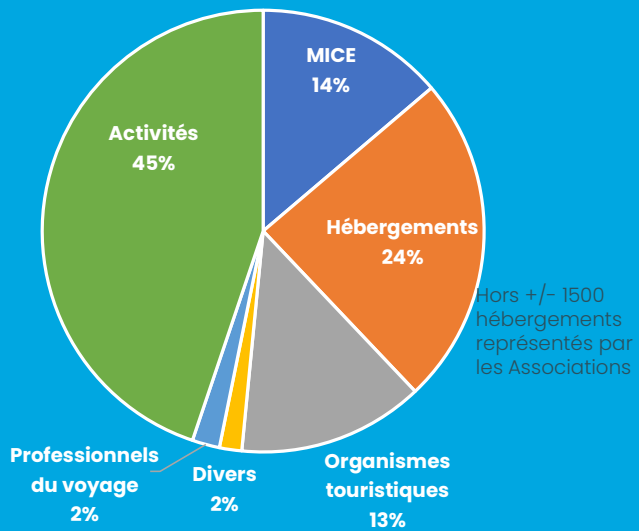
- La cotisation annuelle dépend du chiffre d'affaires ou du budget de votre société
  - Inférieur à 500.000 € 150€ htva
  - Entre 500.001€ et 2.000.000 € 250€ htva
  - Supérieur à 2.000.001 € 500€ htva



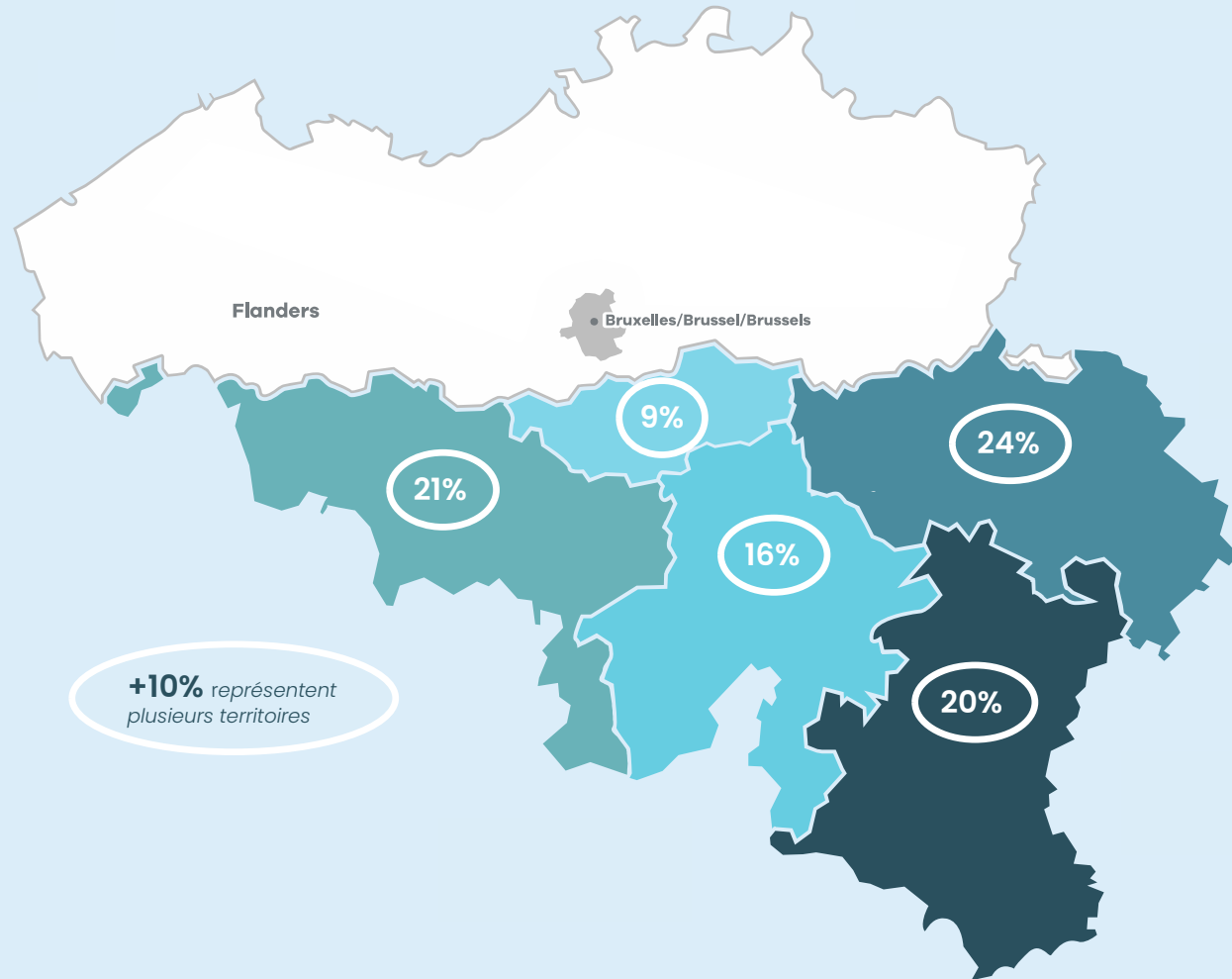
# Membres ASBL

+/- 550 offres touristiques

## Secteurs d'activité



## Répartition géographique



# Pôles & Clubs de promotion

VISITWallonia fonctionne au travers d'un système de membership et propose aux membres de l'ASBL une affiliation complémentaire.

Cela permet aux membres de participer à diverses actions à des prix très avantageux et d'accroître ainsi sa promotion.

## Club Loisirs

- +/- 150 adhérents
- Participation payante à un panel de +/- 35 actions

## Pôles

- +/- 40 adhérents,
- Participation payante à un panel de +/- 20 actions

## Club MICE

- +/- 70 adhérents
- Participation payante à un panel de +/- 20 actions

- Les actions sont structurées autour de filières

**Produits :**  
activités & hébergements

**Territoires**

**Tourisme d'affaires :**  
Meetings, Incentives,  
Congress & Events

**Coût : 550€/an** (htva)

*L'adhésion contribue au financement d'une action*

**Adhésion gratuite**

*Accessible uniquement aux organismes touristiques (Fédé, MT, OT-SI)*

**Coût : 800€/an** (htva)

*L'adhésion contribue au financement d'une action*



E-commerce

03.

VISITWallonia.be



## 03. E-Commerce

### L'Outil Régional de Commercialisation (ORC), votre outil de réservation incontournable

En 2018, Wallonie Belgique Tourisme a mené une grande étude sur la performance en ligne de la Wallonie.

En quelques  
chiffres

**650+**

opérateurs qui ont adhéré à l'ORC et  
qui sont pleinement opérationnels

**47M€+**

de recettes générées pour les  
adhérents

**690k+**

réservations depuis 2019

Le projet e-commerce s'inscrit dans la transformation numérique de la Wallonie et est porté par Wallonie Belgique Tourisme en étroite collaboration avec le CGT et avec le soutien de l'Agence du Numérique (ADN) porteur du projet Digital Wallonia.

La solution technique est proposée par notre partenaire



Plus d'informations sur : [orc.VISITWallonia.be](https://orc.VISITWallonia.be)

**VISITWallonia**  
E-commerce

RÉSERVEZ  
EN LIGNE

[orc.VISITWallonia.be](https://orc.VISITWallonia.be)  
Votre solution de vente en ligne

**Abonnement GOLD à  
120 € htva/an**

Payez 60 € htva /an (- 50%) en étant  
membre WBT

Pass VISITWallonia.be

04.

VISITWallonia.be




+ de  
**90.000**  
Inscrits



## 04. PASS VISITWallonia.be

### Outil d'acquisition & de fidélisation de la clientèle

Ce pass touristique digital, accessible à tous, propose plus de 200 avantages ainsi qu'une sélection de bons plans du moment pour (re)découvrir la Wallonie à prix malin.

-  WebApp gratuite et **multilingue** permettant de bénéficier **d'avantages**
-  Cible : touristes belges et étrangers (limitrophes,...)
-  But : attirer et **fidéliser** les touristes

**Mise à disposition d'une offre de min. 10%**

VISITWallonia.be

# En Résumé

# En résumé

## Non Membres

Promotion minimum par VISITWallonia des offres touristiques de la destination Wallonie et structuration en produits touristiques

## Adhérents ORC

Env. **600 adhérents** (hébergements, activités...) bénéficient d'un accompagnement et d'un outil pour augmenter leurs compétences en e-commerce

120€

60€

## Adhérents PASS

Env. **200 adhérents** (hébergements, activités...) proposent des offres avantageuses (min. 10%)

Mise à disposition d'une offre de min. 10%

## Membres ASBL

**350** entreprises ou associations dont l'activité est exclusivement ou partiellement, directement ou indirectement touristique, qui bénéficient de services :

- Mise en réseau & accompagnement
- Visibilité supplémentaire dans les outils de communication on- & offline
- Tarifs préférentiels pour les actions payantes
- Possibilité de rejoindre le système de partenariat (Clubs/Pôles)
- Réduction de l'adhésion à l'ORC

**150€ - 250€ - 500€**,  
selon le chiffre d'affaires de l'entreprise

## Pôles

Env. 40 adhérents (organismes touristiques) participent à un panel de +/- 20 actions à prix variés

Gratuit

## Club Loisirs

Env. 150 membres (hébergements, activités...) participent à un panel de +/- 35 actions à prix variés

**550€**, qui contribuent au financement d'une action

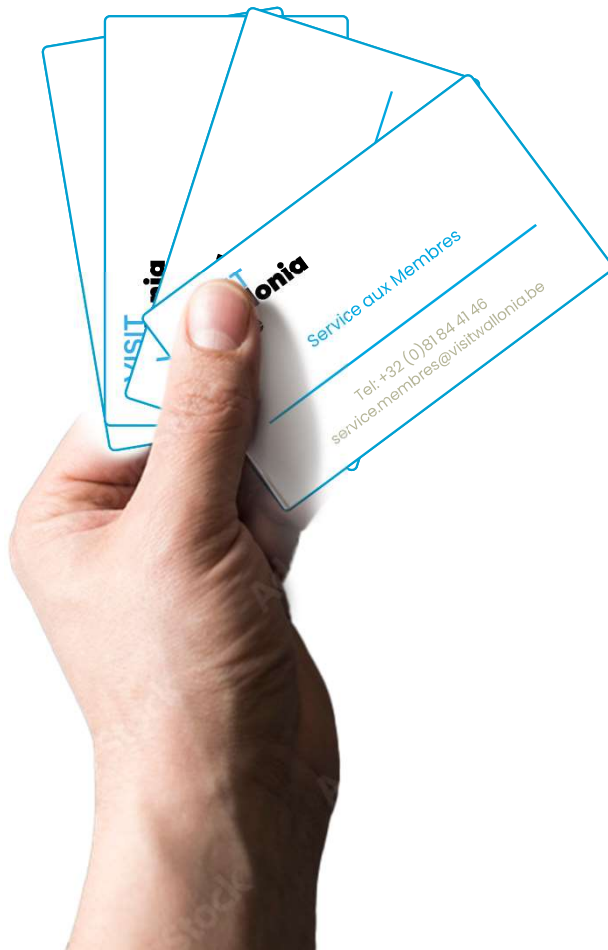
## Club MICE

Env. 70 membres (Meetings, Incentives, Congress & Events...) participent à un panel de +/- 20 actions à prix variés

**800€**, qui contribuent au financement d'une action

## Accès aux actions en cofinancement

€ varie en fonction des actions



# Contacts à votre service

## Service aux membres

+32 (0) 81 84 41 46

[service.membres@VISITWallonia.be](mailto:service.membres@VISITWallonia.be)

## Loïck CABELA

Service aux membres

+32 (0) 81 84 41 46

[loc@VISITWallonia.be](mailto:loc@VISITWallonia.be)

## Béatrice WALGRAEVE

Club Loisirs & Pôles

+32 (0) 81 84 41 36

[bwa@VISITWallonia.be](mailto:bwa@VISITWallonia.be)

## Pino FRAU

Club MICE

+32 (0) 81 84 41 17

[pif@VISITWallonia.be](mailto:pif@VISITWallonia.be)

## Christelle PONCELET

E-commerce

+32 (0) 81 84 41 70

[chp@VISITWallonia.be](mailto:chp@VISITWallonia.be)

## Claire MOLINARD

Pass VISITWallonia.be

+32 (0) 81 84 41 69

[clm@VISITWallonia.be](mailto:clm@VISITWallonia.be)

**VISITWallonia.be**