

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

10 ans de la mission #Commercialiser au Palais des Congrès de Liège

Ce 11 avril, la mission #Commercialiser de la Fédération du Tourisme de la Province de Liège (FTPL) célèbre au Palais des Congrès de Liège, ses 10 ans d'existence lors d'une soirée exceptionnelle.

L'événement, qui a réuni **opérateurs touristiques, partenaires institutionnels et autorités**, a été l'occasion de revenir sur **une décennie d'initiatives et de collaborations fructueuses**. Cette soirée placée sous le signe de **la rétrospective et des remerciements** a ainsi permis de saluer le travail réalisé par **la mission #Commercialiser**.

La session académique a constitué l'un des moments forts de cet événement avec **la diffusion de différentes vidéos** qui ont offert aux invités **une plongée immersive** dans l'histoire de la concrétisation du projet. **Témoignages, images d'archives et moments forts** sont ainsi venus illustrer le chemin parcouru et les défis relevés.

Cette soirée, qui a pris fin vers 21 h 30, a été rehaussée par la présence et l'intervention de **Madame Barbara Destrée**, Commissaire générale au Tourisme, mais aussi de **Monsieur Etienne Claude**, Directeur général de VISITWallonia. **Monsieur Luc Gillard**, Député provincial Vice-Président en charge du Tourisme et **Monsieur Claude Klenkenberg**, Président de la Fédération du Tourisme de la Province de Liège étaient également présent à l'évènement.

LA MISSION #COMMERCIALISER ET SES DIFFÉRENTS SEGMENTS

Parce que le tourisme se décline sous diverses formes et attire des publics variés, **la Fédération du Tourisme de la Province de Liège (FTPL)** avait structuré son offre pour répondre aux attentes spécifiques de plusieurs segments de visiteurs (individuel, groupe et entreprise). **La mission #Commercialiser**, auparavant connue sous l'appellation "département de tourisme réceptif", visait, dès son lancement, à promouvoir et optimiser l'offre touristique de la province de Liège auprès **de trois cibles principales**.

1. LES TOURISTES INDIVIDUELS – OUFITOURISME

Si aujourd'hui ce segment n'existe plus, au début des années 2010, la **Fédération du Tourisme de la Province de Liège** a constaté que **l'e-commerce** devenait essentiel pour la vente de prestations touristiques. En réponse à cela, elle a lancé en 2015 **Ouftitourisme.be**, une **place de marché** permettant aux professionnels du tourisme de **commercialiser leurs offres en ligne** et d'intégrer un **espace de réservation** sur leur site. Cette solution visait à accroître **l'autonomie des prestataires** et à éviter les **commissions élevées** des plateformes tierces de réservation.

L'autre atout majeur du système était de fournir à l'utilisateur (le touriste) **un seul et unique paiement sécurisé** pour l'ensemble de ses achats ou réservations, quel que soit le nombre ou le type de produits qu'il glissait dans son panier. La FTPL entendait proposer aussi bien **des produits packagés** que **des produits dits « secs »**, c'est-à-dire de la

billetterie, des nuitées seules, voire même des articles divers à l'instar de produits du terroir, tels que des objets « souvenirs », des livres, des cartes de promenade, etc.

L'initiative a rencontré un grand succès, au point que **Wallonie Belgique Tourisme (WBT)** a décidé de l'étendre à l'ensemble du territoire en lançant **l'Outil Régional de Commercialisation (ORC)**. Dès 2020, la **FTPL s'est recentrée sur la formation et l'accompagnement** des prestataires à cet outil. Aujourd'hui, **l'ORC joue un rôle clé** dans la **modernisation et l'unification** de la commercialisation touristique en Wallonie.

2. LES ENTREPRISES (MICE OU TOURISME D'AFFAIRES) - CONVENTION BUREAU • MICE LIÈGE-SPA

Le **Convention Bureau • MICE Liège-Spa** est l'unique interlocuteur pour le **tourisme d'affaires** en province de Liège. Depuis 2015, il accompagne les entreprises et organisateurs d'événements dans la planification de **séminaires, congrès et teambuilding**. Il promeut principalement deux destinations complémentaires : **Liège, métropole culturelle**, et **Spa, ville d'eau renommée**.

Ce bureau propose un **service gratuit et sur mesure**, avec une équipe multilingue et différents outils de promotion. Son rôle est de **fédérer les acteurs du secteur**, faciliter la mise en relation entre entreprises et prestataires, et **renforcer l'impact économique** via des actions ciblées. L'une des priorités de ce service étant **la création d'un réseau qui regroupe des professionnels** en mesure de proposer une offre qualitative dans le domaine du tourisme d'affaires, le Convention Bureau a également lancé le **Club MICE** pour structurer un réseau de professionnels du tourisme d'affaires. Cette structure permet ainsi de **parfaire les relations avec les prestataires du territoire**, d'échanger sur les actions entreprises par le Convention Bureau et de mettre en valeur la destination.

Aujourd'hui, le **Convention Bureau joue un rôle clé** dans l'attractivité de la province de Liège, attirant des événements d'envergure nationale et internationale. Grâce à une offre de qualité et à une adaptation constante aux évolutions du marché, il contribue au **rayonnement économique et touristique** de la région.

3. LES GROUPES – ARDENNE INCOMING

La **FTPL**, via **Ardenne Incoming**, est le principal interlocuteur pour l'organisation de **séjours et excursions en Ardenne** destinés aux **tours opérateurs, autocaristes et associations**. Ce service propose des circuits sur les **provinces de Liège, Namur, Luxembourg**, ainsi que le **Grand-Duché du Luxembourg** et les **Ardennes françaises**, avec une offre clé en main incluant **réservations, guidage et accompagnement**.

Depuis sa création en **2015**, Ardenne Incoming a développé des circuits variés, ciblant des marchés comme **l'Allemagne, les Pays-Bas et la France**. Son **réseau de guides-accompagnateurs multilingues** enrichit l'expérience des visiteurs en mettant en avant **culture, nature et gastronomie**.

Aujourd'hui, Ardenne Incoming continue d'évoluer en intégrant des offres **éco-responsables et immersives**. Avec une stratégie tournée vers **l'authenticité et la qualité**, il s'impose comme un **acteur clé du tourisme de groupe** en Ardenne.

Récapitulatif du CA pour les 3 segments de 2015 à aujourd'hui :

Segments	2015	2016	2017	2018	2019	2020
OUFTI	15.608€	121.277€	263.470 €	289.385€	434.974€	FIN
CVB MICE Liège-Spa	-	97.520€	74.928 €	271.312€	259.500€	40.025€
Ardenne Incoming	16.670€	30.841€	119.457€	146.202€	172.978€	23.949€
Totaux	32.278 €	249.638 €	457.855 €	706.898 €	867.627 €	63.974 €

	2021	2022	2023	2024	Year to date 2025	TOTAUX
OUFTI	-	-	-	-		1.124.714€
CVB MICE Liège-Spa	284.298 €	207.765 €	534.418€	598.054€	102.330€	2.470.148 €
Ardenne Incoming	21.057 €	182.408 €	122.001€	148.289€	58.976€	1.042.828 €
Totaux	305.355 €	390.173 €	656.419€	746.343€	746.343€	4.637.825 €

Informations

<https://www.tourismepro.be/commercialiser>

Rebecca Mullens 04 279 26 02 - 0497/ 21.16.23 - rebecca.mullens@provincedeliege.be

www.tourismepro.be