



10 ANS DE LA MISSION #COMMERCIALISER

DOSSIER DE PRESSE

11.04.2025

#COMMERCIALISER

10 ans de la mission #Commercialiser

DOSSIER DE PRESSE

10 ANS DE #COMMERCIALISER

SOMMAIRE

I. LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DU PROJET.....	2
A. La genèse du projet.....	3
B. La soirée officielle de lancement en 2015.....	4
C. Une évolution nécessaire afin de s’inscrire dans la démarche wallonne.....	5
D. Une nouvelle orientation visant à se rapprocher des professionnels.....	6
E. L’anniversaire des 10 ans.....	7
F. Une suite à écrire conjointement.....	8
II. LA MISSION #COMMERCIALISER & LES DIFFÉRENTS SEGMENTS.	9
A. Tourisme individuel – Oufitourisme.....	10
B. Tourisme d’affaires – Convention Bureau • MICE Liège Spa...14	
C. Tourisme pour groupes – Ardenne Incoming.....	18
III. COMMUNIQUÉ DE PRESSE.....	23
IV. LISTE DES PRESTATAIRES.....	27

I. LES DIFFÉRENTES ÉTAPES DU PROJET

En province de Liège, le tourisme représente une part prépondérante du chiffre d'affaires global, plusieurs millions de nuitées ainsi que d'innombrables emplois. Afin d'apporter davantage d'élan à ce secteur, La Fédération du Tourisme de la Province de Liège, qui est active depuis plus de 80 ans (publication de ses statuts au Moniteur Belge du 30 avril 1938), a décidé, en 2015, de créer, en son sein, un département de tourisme réceptif.

Ce tournant menait ainsi un organisme touristique officiel vers la commercialisation des produits touristiques de son territoire, de surcroît sur différents segments, et était, à cette période, une première en Wallonie !

A. La genèse du projet

Le lancement du nouveau département a eu lieu officiellement le 17 mars 2015 au Kinopolis de Liège après deux ans de préparation incluant des analyses administratives, juridiques et financières, des actions de "benchmarking", et un accompagnement de plus d'un an par un organisme touristique pionnier dans le secteur de la commercialisation touristique, Seine ee Marne Tourisme (FR), mieux connus sous l'appellation *Tourisme 77*.

Un double objectif poursuivi



Présentation du concept en 2014 au Palais des princes-évêques de Liège par J.Aussems

Ce nouveau service poursuivait deux ambitions principales : d'une part, accompagner les prestataires touristiques afin de leur offrir une plus grande visibilité et valoriser leurs offres, et, d'autre part, structurer cette offre afin de permettre aux touristes, aux groupes et aux entreprises d'organiser leur séjour en province de Liège en toute simplicité, grâce à des formules flexibles et personnalisables.

Parallèlement, la Fédération du Tourisme entendait se positionner aux côtés des acteurs du secteur, et indirectement des pouvoirs locaux, en tant qu'apporteur d'affaires. Ce nouveau rôle assumé par la Fédération du Tourisme de la Province de Liège s'inscrivait parfaitement, au moment de la création de ce département, dans deux des cinq priorités listées par la Province de Liège pour son avenir : le développement territorial durable et la supracommunalité.

B. La soirée officielle de lancement en 2015

Le 17 mars 2015, le Kinépolis de Liège a été le théâtre d'un événement clé pour le développement touristique de la région : la soirée de lancement du département du tourisme réceptif de la Fédération du Tourisme de la Province de Liège. Organisée sous l'égide de cette structure touristique, cette rencontre a rassemblé de nombreux acteurs du secteur venus découvrir les ambitions et les perspectives de ce nouveau service.

Un événement fédérateur pour les professionnels du tourisme

Dès leur arrivée, les invités ont été accueillis dans une atmosphère conviviale, propice aux échanges et au partage d'expériences. Cette soirée, qui a réuni professionnels du tourisme, représentants institutionnels et partenaires économiques, visait à renforcer la coopération entre les différents acteurs du territoire autour de ce projet fédérateur et profitable à tous.



La soirée de lancement organisée le 17 mars 2015

Une présentation détaillée du département du tourisme réceptif

Lors de la soirée, plusieurs interventions ont permis de mieux comprendre la mission et les enjeux de ce nouveau département. Les représentants de la FTPL dont le Député de l'époque en charge du tourisme, Monsieur Paul-Emile Mottard ainsi que le Directeur actuel de la Fédération du Tourisme, Monsieur Jérôme Aussems ont exposé les grandes lignes du projet, mettant en avant les atouts de la province de Liège en matière de tourisme. Ils ont également détaillé les services proposés aux professionnels, allant de l'accompagnement à la création d'offres attractives jusqu'à la mise en réseau des acteurs locaux.



L'intervention de Monsieur Paul-Emile Mottard, Député en charge du tourisme en 2015

Des perspectives prometteuses pour le secteur

L'événement s'est conclu sur une note optimiste, soulignant l'importance de cette initiative pour le développement économique et touristique de la région. Cette soirée de lancement a ainsi marqué le point de départ d'une nouvelle dynamique, avec une ambition commune : faire de la province de Liège une destination pilote et une référence en matière de tourisme réceptif.

C. Une évolution nécessaire afin de s'inscrire dans la démarche wallonne

Parce qu'il existe diverses sortes de tourisme et autant de types de touristes, ce service avait, dans ses premières années, ciblé trois segments porteurs : les touristes individuels, les groupes et les entreprises (MICE ou tourisme d'affaires).

En 2020, la FTPL a dû revoir son offre concernant le premier de ces trois segments à savoir les touristes individuels. En effet, dans le cadre de la mise en place de l'Outil Régional de Commercialisation (ORC), directement inspiré d'Ouftitourisme, par la Région wallonne à travers Wallonie Belgique Tourisme (WBT), la Fédération s'est engagée à assister la cellule commercialisation de WBT au déploiement de l'outil sur le territoire provincial.



Publicité - Nouvel Outil Régional de Commercialisation

Cela a donc eu pour conséquence l'arrêt de ce projet par la FTPL afin ne pas faire concurrence à l'outil wallon et que désormais, la vente de ces produits touristiques conçus et destinés au « grand-public » ne passerait donc plus directement par « Ouftitourisme » et son site internet.

La Fédération du Tourisme étant désormais devenu un relais de terrain pour l'ORC afin de s'inscrire dans la dynamique régionale, le travail à réaliser par l'équipe au niveau « des individuels » a forcément évolué et consiste désormais, en l'accompagnement et la formation des prestataires locaux à ce nouvel outil développé par la Région wallonne.

D. Une nouvelle orientation visant à se rapprocher des professionnels



Le leitmotiv de ce changement de direction

Réfléchi depuis 2020, un important changement de cap a été opéré en 2022 par la Fédération du Tourisme de la Province de Liège, le but poursuivi étant de se rapprocher davantage des opérateurs du secteur. Ainsi la Fédération provinciale se concentre depuis cette date sur un rôle de développement axé sur l'accompagnement et la professionnalisation de l'ensemble des acteurs touristiques en lien et en appui du Commissariat Général au Tourisme et de VisitWallonia, mais aussi des autres organismes régionaux et (supra-)locaux ainsi que des communes.

Cette nécessité de se réinventer découlait notamment, du fait que le gouvernement wallon de l'époque a pointé la « promotion touristique » comme matière que les provinces et donc les Fédérations touristiques provinciales ne devraient plus gérer. Même si la promotion est d'une certaine manière l'ADN de ces organismes provinciaux depuis leur création (datant de plus de 80 ans pour la FTPL), l'évolution du secteur au cours des dernières années avec, notamment la réforme des Maisons du Tourisme, impliquait indéniablement la nécessité de revoir le modèle wallon.

Le département de tourisme réceptif a également été impacté par cette nouvelle orientation et s'est vu attribuer une nouvelle dénomination : la mission #Commercialiser. Ainsi en dehors de cette évolution au niveau de son appellation, l'équipe en place est restée identique et a poursuivi son objectif visant à dynamiser l'économie touristique locale à travers Ardenne Incoming, pour les groupes et le Convention Bureau • MICE Liège-Spa, pour le tourisme d'affaires.

+ # COMMERCIALISER

La nouvelle dénomination du département de tourisme réceptif

Un rôle clé dans la commercialisation et l'attractivité touristique

Son rôle de commercialisation étant essentiel pour renforcer l'attractivité de la province et attirer un public varié, tant belge qu'international, les services prioritaires rendus aux prestataires et opérateurs touristiques par cette mission sont, dès lors, restés dans la même lignée, à savoir :

- ➔ premièrement, être présent pour les accompagner en toute neutralité, référencer au mieux leur offre et guider les clients à sélectionner l'offre la plus adaptée à leurs besoins concernant le tourisme d'affaires ;

- et deuxièmement, créer et commercialiser des produits et services touristiques pour groupes sur le territoire de l'Ardenne (Belgique, France, Grand-Duché de Luxembourg).

E. L'anniversaire des 10 ans

Ce 11 avril, la Fédération du Tourisme de la Province de Liège (FTPL) a célébré, au Palais des Congrès de Liège, les 10 ans de la mission #Commercialiser lors d'une soirée exceptionnelle. L'événement a réuni opérateurs touristiques, partenaires institutionnels et autorités, et était l'occasion de revenir sur une décennie d'initiatives et de collaborations fructueuses.

Un événement placé sous le signe du partage et du souvenir



Visuel des 10 ans qui effectue un rappel de l'événement organisé en 2015

Dès 16h30, les invités ont été accueillis dans une ambiance détendue et festive qui a marqué le début d'une soirée placée sous le signe de la rétrospective et des remerciements. La mission #Commercialiser a joué un rôle clé dans le développement et la structuration de l'offre touristique en province de Liège, et cet anniversaire était l'occasion de mettre en lumière les actions réalisées ainsi que les résultats obtenus.

Une session académique pour retracer une décennie de succès

À 17h15, une session académique attendait les invités. Différentes vidéos ont rythmé cette rétrospective, offrant une plongée immersive dans l'histoire de la concrétisation du projet. Témoignages, images d'archives et moments forts sont venus illustrer le chemin parcouru et les défis relevés.

La présence de Monsieur le Député provincial Vice-Président en charge du Tourisme, Luc Gillard, a renforcé l'importance de cet événement.

Un tournant vers l'avenir

Alors que la soirée a pris fin vers 21h30, cette célébration a marqué, avant tout, le début d'une nouvelle ère pour la mission #Commercialiser. En mettant en avant les réussites passées et les ambitions futures, cet anniversaire est une source d'inspiration pour les années à venir.

Cet événement a été un moment fort pour tous les acteurs du tourisme en province de Liège, unissant souvenirs, échanges et perspectives dans un cadre chaleureux et dynamique.

F. Une suite à écrire conjointement

L'évolution de la mission #Commercialiser reflète la capacité d'adaptation de la FTPL et notamment, de ce département face aux transformations du marché touristique. Grâce à une approche dynamique et une veille constante sur les nouvelles tendances, elle ajuste ses stratégies en intégrant les retours constructifs de ses partenaires tout en répondant aux attentes des visiteurs en quête d'expériences personnalisées et immersives.

Au-delà de son rôle central dans la valorisation et la commercialisation de l'offre touristique en province de Liège, la mission #Commercialiser s'appuie sur un réseau de partenaires essentiels. Les prestataires touristiques, organismes touristiques et pouvoirs locaux, tels que les communes, jouent un rôle clé dans le développement et la structuration de l'économie touristique du territoire. Le soutien et la collaboration de ces acteurs permettent d'enrichir l'offre, de renforcer la visibilité de la destination et de garantir un accueil de qualité aux visiteurs, qu'ils soient individuels, en groupe ou en voyage d'affaires.



Illustration représentant la collaboration entre les différents acteurs du secteur du tourisme.

Cette soirée anniversaire des 10 ans de la mission constituera ainsi une étape clé, non seulement pour célébrer les réussites passées, mais aussi pour poser les bases d'un avenir prometteur. Cet événement est une opportunité unique de renforcer les liens entre les différents acteurs du secteur et de continuer à construire ensemble des fondations solides, essentielles à l'épanouissement de l'économie touristique locale.

La Fédération du Tourisme entend, à l'avenir, poursuivre et intensifier cette coopération avec les forces vives du tourisme local, en misant au niveau du tourisme d'affaires et du tourisme pour groupes sur des projets innovants, une promotion ciblée et une offre toujours plus attractive. L'objectif reste le même : faire de la province de Liège une destination de référence sur ces deux segments, à la fois compétitive et durable, capable de séduire un public belge et international.

II. LA MISSION #COMMERCIALISER & 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) a structuré son offre pour répondre aux attentes spécifiques de plusieurs segments de visiteurs. La mission #Commercialiser, auparavant connue sous l'appellation "département de tourisme réceptif", visait, à son lancement, à promouvoir et optimiser l'offre touristique de la province de Liège auprès de trois cibles principales :

1. Les touristes individuels
2. Les groupes organisés
3. Les entreprises (MICE ou tourisme d'affaires)



Les trois segments représentés sur cette photo de l'équipe

Chaque segment présentant des attentes et des comportements de consommation différents, chacun nécessitait une approche de commercialisation adaptée et spécifique.

- Les touristes individuels recherchent souvent des expériences personnalisées, qu'il s'agisse d'escapades culturelles, gastronomiques, sportives ou de loisirs. Ils organisent eux-mêmes leur séjour en s'appuyant sur des plateformes de réservation en ligne et les recommandations touristiques. Il était essentiel de fournir à ces personnes un outil leur permettant de réserver en quelques clics et de manière sécurisée leur séjour que ce soit en matière d'hébergements ou d'activités.
- Le secteur MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) regroupe les entreprises et les organisations professionnelles en quête de lieux et de services pour leurs réunions, séminaires, congrès et autres teambuilding et incentives. Ce segment nécessite une expertise spécifique en gestion d'événements et en coordination avec les infrastructures locales (hôtels, centres de congrès, lieux événementiels, organisateurs d'activités, etc.).
- Les groupes, qu'il s'agisse d'associations ou de clubs, privilégient des offres packagées comprenant visites guidées, dégustations, excursions et hébergements adaptés. Ces clients attendent une logistique fluide et une programmation clé en main.

A. Tourisme individuel – Oufitourisme

Au début des années 2010, face au constat que les touristes individuels étaient devenus, avant tout, des internautes, la Fédération du tourisme avait identifié que l'e-commerce s'imposait désormais comme le principal canal de vente de prestations touristiques.

A ce titre, la destination « province de Liège » se devait d'apporter des solutions performantes, rapides et pratiques dans la recherche et la réservation en ligne. Consciente de cette exigence, la Fédération du Tourisme de la Province de Liège a donc créé en mars 2015 une « place de marché touristique » via Oufitourisme.be. Cette plateforme qui regroupait l'offre disponible et réservable de son territoire (hébergements, activités, visites...) a été développée à la suite d'un marché public en collaboration avec un partenaire qui disposait d'une expérience importante dans le domaine : Alliance Réseaux.

Deux types de partenaires pouvaient bénéficier de cet outil :

- Les professionnels ou opérateurs privés du secteur du tourisme (propriétaires d'hôtels, campings, gîtes, chambres d'hôtes, musées, attractions, lieux de spectacles culturels ou autres...) souhaitant s'équiper de la solution pour commercialiser leur(s) offre(s) en ligne ;
- Les acteurs institutionnels du tourisme (Maisons du Tourisme, Offices du Tourisme...) désirant intégrer sur leur site internet un espace de réservation regroupant les offres des professionnels de leur territoire, pour autant que ceux-ci adhéraient à la solution fournie et proposée par la Fédération du Tourisme.



Le visuel central de la communication effectuée autour d'Oufitourisme lors des premières années

Un outil venant combler des manques et professionnaliser l'offre

A l'époque, très peu de prestataires étaient équipés de systèmes de gestion et de vente en ligne, en dehors des grands établissements hôteliers ou des institutions d'importance, comme l'Opéra Royal de Wallonie-Liège, par exemple. Les autres étaient souvent obligés de passer par des « Channel Managers » ou des Agences de voyages en ligne, plus connues sous l'acronyme OTA (Online Travel Agency), parmi les plus célèbres : Booking.com, Hotels.com, Tripadvisor, Trivago, mais aussi d'autres basées à l'étranger, qui ponctionnent des commissions très élevées et dont les revenus fiscaux échappent totalement à l'administration locale. Par

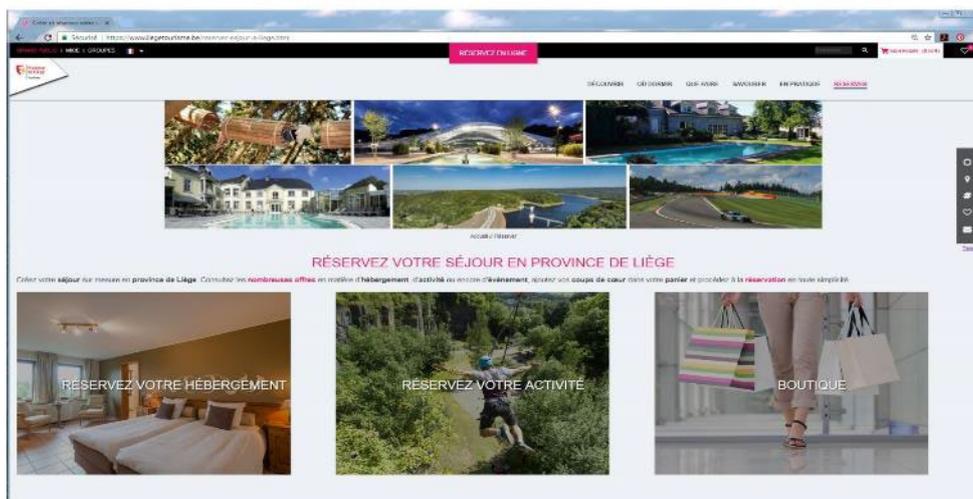
ailleurs, être sous contrat avec ce genre d'intermédiaire implique pour le prestataire de ne plus être totalement autonome dans la gestion de son offre.

Avec cette nouvelle solution, l'autonomie de gestion des prestataires était favorisée tout en garantissant de simplifier la vie de ces derniers, grâce aux « automatismes » du système.

En plus de fournir les outils nécessaires pour vendre leur offre en ligne, la Fédération du Tourisme formait l'ensemble des prestataires adhérents à ces outils. D'un point de vue pratique, la FTPL a ainsi formé durant quatre ans des groupes de prestataires, par type de « métier » au logiciel développé par Alliance Réseaux et leur a permis de « vendre » leur(s) offre(s) sur le site internet dédié.

Une offre complète et une facilité de paiement pour le touriste

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. A ce propos, la FTPL entendait proposer aussi bien des produits packagés (de manière ponctuelle) 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 (à retirer au moment du séjour), tels que des objets « souvenirs », des livres, des cartes de promenade, etc.



Capture d'écran issue du site Oufitourisme.be et montrant la richesse de l'offre proposée

Concrètement, grâce à cette place de marché, le touriste :

- disposait d'une offre variée pour chaque type de métier touristique : hôtel, gîte, camping, musée, attraction, événementiel, spectacle, boutique... sur un seul et unique site
- ne voyait que l'offre disponible à la date qui l'agréait, c'est-à-dire en temps réel et réservable en quelques clics
- créait son séjour en fonction de ses préférences en ajoutant simplement au « panier » ce qu'il souhaitait
- ne procédait qu'à un seul paiement sécurisé pour l'ensemble de ses achats ou réservations, qu'importe le nombre de produits

activités, 111 hébergements et 7 offres boutiques qui étaient présentes sur le site OUFITOURISME.be. Le nombre de ventes totales réalisées s'élève à 29.812 alors que cet outil a permis de générer un chiffre d'affaires total de 1.124.714€ entre avril 2015 et décembre 2019.

Concernant les adhérents à l'ORC, l'on recensait 820 comptes ouverts et 764 moteurs en ligne en Région wallonne et 176 comptes ouverts et 161 moteurs en ligne pour la Province de Liège. L'objectif étant d'arriver, à la fin de cette année, à plus de 1.070 adhérents en Région wallonne.

B. Tourisme d'affaires - Convention Bureau • MICE Liège-Spa

Le Convention Bureau • MICE Liège-Spa est le « bras armé » de la FTPL pour le secteur du tourisme d'affaires. En effet, cette structure dédiée à la mise en valeur de l'offre et au développement du tourisme d'affaires en province de Liège est reconnue depuis 2015 par les instances régionales et communautaires comme LE Convention Bureau de la province de Liège, à savoir l'unique interlocuteur en matière de tourisme d'affaires pour l'ensemble de la province.

Il accompagne les entreprises, sociétés et organisateurs d'événements dans la planification de leurs séminaires, congrès, incentives, teambuilding et autres rencontres professionnelles.



Capture d'écran provenant de la page du site qui présente les deux villes

Le Convention Bureau promeut deux destinations : Liège et Spa. En effet, ces deux destinations MICE de la province de Liège sont très différentes, mais aussi très complémentaires : Liège, ancienne principauté devenue métropole culturelle et Spa, ville d'eau et perle de l'Ardenne. C'est donc sur ces deux pôles d'attractivité ainsi que sur la qualité de l'offre que le Convention Bureau de la FTPL mise depuis de nombreuses années désormais pour effectuer la promotion du service, de la destination et de ses prestataires. Bien évidemment, il s'agit ici d'un positionnement stratégique et tous les prestataires se situant autour de ces 2 villes dans les limites des frontières de la province de Liège sont représentés au sein du Convention Bureau.

Le Convention Bureau • MICE Liège-Spa offre les services suivants :

- Un service gratuit et de qualité permettant de générer un gain de temps ;
- Une équipe dynamique et multilingue (FR-DE-NL-EN-ES-IT)
- Des conseils objectifs pour garantir le succès des événements professionnels ;
- Une flexibilité d'intervention, adaptabilité et neutralité pour l'ensemble des demandes des clients ;
- Des supports de communication dont un site internet complet reprenant l'ensemble des membres du Convention Bureau • MICE Liège-Spa, mais également un répertoire des



L'équipe du Convention Bureau • MICE Liège-Spa lors du Pop-Up de la CCI en 2022

plus utiles pour les workshops et autres salons qui détaille toutes les offres disponibles ;

Les origines du Convention Bureau

L'essor du secteur MICE (*Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions*) en Wallonie a conduit à la création de bureaux spécialisés visant à structurer et à dynamiser cette branche du tourisme. Chaque province wallonne disposait donc de son propre Convention Bureau.

A Liège, le projet était porté grâce à des fonds européens mais ne couvrait pas l'entièreté du territoire de la province de Liège. A la fin de ce programme, la place de Convention Bureau est devenue vacante.

C'est dans ce contexte que le Convention Bureau • MICE Liège-Spa, anciennement connu sous « Convention Bureau Liège-Spa Businessland » a été mis en place, avec pour mission de fédérer les acteurs locaux du secteur (hôtels, centres de congrès, prestataires événementiels, etc.), de promouvoir la destination auprès des organisateurs d'événements et d'offrir un accompagnement sur mesure aux entreprises désireuses d'y organiser leurs événements professionnels.

Un service aux buts multiples

Ce rôle de « Convention Bureau » est dans un premier temps, un rôle de fédération.

Sa mission première est de fédérer, à l'échelle de la province, les acteurs qui sont en attente d'un accompagnement structuré et professionnel de la promotion de leurs offres et, plus globalement, de celles du territoire.

- Créer un réseau et le développer en y agrégeant des sites de qualité, qui répondent à des critères préétablis. La clientèle MICE a, en effet, des exigences particulières en cherchant notamment, un caractère unique et souhaite donc une qualité de service irréprochable
- Devenir un « facilitateur » en se positionnant en tant qu'intermédiaire entre l'offre et la demande, c'est-à-dire entre les acheteurs (entreprises) et les prestataires pour faciliter le quotidien du client, mais aussi connaître les retombées de ses actions de communication, conseiller les partenaires et les professionnaliser et représenter l'offre dans son ensemble.
- Augmenter l'impact économique sur la destination via des actions variées et ciblées comme les workshops, les salons, le démarchage, les éductours, ou encore l'emailing, les publicités et les réseaux sociaux.



Eductour destiné au marché allemand organisé par l'équipe en novembre 2024

Un développement progressif et une offre structurée

Au fil des années, le Convention Bureau a consolidé son rôle en tant qu'interlocuteur privilégié pour les organisateurs d'événements. Il propose des services personnalisés et a développé des outils de promotion et des supports spécialisés qui facilitent ainsi la mise en relation entre les entreprises et les prestataires locaux.

Grâce à une collaboration étroite avec les institutions touristiques et économiques, ainsi qu'avec les acteurs du secteur hôtelier et événementiel, le CVB (Convention Bureau) a su renforcer son attractivité et sa compétitivité sur le marché du tourisme d'affaires.

La mise sur pied d'un réseau fédérateur pour le tourisme d'affaires



Organisation d'un "petit-déjeuner" permettant aux membres du Club MICE d'aborder les thématiques et enjeux liés au secteur

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, la FTPL a mis en place un « Club MICE » de la province de Liège, ceci afin de se rapprocher des acteurs de terrain, de leur montrer qu'elle est à leurs côtés et qu'elle souhaite échanger sur le sujet, notamment en termes de résolution de problématiques communes. Ce club se veut informel et non contraignant.

Cette structure permet ainsi de parfaire les relations avec les prestataires du territoire, d'échanger sur les actions entreprises par le Convention Bureau et mettre en valeur la destination. Grâce au Club MICE, les membres peuvent, par exemple bénéficier d'un programme de formations propres à ce secteur spécifique, ou encore créer des synergies avec les autres acteurs du groupe. Actuellement, le Club MICE est composé de 120 membres.

Un rôle clé dans le rayonnement de la région

Aujourd'hui, le Convention Bureau • MICE Liège-Spa est un moteur essentiel du développement économique et touristique de la région. Il contribue à attirer des événements d'envergure nationale et internationale, générant ainsi des retombées positives pour les entreprises locales et renforçant la notoriété de Liège et Spa comme destinations de choix pour le tourisme d'affaires.

En parallèle, l'impact du Convention Bureau s'observe également à travers la montée en notoriété de Liège et Spa en tant que destinations privilégiées pour le tourisme d'affaires. Grâce à une offre sans cesse enrichie, intégrant des infrastructures modernes, des lieux de prestige et des expériences sur mesure, la province s'impose progressivement comme une référence en Wallonie et au-delà. Pour maintenir cet élan, cette structure reste attentive aux évolutions du marché et aux attentes des professionnels, en intégrant notamment des pratiques plus

durables et des solutions innovantes pour un tourisme événementiel plus responsable et performant.

Depuis 2015, le Convention Bureau a participé à plus de 200 événements BtoB, a traité plus de 1.400 (1.468) demandes d'organisation d'événements et généré un chiffre d'affaires de 2.470.148€. Par ailleurs, à ce jour, le Club MICE compte pas moins de 120 membres.

C. Tourisme pour groupes – Ardenne Incoming

La FTPL se positionne également comme interlocuteur principal pour l'organisation complète de séjours et excursions en Ardenne auprès des professionnels (tour-opérateurs, autocaristes...) ainsi que ses associations, clubs et comités d'entreprise qui souhaitent proposer la destination transfrontalière auprès de leurs clients / membres.

Sous l'appellation Ardenne Incoming, l'équipe conçoit et commercialise des programmes à destination de groupes sur les territoires des provinces de Liège, Luxembourg, Namur, du Grand-Duché du Luxembourg et des Ardennes françaises. Ardenne Incoming rassemble et promeut l'offre de manière efficace et cohérente en fonction des marchés ciblés, afin de faciliter la recherche et l'achat de produits.



L'équipe d'Ardenne Incoming durant de nombreuses années avec Céline qui est présente depuis le lancement du service et Laurence qui y a officié durant 7 ans

Ardenne Incoming offre également un service complet : conseils et propositions en fonction de la demande, des intérêts et du budget, service de guidage-accompagnement, vérification de disponibilités, devis, réservations, suivis, facturations. Les thématiques abordées dans les packages sont variées et mettent en lumière la richesse de l'offre touristique : culture, événements, nature, gastronomie, héritage industriel ou historique...

La particularité de ce secteur qui se matérialise par le fait que les circuits, qu'ils soient des séjours ou des excursions, se planifient plus longtemps à l'avance et souvent via des autocaristes ou des tours opérateurs (T.O.), a pour effet qu'il fonctionne différemment des deux autres segments (individuels et MICE).

Deux territoires transfrontaliers au cœur du projet initial

Souhaitant développer une offre clé en main, adaptée aux besoins des associations, comités d'entreprise et autres groupes, la FTPL avait sondé les spécialistes du secteur en 2014, notamment en Allemagne. Lors de ces recherches, la Fédération du Tourisme avait identifié un grand intérêt pour des territoires plus grands que la seule province de Liège comme, par exemple la Destination « Ardenne », dans laquelle la FTPL était membre fondatrice aux côtés des Fédérations du Tourisme des provinces de Namur et du Luxembourg belge, des Ardennes luxembourgeoises et des Ardennes françaises.



La carte représentant le territoire de l'Ardenne avec ses différentes régions partenaires d'Ardenne Incoming

Il en allait de même pour la Destination « Cœur de l'Europe » qui regroupait la Province de Liège, le Limbourg belge, le Limbourg néerlandais et la région d'Aachen. Ce regroupement disposait d'un objectif similaire à celui poursuivi par la Destination Ardenne, à savoir : la promotion et la commercialisation de leur territoire.

Consciente de cet intérêt des professionnels du secteur, la FTPL avait alors proposé en 2014 à ses partenaires d'être le chef de file de la commercialisation de produits pour groupes sur ces territoires élargis et de s'occuper des démarchages et suivis des dossiers et demandes.

Une convention de mandat avait ainsi été signée par les partenaires de la destination « Ardenne » (l'Office Régional du Tourisme des Ardennes Luxembourgeoises, le département des Ardennes françaises et les Fédérations du Tourisme des Provinces du Luxembourg belge et de Namur), en vue d'autoriser la FTPL à « vendre leur territoire » en leur nom.

Par ailleurs, Ardenne Incoming collabore particulièrement avec les bureaux de VISITWallonia installés en dehors de la Wallonie (Flandre, Cologne ou Pays-Bas). Ces derniers transmettent régulièrement les demandes de séjours et/ou excursions de groupes leur sont parvenues.

La création de plusieurs produits pour les débuts

Suite au lancement du département en 2015, plusieurs circuits avaient ainsi été composés par l'équipe avec l'aide de ces différents partenaires afin de proposer plusieurs options aux groupes souhaitant découvrir ces destinations. L'objectif étant de disposer de plusieurs offres directement réservables par les autocaristes ou les tours opérateurs (T.O.).

PROGRAMME :

Jour 1 : Namur (B)

- Visite d'une **escapothèque** avec dégustation (1h30)
- Déjeuner à la **Citadelle de Namur**
- Visite de la **citadelle** (2h)
- Dîner et nuitée à Namur

Jour 2 : Namur / Charleville-Mézières (F) / Sedan

- Visite de **Charleville-Mézières** (1h30)
- Déjeuner sur place
- Visite du **Château Fort de Sedan** (1h30)
- Dégustation d'une **bière de Sedan**
- Dîner et nuitée à Sedan

Jour 3 : Sedan / Bouillon (B) / Orval / Clervaux (L)

- Visite du **Château de Bouillon** (1h30)
- Déjeuner et dégustation de la **bière « Peste Orval »**
- Visite de l'**Abbaye d'Orval** (1h30)
- Dégustation de **vins luxembourgeois**
- Dîner et nuitée à Clervaux

Jour 4 : Clervaux / Liège (B)

- Visite de l'**exposition « The Family of Man »** (1h30)
- Déjeuner en cours de route
- Tour de **Liège en car** (1h)
- Dégustation surprise de **douceurs illepeikes**
- Visite du **Musée de la Vie wallonne** (2h)
- Dîner et nuitée à Liège

Jour 5 : Liège / Pays de Herve (B)

- Visite d'une **fromagerie** avec dégustation (1h30)
- Visite de la **brasserie de l'Abbaye du Val-Dieu** avec dégustation (1h15)
- Déjeuner de **saveurs locales** à l'abbaye
- Visite d'une **stoperie** avec dégustation (1h15)



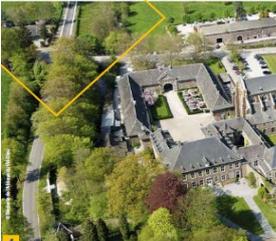
VALIDITÉ
Groupes de min. 20 personnes

AVANTAGES

- Guide-accompagnateur (FR/EN/NL ou DE) tout au long du séjour (optionnel)
- Gratuité pour l'accompagnateur et le chauffeur

Et pour l'événementiel, ne manquez pas...

- Le Festival Médieval de Sedan (mars)
- La Nuit des Légendes à Esch-sur-Sûre (juin)
- La 15 Aude folklorique en Cuisine-Meuse (juillet)
- Le Festival International des Arts de Rue à Chassepierre (septembre)
- Les Fêtes de Wallonie (septembre)
- Le Festival mondial des Théâtres de Marionnettes (septembre)



Information et réservation :
Fédération du Tourisme de la Province de Liège
Département réceptif (Ardenne Incoming)

Cécile Lennerz
+32 (0)4 237 95 25
incoming@liege-tourisme.be
www.liege-tourisme.be/fr/decouvrir/incoming



La fiche présentant le circuit "L'Ardenne toute une histoire de saveurs et traditions »

Par exemple, l'un des programmes « phares » était incontestablement ce séjour de cinq jours et quatre nuits en Ardenne, au départ de Namur. Le parcours proposait, notamment de visiter la Citadelle de Namur, de marcher sur les pas d'Arthur Rimbaud à Charleville-Mézières, de découvrir le plus grand château médiéval d'Europe à Sedan, un flambeau à la main, de déguster une délicieuse bière Orval au cœur même de l'Abbaye, de déambuler dans l'une des plus grandes résidences féodales des époques romane et gothique en Europe, à Vianden, de s'arrêter à Durbuy... pour enfin poser ses valises en Cité Ardente afin de goûter ses produits du terroir et à sa vie festive, pour une dernière soirée dont les Liégeois ont le secret.

Plusieurs marchés ciblés en priorité

En ce qui concerne les marchés, la FTPL avait ciblé à l'époque l'Allemagne, les Pays-Bas, la Grande-Bretagne, la France et la Belgique en priorité via notamment, la participation à des salons professionnels en collaboration avec WBT, tout en restant ouverte à d'autres pays ou régions. Chaque partenaire de la FTPL disposait alors de supports promotionnels pour pouvoir mettre en valeur ces produits communs. Des éducteurs et des voyages de presse ont également été réalisés pour susciter l'intérêt des professionnels par rapport à ces destinations. Au fil du temps et en tenant compte des résultats obtenus au cours des premières années sur ce marché, l'équipe a redéfini plus précisément ses cibles principales en se concentrant plus spécifiquement sur les marchés francophones (la Wallonie et le nord de la France) sans oublier la Flandre, les Pays-Bas et l'Allemagne qui est le marché principal le plus porteur actuellement.



Un groupe en visite au Musée de la Vie wallonne

Une évolution constante pour s'adapter aux attentes des groupes

Depuis son lancement, Ardenne Incoming n'a cessé d'évoluer pour répondre aux nouvelles tendances du tourisme de groupe. Au fil des années, l'offre s'est enrichie avec des thématiques diversifiées : séjours nature, découvertes gastronomiques, circuits culturels, ou encore expériences insolites.

La digitalisation du service a également permis une meilleure accessibilité, avec une plateforme en ligne facilitant les demandes de réservation et la personnalisation des séjours. De plus, des collaborations renforcées avec des prestataires locaux et des guides amoureux de leur région ont contribué à proposer des expériences toujours plus immersives.

Les guides-accompagnateurs, le plus d'Ardenne Incoming

Complémentairement aux produits à concevoir et à commercialiser, la FTPL a également travaillé à la constitution d'une équipe de guides/accompagnateurs multilingues, formés dans le cadre d'éducteurs sur les différents produits.

Ces fins connaisseurs des régions traversées par les différents circuits proposés ont ainsi pu accompagner aux 4 coins de la destination plusieurs centaines de groupes tout au long de ces dix années écoulées.



Une partie de l'équipe de guides-accompagnateurs lors de la réunion organisée annuellement en leur honneur

Ces derniers, en enrichissant l'expérience de leurs anecdotes et connaissances des différentes régions, apportent une vraie plus-value aux groupes qui choisissent Ardenne Incoming pour leur séjours et excursions.

Ils font découvrir des routes bucoliques et autres points de vue panoramiques spectaculaires et s'avèrent aussi être de très bons conseillers pour le shopping du terroir.

Tous les guides concernés sont conventionnés avec la FTPL et affiliés à diverses associations de guides professionnels, garantissant ainsi leur expertise et leur qualité de service.

Un service ancré dans l'avenir du tourisme en Ardenne

Aujourd'hui, Ardenne Incoming s'affirme comme un acteur incontournable du tourisme pour groupes en Ardenne en Wallonie. En lien avec les stratégies de développement touristique locales et transfrontalières, le service continue d'innover pour offrir des expériences adaptées aux nouvelles attentes des voyageurs.

Face aux enjeux actuels tels que le tourisme durable et la valorisation des circuits courts, l'offre s'oriente de plus en plus vers des séjours éco-responsables et immersifs. Avec une approche axée sur l'authenticité et la qualité, Ardenne Incoming ambitionne de poursuivre son développement et d'attirer toujours plus de groupes à la découverte de ce territoire d'exception.

Depuis son lancement, Ardenne Incoming dispose d'un réseau de 151 partenaires conventionnés et 38 guides accompagnateurs. Le nombre de demandes traitées s'élève à 1.355 et pas moins de 20.800 personnes ont pu découvrir cette magnifique destination en passant par ce service. Le chiffre d'affaires généré en 10 ans atteint 1.042.828€ et le total de prestations réservées chez les partenaires est 1.574.

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 €

COMMUNIQUE DE PRESSE

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 **Oufitourisme.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

PRESTATAIRES

DITES MICE

NOUS NOUS OCCUPONS DU RESTE !



LE PARTENAIRE INCONTOURNABLE
POUR ORGANISER VOTRE ÉVÈNEMENT DE A À Z !

PARTENAIRES CONVENTION BUREAU • MICE LIÈGE-SPA

- Abbaye de Stavelot
- Action Center
- Adrenaline Events
- ARTiviste
- ASL GROUP
- Au Portail Sprl - Salle «Au Portail» & Salle «Entre Nous»
- Avernas Golf Club
- BACI
- Battlekart Liège-Verlaine
- Be Alpha
- Belgium Peak Beer
- Biathlon Sensation
- Blegny-Mine
- BluePoint Liège
- Boogle House
- Centre d'interprétation de la Pierre
- Château de la Louveterie
- Château de Limont^{***}
- Château des Thermes^{****} Sup
- Château du Haut-Neubois
- Château du Val
- Circuit de Spa-Francorchamps
- Cité Miroir
- Cocktail D&N
- Couleur Aventure
- Daft Hotel^{***}
- Distillerie Radermacher SA
- Do you speak Gin ?
- Domaine de Bronromme
- Domaine de Naxhelet^{****} Sup
- Domaine de Palogne
- Domaine des Hautes Fagnes Hotel & Spa^{****}
- Domaine du Château de Modave
- Ecco La Luna
- ELFIQUE S.A.
- Espace Villa Gallery
- EVA Liège
- Evasion Room

- Evasion Sport
- Events & Business Intermills
- Experience Factory
- Ferme de la Dîme
- Ferme du Banneway
- Ferme Saint-Lambert
- FLYIN Liège
- Forestia
- Fun Park
- FUNLY
- Galerie Evazio
- Get Out
- Hôtel de Clercx
- Hôtel de la Couronne^{***}
- Hôtel de la Source Spa-Francorchamps^{****} Sup
- Hôtel Ferme du Château d'Ahin^{***}
- Hôtel Ibis Styles Liège-Guillemins^{***}
- Hôtel Mercure Liège City Center^{****}
- Hôtel Park Inn by Radisson Liège Airport^{****}
- Hôtel Radisson Blu Balmoral^{****}
- Hôtel Radisson Liège City Center^{****}
- Hôtel Van der Valk Liège Congrès^{****}
- Hôtel Van der Valk Sélys Liège^{****} Sup
- Hôtel Van der Valk Spa^{****} Sup
- Hôtel Van der Valk Verviers^{****}
- IDDUP
- In The Air
- Karting de Spa-Francorchamps
- Kinopolis Liège
- Kloster Heidberg Business & Event Center
- La Barbou 8
- La Ferme des Capucines
- La Ferme des Loups
- La Grand Poste
- La Grange d'Isabelle & Vincent
- La Griffe
- Le Bocholtz
- Le Forum
- Le HUB Business Center
- Le Roannay^{****}
- Le Val Benoît
- Légiapark
- Luyck Urban Winery
- Maison de la Métallurgie et de l'Industrie de Liège
- Maison Visavis
- Manava Hotel^{***} Sup
- Manoir de Lébioles^{****}
- Musée de la Boverie
- Musée des Transports en Commun de Wallonie
- My Hotel^{****}
- Next Gear
- Ô Paradis
- OM
- Opéra Royal de Wallonie-Liège

- Orchestre Philharmonique Royal de Liège
- OrigiNell
- Palais des Congrès de Liège
- PAM Animation
- Pentahotel Liège****
- Plopsa Coo
- Préhistomuseum
- R Hotel Experiences**** Sup
- Ready Steady
- Silva Hotel Spa-Balmoral****
- Silversquare «Guillemins»
- Sniper Zone
- Sobelvin
- Standard de Liège
- Taste of Liège
- Tero Team building
- The Fool Game
- The Outsider Ardennes
- The Owl Distillery - Belgian Owl
- The Place to Play
- Théâtre de Liège
- UNL Club House
- V'Spa
- Val d'Arumont***
- Vivacook
- VivArdent
- Weventures
- Woodster Hotel
- YUST Liège



CONVENTION BUREAU • MICE LIÈGE-SPA

Place de la République française,1

B-4000 Liège (BE)

+32 (0)4 279 50 89

info@miceliegespa.be

www.miceliegespa.be



Province
de Liège

Ardenne Incoming

VOTRE EXPÉRIENCE EN GROUPES



PARTENAIRES ARDENNE INCOMING

**Equipe de 38 guides-
accompagnateurs multilingues**

Prestataires Province de Liège

- Abbaye de Stavelot
- Abbaye du Val-Dieu
- As Ouhès - Restaurant
- Atlas Cars
- Auberge de Jeunesse de Malmedy
- Belgian Owl Distillery
- Blegny-Mine
- Brasserie Belgium Peak Beer
- Brasserie de Bellevaux
- Brasserie Grain d'Orge
- Brasserie {C}
- Bütgenbacher Hof
- Centre Sportif de Malmedy
- Centre Touristique de la Laine et de la Mode
- Château de Jehay
- Château de l'Avouerie d'Anthisnes
- Château de Modave
- Château de Reinhardstein
- Château féodal de Moha
- Chocolaterie Darcis
- December 44 Historical Museum
- Distillerie Radermacher
- Europa 50 (Expositions)
- Ferme des Beaux Monts - Restaurant
- Fort de Barchon
- Fort de Lantin
- Fort de Loncin
- Fort de Tancrémont
- Fort d'Eben-Emael
- GénéralTour
- Globales Post Hotel & Wellness^{***} Sup
- Grottes de Remouchamps
- Hôtel de la Couronne^{***}
- Hôtel Ibis Centre Opéra
- Hôtel Ibis Styles Liège-Guillemins^{***}
- Hôtel Mercure Liège City Center^{****}
- Hôtel Park Inn by Radisson Liège Airport^{****}

- Hôtel Van der Valk Liège Congrès****
 - Kloster Heidberg
 - La Bouffonnerie
 - La Ferme des Loups
 - La Framboiserie de Malmedy
 - La Fromagerie du Vieux Moulin
 - Le Casse-Croûte du Val-Dieu - Restaurant
 - Le Cloître - Work'inn Asbl - Restaurant
 - Le Mosa - Restaurant
 - Le Regina - Restaurant
 - Le Terminus - Restaurant
 - Les Roses de Daniel
 - Les Territoires de la Mémoire
 - Les Thermes de Spa
 - Liège Croisières
 - Maison du Parc Naturel Hautes Fagnes-Eifel
 - Maison du Peket
 - Malmundarium
 - Musée de la Boverie
 - Musée de la Vie wallonne
 - Musée des Transports en Commun de Wallonie
 - Musée du Fort de Bonnelles
 - Musée du Grand Curtius
 - Musée du Val Saint-Lambert
 - Office du Tourisme de Spa
 - Opéra Royal de Wallonie-Liège
 - Pentahotel Liège****
 - Préhistomuseum
 - Relax Hotel PIP Margraff
 - Remember Museum 39-45
 - Royal Hôtel-Restaurant Bonhomme
 - Rumelin - Guide - Conteur de grands chemins
 - Salaisons jambon de Montenau
 - Silva Hôtel Spa-Balmoral****
 - Siroperie Artisanale d'Aubel
 - Source O Rama
 - The Danish Tavern
 - Théâtre de Liège
 - Trésor de Liège
 - Une Gaufrette Saperlipopette
 - Val d'Arimont***
 - Vin de Liège
 - Voyages Léonard
 - Weventures
- Prestataires Province de Namur**
- Abbaye de Floreffe
 - Abbaye de Maredsous
 - Bocow - Restaurant
 - Brasserie Caracole
 - Château de Bioul
 - Château de Vêves
 - Château et Jardins de Freÿr
 - Chez Bouboule - Restaurant
 - Citadelle de Dinant
 - Citadelle de Namur
 - Dinant Evasion Croisières
 - Domaine des Grottes de Han
 - Escargotière de Warnant

- Hôtel Castel de Pont-à-Lesse^{***}
Sup
- Hotel Ibis Dinant Centre^{***}
- Hôtel Ibis Namur^{***}
- Hôtel Les Jardins de la Molignée^{****}
- Jardins d'Annevoie
- La Spirale - Centre des Métiers d'Art
- Le Grill des Tanneurs - Restaurant
- Maison du Tourisme - Explore Meuse
- Office du Tourisme - Visit Namur
- Parfumerie Guy Delforge
- Château de Bouillon
- Château de la Roche-en-Ardenne
- Chocolaterie Defroidmont
- Cyril Chocolaterie
- Euro Space Center
- Faubourg 101 - Restaurant
- Govinda's - Restaurant
- L'Amandier - Hôtel^{***}
- L'Auberge de Rochehaut - Restaurant
- La Calèche Hôtel-Restaurant^{***}
- Le Floréal La Roche-en-Ardenne - Hôtel & Restaurant^{***}
- Le Florentin - Hôtel & Restaurant^{***}
- Les Chocolats d'Edouard
- Les Contes de Salme - Restaurant
- Logis La Claire Fontaine - Hôtel & Restaurant^{****}
- Manhay History 44 Museum
- Musée Baillet Latour
- Musée militaire d'Arlon
- Parc des Topiaires
- Quartier Latin - Hôtel & Restaurant^{****}
- Royal Syndicat d'Initiative de Durbuy
- Salaisons Blaise
- Vayamundo Houffalize - Hôtel
- Wagon Léo - Restaurant & Station Léo - Hôtel^{***}

Prestataires

Province du Luxembourg Belge

- 83rd Thunderbolt Division
- 101st Airbornemuseum
- A l'Ange Gardien - Restaurant
- Abbaye N.D. d'Orval
- Agri-Musée de Rochehaut
- Ardenne Aventures
- Ardenne Plaisir
- Auberge du Carrefour - Restaurant
- Azur en Ardenne - Hôtel^{****}
- Bastogne War Museum
- Brasserie d'Achouffe
- Brasserie Saint-Monon
- Châlet Royal - Restaurant

Prestataires Région de l'Éislek (Ardenne GD Luxembourg)

- The Family of Man

Prestataires Office de Tourisme Charleville/Sedan en Ardenne

- Prestataires partenaires
de l'Office du Tourisme

Ardenne Incoming
VOTRE EXPÉRIENCE EN GROUPES

Place de la République française, 1

B-4000 Liège (BE)

Tél. +32 (0)4 279 50 88

info@ardenneincoming.be

ARDENNEINCOMING.BE



Province
de Liège

Contact presse :

Service de la Communication Province de Liège, Place de la République Française, 1 à 4000 Liège
Thomas REYNDERS - 04 279 24 85 ou 0474 99 72 95 - thomas.reynders@provincedeliege.be

#TOURISME*pro*



**Province
de Liège**