



**DOSSIER DE PRESSE**

**13.09.2022**

**CHÂTEAU DE FLORZÉ**

*La FTPL change de peau  
pour favoriser le développement économique du secteur !*

## SOMMAIRE

<b>I.</b>	<b>Plus de 80 ans au service de la promotion</b> .....	2
	a. <u>Des actions et des projets concrets</u> .....	2
	b. <u>La Province de Liège, le moteur wallon</u> .....	2
<b>II.</b>	<b>La nouvelle Fédération du Tourisme au sein du paysage wallon</b> .....	3
<b>III.</b>	<b>Accompagner les acteurs du tourisme en 6 actes</b> .....	4
	A. 4 nouvelles missions .....	4
	<u>#LABELLISER</u> .....	4
	<u>#FORMER</u> .....	5
	<u>#SUBSIDIER</u> .....	5
	<u>#RÉSEAUTER</u> .....	6
	B. 2 missions déjà entamées et poursuivies .....	7
	<u>#COMMERCIALISER</u> .....	7
	1. Dites MICE, nous nous occupons du reste ! .....	7
	2. L'Ardenne en groupes via « Ardenne Incoming » : un service à la carte pour une expérience en groupes hors du commun .....	8
	<u>#DÉVELOPPER</u> .....	8
<b>IV.</b>	<b>Une nouvelle identité visuelle</b> .....	10
<b>V.</b>	<b>Un nouveau site internet exclusivement dédié aux professionnels</b> .....	12
<b>VI.</b>	<b>Notre présence sur les réseaux sociaux</b> .....	14

## I. Plus de 80 ans au service de la promotion

### a. Des actions et des projets concrets

Pendant plus de 80 ans, la Fédération du Tourisme de la Province de Liège a eu pour mission première de **promouvoir l'offre touristique de son territoire**. Depuis sa création en 1938, de très nombreuses actions et opérations ont été menées, aussi bien en Belgique qu'à l'étranger, mais aussi un nombre conséquent de projets qui ont contribué à valoriser notre belle région et **attirer toujours plus de touristes** sur le territoire. Parmi ceux-ci, pointons notamment le déploiement et l'entretien du **réseau cyclable en points-nœuds** dans la Province ; l'augmentation de l'offre qualitative en matière de **tourisme fluvial** ou encore l'amélioration de **l'accessibilité** des infrastructures touristiques aux personnes à besoins spécifiques.



« *Le bilan du travail effectué est très positif* », précise d'emblée Claude Klenkenberg, Président de la FTPL. « *Mais celui-ci ne doit pas empêcher de regarder vers l'avenir. Il s'agit désormais d'évoluer pour poursuivre un objectif majeur, commun avec tous les acteurs du tourisme : développer le secteur d'un point de vue économique.* »

Rappelons que la valeur réelle de l'industrie touristique régionale s'élève à quelque **3,6 milliards d'euros annuel**. Ce qui représente plus de **4 % de la valeur ajoutée totale de la Wallonie**. En ce qui concerne l'emploi, lequel est **non-délocalisable**, les chiffres parlent aussi d'eux-mêmes puisque ce sont près de **84.000 travailleurs**, hommes et femmes, qui œuvrent au quotidien dans le secteur, soit **7,5% des emplois de la Wallonie** !

### b. La Province de Liège, le moteur wallon

Si on se penche sur la seule **Province de Liège**, on se rend compte que la région fournit le principal apport à ce constat wallon. Voici deux chiffres qui le démontrent :

- **28.845. Il s'agit du nombre de postes de travail** recensés dans le tourisme en Province de Liège, soit plus de **20.000 Équivalents Temps Plein**, ce qui représente **plus d'un tiers des emplois touristiques de la Wallonie**.
- **1,38. En milliards d'euros**, ce montant représente la valeur ajoutée créée par le secteur touristique en Province de Liège, soit pas moins de **38% de la production wallonne**.

Ces chiffres de 2019, à eux seuls, confirment combien le tourisme compte parmi les secteurs les plus dynamiques de Wallonie et est un moteur essentiel du progrès socio-économique de la région.

Afin d'en favoriser son développement, la Fédération du Tourisme de la Province de Liège se donne officiellement de nouvelles missions et celles-ci convergent vers un seul et même objectif : **apporter aux prestataires des solutions efficaces face aux évolutions constantes – et de plus en plus exigeantes – du secteur touristique et des besoins des touristes**.

## II. La nouvelle Fédération du Tourisme au sein du paysage wallon

Le tableau ci-après permet de mieux cerner le « nouveau » paysage institutionnel du tourisme wallon.

Pour schématiser – et sans s’attarder sur le niveau local qui joue évidemment un rôle essentiel pour l’accueil des touristes et l’animation de nos villes et communes – nous proposons de subdiviser le territoire en deux niveaux : le **régional** et le **supra-local**.

Sur cette base nous avons, d’un côté, le **Commissariat Général au Tourisme, Wallonie Belgique Tourisme et les Associations et Fédérations sectorielles** ; et de l’autre, la **Fédération touristique provinciale et les organismes touristiques (MT/SI/OT)**.

En termes de missions, deux pôles complémentaires se distinguent naturellement : **l’accompagnement, la professionnalisation et le subventionnement des acteurs du tourisme** assurés et gérés par le CGT et la Fédération provinciale ; et **la promotion de l’offre, l’accueil des touristes et la diffusion d’information**, portés par WBT et les organismes touristiques.

Les Associations et Fédérations sectorielles assurant parallèlement **une partie de ces grands axes**.

	ACCOMPAGNEMENT PROFESSIONNALISATION SUBVENTIONNEMENT	PROMOTION	ACCUEIL INFORMATION
Niveau régional	Commissariat Général au Tourisme (CGT)	Wallonie Belgique Tourisme (WBT asbl)	
	Associations et Fédérations sectorielles GDW, MSW, WALCAMP, A&T, ACW, HORECA Wallonie...		
Niveau supra-local	Fédération du Tourisme de la Province de Liège (FTPL asbl)	Maisons du Tourisme	
		Syndicats d’initiative Offices du Tourisme	
Cible principale	Acteurs du tourisme Communes	Touristes	

Cette façon de répartir les missions, les rôles et les cibles permet :

- d’équilibrer le schéma institutionnel ;
- d’induire des synergies, des complémentarités et des renforcements entre les différents niveaux ;
- d’éviter des doublons ;
- ...

### III. Accompagner les acteurs du tourisme en 6 actes

La volonté d'accompagner, de fédérer et de professionnaliser l'ensemble des acteurs touristiques du territoire est **plus forte que jamais**.

**Afin d'aider ces opérateurs de terrain**, les activités et les services de la Fédération du Tourisme s'articulent désormais autour de **SIX MISSIONS** complémentaires à celles des autres organismes touristiques de Wallonie.

#### A. 4 nouvelles missions

##### #LABELLISER

La Fédération du Tourisme **sensibilise et accompagne** les professionnels du secteur dans **une démarche « Qualité »**, cohérente et efficace. Pour ce faire, **la labellisation et la certification sont les garants d'une performance accrue** qui permet de mieux se positionner face à l'offre concurrentielle.



En fonction du ou des marchés cibles, la Fédération du Tourisme **identifie les certifications et les labels pertinents**. Elle **accompagne ensuite les acteurs du tourisme dans les démarches et étapes-clés en vue de leur obtention**.



Véritable relais de terrain, la mission LABELLISER informe aussi les opérateurs des **conditions d'adhésion à certaines associations professionnelles**, comme les « Gîtes de Wallonie » ou « Accueil Champêtre » et les **accompagne dans les procédures de reconnaissance par le CGT** : comment obtenir des épis si on dispose d'un hébergement, ou des soleils si l'on est propriétaire d'une attraction.

Un label est un **gage de crédibilité et de confiance** qui garantit aux clients la qualité des services. Ses **avantages** sont multiples : éclosion d'opportunités, optimisation des ressources, bonification de l'image, augmentation de la notoriété, du chiffre d'affaires...

## #FORMER

Sur base de **l'identification de besoins et souhaits**, les formations pertinentes et autres ateliers formatifs constituent, plus que jamais, un levier stratégique et un investissement continu à ne pas négliger. En lien avec l'évolution du marché, cette mission vise à **accompagner les acteurs du tourisme de la Province de Liège dans un parcours de formation** en les aiguillant vers des offres adaptées, par le biais de partenariats préétablis.

La FTPL collabore en effet avec des **organismes wallons** tel que le Commissariat Général au Tourisme (CGT) pour l'aide aux labellisés ; mais aussi Wallonie Belgique Tourisme (WBT) pour l'apprentissage de l'Outil Régional de Commercialisation (ORC) ou encore « l'Agence du Numérique » pour les formations au Digital. Par ailleurs, la collaboration s'étend jusqu'à certains **opérateurs de formation reconnus** tels que le Centre de Compétence Tourisme (FOREM) ou l'École provinciale d'Administration, dans le but de proposer un parcours toujours plus adapté aux attentes et en lien avec les particularités de l'activité.

Centre de  
compétence  
**forem.** tourisme

École provinciale d'Administration

Parallèlement **la Fédération du Tourisme propose, en son sein, des ateliers, des tutos, des webinaires, des conférences** sur des thématiques diverses et précises répondant directement à des besoins : apprentissage du numérique, commercialisation, tourisme durable, etc. Les différents formats se voulant adaptables à l'emploi du temps exigeant de ces professionnels.

Le but : **améliorer les compétences, tant sur un plan individuel que collectif.**

## #SUBSIDIER

L'objectif de cette mission est de **favoriser, directement et indirectement, l'activité touristique** par le biais de soutiens financiers ciblés.

Cette mission concerne notamment :

- L'octroi de subsides aux prestataires dans le cadre de **l'amélioration de l'accessibilité de leur établissement aux personnes à besoins spécifiques** :



- o **Prise en charge de 100% des éléments du « kit d'accessibilité pour tous »**<sup>1</sup> (plafond à 1.500€) ;

- o **Prise en charge à 100% de la réalisation d'un audit « Access-I »**<sup>2</sup> (plafond à 600 €).

<sup>1</sup> à 50% dès 2023

<sup>2</sup> à 60% dès 2023

- L'octroi de subsides aux **organismes touristiques du territoire de la Province de Liège** :
  - o les 7 Maisons du Tourisme ;
  - o les Offices du Tourisme, Syndicats d'Initiative et Tourist Info.

L'enveloppe allouée est de **125.000 €**.

- L'octroi d'une enveloppe de **40.000 € pour les parcs naturels**.
- L'octroi d'une enveloppe de **40.000 € pour des projets ponctuels**.
- L'octroi de subsides aux prestataires dans le cadre d'**appels à projets spécifiques**.

## #RÉSEAUTER

La Fédération du Tourisme rassemble et fédère les opérateurs touristiques de son territoire en fonction de leur domaine d'activités, en vue d'**élaborer et de développer de nouvelles opportunités collaboratives**. Les rencontres entre professionnels du tourisme ont pour vocation de **valoriser la richesse et la diversité de l'offre**. Le but est aussi de mettre des thématiques précises à l'étude afin d'identifier des projets porteurs et d'ainsi **améliorer le fonctionnement des collaborations**.

### **Comment ?**

**En organisant des événements professionnels tels que les « Rencontres Professionnels du Tourisme ».**

Celles-ci ont lieu chaque année et réunissent près de 200 professionnels du secteur afin de leur proposer des ateliers en lien direct avec leurs activités. Au cours de cette 4<sup>e</sup> édition, ce 13 septembre, le programme a permis d'aborder ces différents thèmes :

**1 #Hybridation - Réinventer son offre, un enjeu majeur ?** par Denis GENEVOIS, Cogiteur.com ; Ludivine SEULIN LACROIX, Autour du Louvre Lens et Claire-Anaïs BOULANGER, UNamur.

**2 #BonnesPratiques - Accueillir les personnes à besoins spécifiques** par Stéphanie HERMAN, Experte en accessibilité ; Julie MARTIN, Spécialiste en aménagement raisonnable ; Emilie COHRS, Responsable en communication adaptée à tous et Gwen FOURMANOIS, Experte en accessibilité et visite guidée à destination des personnes aveugles et malvoyantes.

**3 #Action - Tourisme durable, slow et éco-tourisme... Késako ?** par Véronique LÉONARD, Sowalfin ; Cédric MAILLAERT, Hike Up ; Anne-Sophie BRAINE, Think Big Hotel et Virginie REMION, Easy Green.



**4 #Communication - Quels atouts séduction pour vos produits ?** par Bernadette PÂQUES, CompanyWriters.

**5 #Gamification - Jouer avec vos clients pour les attirer** par Vincenzo BIANCA, N-Zone et Benjamin PIRSON, Totemus.

**6 #eReputation - Comment être net sur le Web ?** par Vincent PITTARD, Reputation 365 et Laurent WEYTJENS, Domaines touristiques du Vallon de la Lembrée.

**7 #eCommerce - Pourquoi se passer de la réservation en ligne !?** par Christian JANFILS, The Right Move et Olivier DALOZE, Wallonie Belgique Tourisme.

Sans oublier différents moments de « temps libres » entre tous les participants. Cette journée est en effet aussi l'occasion de se RENCONTRER et d'ÉCHANGER. En d'autres termes : de réseauter en vue de **créer de nouvelles synergies et des collaborations**.

Tous les détails de cet événement sont à votre disposition sur [www.btobtourisme.be](http://www.btobtourisme.be)

### **La mission Réseauter organise également :**

- **des bourses d'échanges de supports promotionnels** à destination de prestataires exposants. Il s'agit majoritairement des organismes touristiques : SI, OT, MT, CGT, WBT et associations professionnelles.
- **des rencontres thématiques**. Ces groupes de personnes sont des opérateurs touristiques, des partenaires, des experts, des associations, etc. gravitant autour du secteur du tourisme et/ou ayant des domaines d'activités en commun, axés sur une thématique ou un métier.

## **B. 2 missions déjà entamées et poursuivies**

### #COMMERCIALISER

Mis en place depuis 2015, notre commercialisation touristique repose sur **2 piliers : le tourisme d'affaires (MICE) et le tourisme pour GROUPES (Ardenne Incoming)**.

#### **1. Dites MICE, nous nous occupons du reste !**

La Fédération du Tourisme de la Province de Liège, par le biais de son Convention Bureau Liège-Spa, est **l'interlocuteur unique en matière de tourisme d'affaires pour l'ensemble de la Province**.

Pour l'organisation de séminaire, de congrès, de salon à destination des professionnels ; dans la quête d'un cadre idéal pour la tenue d'un événement d'entreprise rassemblant les collaborateurs tels qu'un teambuilding, une mise au vert, un Family day ou un simple lieu de formation, **la Fédération est là et s'occupe de tout !**

Grâce à une équipe dynamique et multilingue, elle démarche les entreprises, les sensibilise à la qualité de l'offre, établit



des devis sur base de leurs besoins et budget et gère les dossiers, **de la réservation à la facturation.**

Afin de défendre au mieux les intérêts des prestataires actifs dans le tourisme d'affaires, le Convention Bureau a créé un « **Club Mice** » **qui compte actuellement 80 membres.** Le but est simple : mieux se connaître, se renforcer mutuellement, se former, réfléchir ensemble à des actions porteuses et les mettre en œuvre au profit de la destination. Évidemment, l'adhésion à ce club est totalement **gratuite.**

Plus de détails sur [www.miceliegespa.be](http://www.miceliegespa.be)

## **2. L'Ardenne en groupes via « Ardenne Incoming » : un service à la carte pour une expérience en groupes hors du commun.**

« **Ardenne Incoming** » **propose des excursions et des séjours thématiques** sur le territoire de l'Ardenne, qui s'étend de la Belgique à la France en passant par le Grand-Duché de Luxembourg.



Les thématiques au sein des programmes sont naturellement porteuses : culture, événements, nature, gastronomie, patrimoine... **Le tout encadré par des guides-accompagnateurs chevronnés** prêts à révéler les secrets les mieux gardés de cette destination prisée. En plus de pouvoir proposer un interlocuteur unique, notre service est à la disposition des clients pour créer le **programme le plus adapté** à leurs souhaits. Du début à la fin nous sommes à leurs côtés.

Ardenne Incoming compte actuellement **146 prestataires conventionnés répartis sur le territoire ardennais.** Tous bénéficient ainsi du travail de notre équipe, notamment en termes de marketing, de promotion, de démarchage et bien entendu, de chiffres d'affaires.

Plus de détails sur [www.ardenneincoming.be](http://www.ardenneincoming.be)

## **#DÉVELOPPER**

La Province de Liège, via sa Fédération du Tourisme, pilote ou accompagne des projets visant à **améliorer les équipements et infrastructures touristiques** du territoire provincial. Elle intervient de plusieurs manières : elle **coordonne des études** qui permettent de déterminer la pertinence de nouveaux équipements, elle se positionne comme partie prenante à certaines réflexions initiées par d'autres acteurs (publics ou privés), elle participe au **financement** de nouveaux équipements mais elle peut également **répondre à des appels à projets** initiés par le Gouvernement wallon en matière de développement d'infrastructures touristiques.

C'est dans le cadre de cette mission qu'elle assure **depuis plus de 10 ans** – le plus souvent aux côtés de la SPI, du CITW+, du CGT et des communes – que la Fédération du Tourisme a pu initier certains projets majeurs parmi lesquels : le développement d'une offre en **navettes fluviales** sur la Meuse à Liège ; la création d'un **réseau d'itinéraires balisés en points-nœuds** pour les vélotouristes ; le lancement d'un référentiel permettant aux acteurs communaux de créer des **aires de repos pour**

**vélotouristes** et une signalétique adéquate ; la réflexion sur les équipements de loisirs à développer autour des **lacs de l'arrondissement de Verviers** (Eupen, Warfaaz, Bütgenbach, Robertville, La Gileppe) ou encore l'accompagnement au développement d'**aires pour motorhomes**.

C'est également dans le cadre de cette mission que la Province soutient aujourd'hui le **financement de la rénovation des caillebotis dans les Hautes Fagnes**, en apportant directement une contribution financière mais également en interpellant le Gouvernement wallon sur la problématique.



#### IV. Une nouvelle identité visuelle

Une nouvelle cible, de nouveaux objectifs... une redéfinition stratégique de l'image s'imposait avec le changement d'ADN.

La Fédération du Tourisme s'est offerte **une nouvelle identité visuelle** ! La voici dévoilée :

**La nouvelle FTPL = 4 nouvelles missions :**

+ #FORMER      + #LABELLISER  
+ #RÉSEAUTER      + #SUBSIDIER

L'utilisation du symbole + = le *Plus* apporté à nos prestataires

Nos 4 nouvelles missions additionnées sont égales à notre nouvelle Identité : #

+ #TOURISME<sub>pro</sub>



Professionnels du Tourisme  
Province de Liège  
Tout simplement un service **pro**  
Une police manuscrite pour appuyer la touche **signature**

L'utilisation de 2 + donne un aspect scintillant/brillant et colle avec notre **service Gold**, sur mesure.

**Ils se réfèrent à nos 2 missions Commercialisation et Développement Touristique qui ont déjà fait leurs preuves :**

+ #COMMERCIALISER

+ #DÉVELOPPER

## Business to Business ou Business to Customer, un visuel qui s'adapte

La Fédération du Tourisme n'abandonne pas pour autant toute communication à destination du grand public. La relation à celui-ci existe toujours lorsqu'il s'agit, par exemple, de s'exprimer à propos des **produits proposés par l'institution** : le réseau en points-nœuds, la navette fluviale, les sites para-provinciaux, le Tourisme d'affaires ou encore Ardenne Incoming.

- **Pour ces « clients » (B to C et B to CB), la communication se fait au nom de l'Institution Province de Liège.**



Le logo Province est donc également utilisé pour les clients qui utilisent nos services de voyages sur-mesure « Ardenne Incoming » ou d'évènement d'entreprise à la carte « Mice » qui facilite la vie des entreprises et sociétés en organisant tous leurs événements de A à Z.

- **Pour ce public (B to B), la communication se fait en terme d'Institution « Province de Liège » mais une Province de Liège professionnelle du secteur touristique.**



Lorsqu'il s'agit de s'adresser aux prestataires touristiques, aux autocaristes, aux Communes, aux organismes touristiques, mais aussi aux prestataires membres du Club MICE et aux opérateurs conventionnés Groupes, nous leur parlons en terme de #tourismepro.

#TOURISME<sup>pro</sup>

## V. Un nouveau site internet exclusivement dédié aux professionnels : [www.tourismepro.be](http://www.tourismepro.be)

Qui dit nouvelles missions, dit nouvelle communication. Afin d'accompagner au mieux les opérateurs de terrain du territoire, **un tout nouveau site internet exclusivement dédié aux professionnels sort ce 13 septembre : [www.tourismepro.be](http://www.tourismepro.be) !**

De façon claire et explicite les prestataires peuvent y puiser **d'innombrables informations** relatives au subventionnement, aux labels, aux possibilités de formation, aux actions dédiées aux entreprises, etc.

Mais ils ont également à disposition un volet plus pratique avec des **conseils, des « tuyaux » et autres webinaires...** sans oublier une **boîte à outils** composée d'éléments indispensables pour satisfaire leurs besoins en matière de communication.

Ce site se veut **évolutif**, c'est-à-dire que son contenu s'enrichira au fil du temps.

Parallèlement, une **Newsletter PRO bimestrielle** sera envoyée aux professionnels du secteur. Via des rubriques récurrentes – qui feront également écho sur nos réseaux sociaux – nous les informerons des prochaines dates de formations, nous leur présenterons des labels, porterons à leur connaissance l'existence de subsides, etc.

Province de Liège **QUI SOMMES-NOUS ?** #TOURISME *Pro*

SUBSIDIER FORMER LABELLISER COMMERCIALISER RÉSEAUTER DÉVELOPPER

**CE SITE EST DÉDIÉ  
AUX PROFESSIONNELS  
DU TOURISME  
EN PROVINCE DE LIÈGE**

Vous trouverez dans cet espace d'innombrables informations concernant les actualités, les subventions possibles, les labels, les formations, les événements ou encore les actions entreprises ! Mais également un volet plus pratique avec des conseils, tuyaux, bons plans et autres webinaires. Ainsi qu'une boîte à outils composée d'éléments indispensables pour vos besoins en matière de communication.

*Découvrez les actualités*

**BTOB TOURISME 2022**  
Ne manquez pas l'événement incontournable pour les professionnels du tourisme en Province de Liège.  
**EN SAVOIR +**

**FÉDÉRATION DES CAMPINGS DE WALLONIE**  
Profitez de nombreux avantages en devenant membre.  
**EN SAVOIR +**

**ACCESSIBILITÉ TOURISTIQUE**  
Découvrez nos solutions pour améliorer l'accessibilité de votre établissement aux personnes à besoins spécifiques.  
**EN SAVOIR +**

Rejoignez-nous

*Optez pour l'aide ou le service que vous souhaitez :*

**LABELLISER**  
Des reconnaissances bienvenues pour certifier et mettre en avant vos offres.  
**EN SAVOIR +**

**DÉVELOPPER**  
Un accompagnement afin de vous aider à développer des équipements sur vos territoires.  
**EN SAVOIR +**

**COMMERCIALISER**  
Un soutien non négligeable afin d'augmenter mes ventes de manière tangible.  
**EN SAVOIR +**

**FORMER**  
Des conseils et recommandations utiles dans des domaines variés.  
**EN SAVOIR +**

**RÉSEAUTER**  
Des événements me permettant d'échanger des idées avec d'autres professionnels.  
**EN SAVOIR +**

**SUBSIDIER**  
Une aide financière mesurée afin de mener à bien mes projets.  
**EN SAVOIR +**

4 autres sites sont en ligne !

Aux côtés de [www.tourismepro.be](http://www.tourismepro.be), quatre autres sites internet continuent à promouvoir des produits mis en place par la Fédération du Tourisme.

- <https://pointsnoeuds-provincedeliege.be> fait la promotion du **vélotourisme par le biais d'un réseau en points-nœuds** qui couvre déjà plus de 2.000 kilomètres du territoire. Sur ce site, planifiez vos parcours, laissez-vous tenter par des propositions de balades et découvrez les propositions de haltes labellisées « Bienvenue Vélo ».
- [www.miceliagespa.be](http://www.miceliagespa.be) est l'**incontournable pour l'organisation d'Incentives, de conférences et de séminaires d'entreprise**. S'appuyant sur deux villes historiques offrant de nombreux sites de grande renommée dédiés au tourisme d'affaires que sont Liège et Spa, la Province de Liège démontre posséder d'incomparables potentialités d'accueil, des sites grandioses, des édifices prestigieux, une centaine d'hôtels et plus d'un millier d'hébergements prêts à séduire le monde de l'entreprise.
- [www.ardenneincoming.be](http://www.ardenneincoming.be) donne rendez-vous en **Province de Liège ou au cœur de la Destination Ardenne** présente sur trois pays (Belgique, Grand-Duché de Luxembourg et France). Grâce à un service impeccable, ces séjours thématiques peuvent être organisés « à la carte » et selon chaque besoin.
- <https://www.landofmemory.eu/> est une **destination de tourisme de mémoire qui se situe sur le territoire de la grande Région** (territoire européen entre France, Belgique, Grand-Duché de Luxembourg et Allemagne). La destination couvre des sites historiques majeurs des deux guerres mondiales. Ce projet a été mis sur pied en collaboration avec les différents partenaires.



Quant au site « Grand public » ([www.liegetourisme.be](http://www.liegetourisme.be)), il est évidemment **destiné à disparaître**.

Durant un an, une page préviendra toutefois les internautes **de notre réorientation et les aiguillera** vers les sites internet susmentionnés, en plus de ceux des 7 Maisons du Tourisme de la Province de Liège qui seront, plus que jamais, les fers de lance de la promotion touristique du territoire.

## VI. Notre présence sur les réseaux sociaux

Le tourisme est un secteur en perpétuelle évolution et les défis et obstacles auxquels se heurte l'industrie touristique sont nombreux, qu'ils soient sociétaux, économiques, environnementaux ou institutionnels.

Face à ce constat, la Fédération du Tourisme de la Province de Liège a opéré un virage à 180° et a pris comme décision d'aider les opérateurs et partenaires touristiques de son territoire à se professionnaliser, laissant la promotion stricto sensu à d'autres échelons que sont les Organismes de Tourisme locaux (MT, OT, SI) d'une part et, d'autre part, l'Organisme Régional de Promotion (WBT).

Ce virage implique que, dorénavant, notre public devient essentiellement **un public BTB**. Nos contenus doivent donc être professionnels et professionnalisants.

Ce changement de stratégie devait se traduire, tant dans les différentes missions incombant à la nouvelle FTPL, qu'à travers sa communication multicanale et multimédia (presse traditionnelle, Internet et Réseaux Sociaux).

**Il était donc impératif de créer un réseau social permettant de poser des questions et d'obtenir des réponses.**

**Notre présence sur les réseaux sociaux se détaille comme suit :**

- **1 Groupe Facebook Pro « général »**

- @tourismepro

Un groupe ? Si LinkedIn permet une véritable vitrine professionnelle, nous avons besoin d'un Réseau Social Business très accessible. C'est pour cela que s'est posé le choix du groupe privé Facebook permettant un échange plus direct des bonnes pratiques avec les prestataires.



- **2 pages Facebook**

- @ardenne-incoming
- @pointsnoeuds.provincedeliege

- **3 comptes LinkedIn**

- @tourismepro
- @ardenne-incoming
- @miceliagespa

- **2 chaînes YouTube**

- @tourismepro
- @provincedeliegetourisme



La Fédération du Tourisme de la Province de Liège, ce sont **50 agents prêts à professionnaliser et développer l'offre touristique** dans le but de contribuer à accroître l'attractivité de la destination, tout en favorisant la croissance économique d'un secteur essentiel.

**Espace presse** : ces informations, ainsi que les visuels s'y rapportant, sont à votre disposition sur l'Espace Presse du site Internet de la Fédération du Tourisme [www.tourismepro.be](http://www.tourismepro.be)

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**La Fédération du Tourisme de la Province de Liège  
change de peau pour favoriser le développement économique  
du secteur !**

**Pendant plus de 80 ans, la Fédération du Tourisme de la Province de Liège a eu pour mission première de promouvoir l'offre touristique de son territoire. Aujourd'hui, la volonté d'accompagner, de fédérer et de professionnaliser l'ensemble des acteurs touristiques du territoire est plus forte que jamais. Une (r)évolution en 6 actes qui marque un tournant dans les services proposés.**

La Fédération du Tourisme de la Province de Liège se donne officiellement de nouvelles missions et celles-ci convergent vers un seul et même objectif : **apporter aux prestataires des solutions efficaces face aux évolutions constantes – et de plus en plus exigeantes – du secteur touristique et des besoins des touristes.**

**Afin d'aider ces opérateurs de terrain**, les activités et les services de la Fédération du Tourisme s'articulent désormais autour de **SIX MISSIONS** complémentaires à celles des autres organismes touristiques de Wallonie.

**A. 4 nouvelles missions**

**#LABELLISER**

En fonction du ou des marchés cibles des prestataires, la Fédération du Tourisme **identifie** les certifications et les labels pertinents qui leur correspondent. Elle **accompagne ensuite les acteurs dans les démarches et étapes-clés en vue de leur obtention.**

**#FORMER**

En lien avec l'évolution du marché, cette mission vise à **accompagner les acteurs du tourisme de la Province de Liège dans un parcours de formation** en les aiguillant vers des offres adaptées, par le biais de partenariats préétablis.

Le but : **améliorer les compétences**, tant sur un plan individuel que collectif.

**#SUBSIDIER**

L'objectif de cette mission est de **favoriser, directement et indirectement, l'activité touristique** par le biais de soutiens financiers ciblés. Notamment :

- **L'amélioration de l'accessibilité des établissements aux personnes à besoins spécifiques :**
  - o **Prise en charge de 100% des éléments du « kit d'accessibilité pour tous »** (plafond à 1.500€). 50% à partir de 2023 ;

- **Prise en charge à 100% de la réalisation d'un audit « Access-I »** (plafond à 600 €). 60% à partir de 2023.

## #RÉSEAUTER

Cette mission vise à rassembler et fédérer les opérateurs touristiques du territoire en vue d'**élaborer et de développer de nouvelles opportunités collaboratives**.

### **B. 2 missions déjà entamées et poursuivies**

## #COMMERCIALISER

Mis en place depuis 2015, notre commercialisation touristique repose sur **2 piliers : le tourisme d'affaires (MICE) et le tourisme pour GROUPES (Ardenne Incoming)**.

## #DÉVELOPPER

C'est dans le cadre de cette mission qu'elle assure **depuis plus de 10 ans** – le plus souvent aux côtés de la SPI, du CITW+, du CGT et des communes – que la Fédération du



Tourisme a pu initier certains projets majeurs tels que : le développement d'une offre en **navettes fluviales** sur la Meuse à Liège ; la création d'un réseau d'itinéraires balisés en **points-nœuds** pour les vélotouristes ; le lancement d'un référentiel permettant aux acteurs communaux de créer des **aires de repos pour vélotouristes** et une signalétique adéquate ; la réflexion sur les équipements de loisirs à développer autour des **lacs de l'arrondissement de Verviers** (Eupen, Spa, Bütgenbach, Robertville, La Gileppe) ou encore l'accompagnement au développement d'**aires pour motorhomes**.

C'est également dans le cadre de cette mission que la Province soutient aujourd'hui le **financement de la rénovation des caillebotis dans les Hautes Fagnes**, en

apportant directement une contribution financière mais également en interpellant le Gouvernement wallon sur la problématique.

### Une nouvelle identité visuelle

La Fédération du Tourisme n'abandonne pas pour autant toute communication à destination du grand public. La relation à celui-ci existe toujours lorsqu'il s'agit, par exemple, de s'exprimer à propos des **produits proposés par l'institution** : le réseau en points-nœuds, la navette fluviale, les sites-para-provinciaux, le Tourisme d'affaires ou encore Ardenne Incoming.

**Pour ces « clients », la communication se fait au nom de l'Institution Province de Liège.**



Lorsqu'il s'agit de s'adresser aux prestataires touristiques, aux autocaristes, aux Communes, aux organismes touristiques, mais aussi aux prestataires membres du Club MICE et aux opérateurs conventionnés Groupes, **la communication se fait en terme d'Institution « Province de Liège » mais une Province de Liège professionnelle du secteur touristique.**

Cette communication est accompagnée d'un logo au diapason.



#TOURISME<sup>Pro</sup>

**Plus d'infos ?**

**Visitez le tout nouveau site Internet de la Fédération du Tourisme**  
[www.tourismepro.be](http://www.tourismepro.be)

**Espace presse** : ces informations, ainsi que les visuels s'y rapportant, sont à votre disposition sur l'Espace Presse du site Internet de la Fédération du Tourisme [www.tourismepro.be](http://www.tourismepro.be)

**Contact presse :**

*Fédération du Tourisme de la Province de Liège, Place de la République Française, 1 à 4000 Liège  
Michael MATHOT – GSM 0495 511 975 – Tél. 04 279 56 22 – [michael.mathot@provincedeliege.be](mailto:michael.mathot@provincedeliege.be)*