



ATTRACTIONS
& TOURISME
asbl



Assemblée générale 2025

DE L'ASSOCIATION PROFESSIONNELLE DES ATTRACTIONS TOURISTIQUES
DE WALLONIE ET BRUXELLES





Sommaire



RAPPORT D'ACTIVITÉS 2024	4
Nos actions de promotion.....	6
Nos actions de défense sectorielle	10
Nos actions de professionnalisation du secteur.....	14
COMPTES 2024.....	18
PROGRAMME D'ACTIONS 2025.....	20
Valoriser et promouvoir nos attractions	22
Défendre et représenter les intérêts du secteur.....	24
Accompagner nos membres avec des outils concrets et performants.....	26
Transformer durablement nos attractions pour garantir leur avenir.....	28
BUDGET 2025	30
CARNET DE NOTES.....	32

Rapport d'Activités

2024 a été riche en activités pour votre association professionnelle ! Elle a été présente comme à son habitude sur tous les fronts, que ce soit pour promouvoir la plateforme 365.be, ses membres ou encore défendre le secteur d'activités dans différentes instances sans oublier d'œuvrer à sa professionnalisation. L'année écoulée a été placée sous le signe du changement avec des élections à tous les niveaux de pouvoir, qui ont vu des majorités nouvelles se mettre en place, ce qui présage de nombreux changements à l'avenir, mais de cela, il en sera question dans le Programme d'Actions. Cette année a marqué aussi un tournant pour l'ASBL avec l'arrivée d'une nouvelle directrice générale ! Après plusieurs mois de recrutement, nous avons pu trouver une personne qui allie les qualités nécessaires pour poursuivre le travail réalisé depuis plus de 40 ans au sein de l'association. Je souhaiterais évidemment remercier l'équipe de l'ASBL pour le travail mené depuis ces années, mais également souligner le travail important des membres du Bureau de l'Organe d'Administration, durant cette période de transition. Leur implication quasi quotidienne a permis de conserver le cap tout au long de ces mois ! Un travail d'équipe dont l'ASBL peut être fière et qui souligne combien le secteur est solidaire et surtout combien ses membres accordent de l'importance à son action !



Les actions de promotion du secteur

Elles se sont concrétisées au travers de notre plateforme 365.be. Nos Guides 365.be Wallonie-Bruxelles, le 1^{er} « classique » - 38^e édition - et le 2^e dans sa version avec coupons - 12^e édition - ont été diffusés à raison de 841.290 exemplaires. Comme à chaque fois, nous avons été attentifs à ce que ces Guides soient largement diffusés dans toutes les attractions touristiques et dans une grande majorité des Offices du Tourisme du pays. Nous avons aussi maintenu un effort sur le marché français qui est notre marché principal à l'étranger.

Notre plateforme propose aussi des outils en ligne comme le site ou la Web-App 365.be, le tout complété par un développement de notre présence sur Facebook et Instagram. Et petite nouveauté de l'année, la réalisation de newsletters auprès d'une base qualifiée de 7.000 personnes !

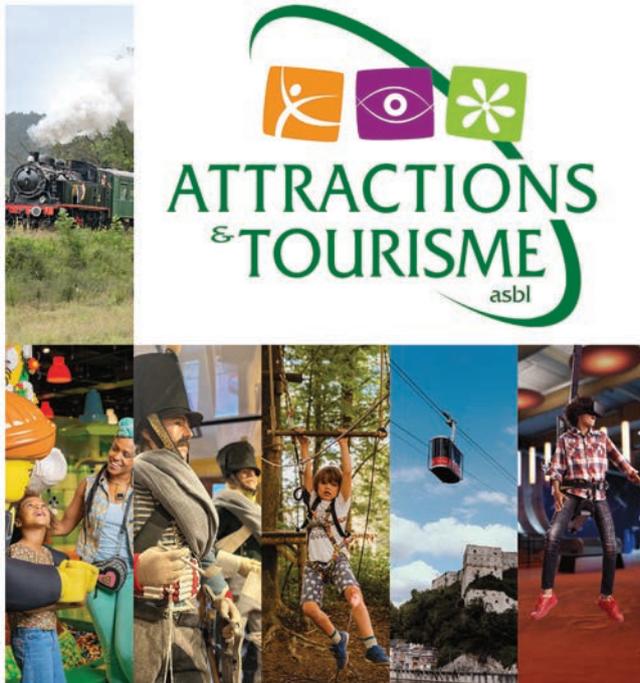
Nous avons également maintenu la collaboration avec différents médias ou partenaires grâce auxquels nous avons assuré une visibilité importante en faveur de nos membres, sous la bannière 365.be.

Notre partenariat avec la RTBF a été accentué via sa programmation sur VivaCité : Viva Week-End, les Ambassadeurs, VivaCité Luxembourg, ou sur Viva + sans oublier le Beau Vélo de RAVeL. Toutes ces émissions ont fait la part belle à notre secteur, avec 431 passages sur antenne ! Il faut également souligner la très belle collaboration avec France Bleu Nord qui a permis la mise en avant de pas moins de 131 attractions touristiques.

Les actions de défense du secteur

Notre association a poursuivi le travail de l'analyse micro-économique en s'attelant à la collecte des données jusqu'à 2023, auprès de notre échantillon de référence composé de 69 attractions touristiques. Nous avons aussi organisé des rencontres pour les finalités 2 et 3 avec nos membres et ce, afin de présenter, plus en détails, les données analysées suivant les finalités de gestion de nos attractions. Nous avons également entamé un travail de réflexion sur l'élargissement de l'échantillon pour l'avenir. Notre association a également suivi de près l'évolution du Code wallon du Tourisme. Nous avons tout au long de l'année, porté l'avis de notre secteur sur cette réforme tant auprès des Ministres que d'autres instances.

Dans les matières sociales, notre association a assuré le suivi de l'accord sectoriel 2023-2024 de la CP 333 tout en menant des discussions en groupes de travail sur le chômage touristique et la pénibilité. Nous avons aussi continué d'assurer la gestion du Fonds Social pour le secteur. Pour la Commission Paritaire 329.02, nous avons suivi les dossiers en lien avec le Fonds 4S ou le Fonds Maribel, qui a vu l'attribution de nombreux emplois dans le secteur.



Rapport d'Activités 2024



Version complète

La professionnalisation du secteur

Nous avons informé nos membres de façon régulière sur différents sujets avec pas moins de 23 newsletters. Sans oublier nos traditionnelles rencontres que constituent l'Assemblée générale ou le Colloque d'Automne. Nous avons également poursuivi l'analyse de l'impact du calendrier des vacances scolaires sur la fréquentation du secteur en réalisant plusieurs baromètres. En matière de digitalisation, nous avons continué d'assurer un soutien à nos membres dans la gestion de l'ORC tout en mettant en place la solution de remplacement du POS, le BSB avec la société Adibox et un échantillon d'attractions de test. Enfin, nous avons également soutenu la démarche de Mon Bagage Numérique tout au long de l'année.

220

**C'EST LE NOMBRE DE MEMBRES
AFFILIÉS À NOTRE ASSOCIATION**

Ces membres gèrent parfois plusieurs attractions touristiques, ce qui porte le total des attractions touristiques à 248 en Wallonie et à Bruxelles.

Nos actions de promotion

Au travers de ses éditions, de ses outils digitaux, de ses partenariats ou de son Workshop notre association offre la plus large visibilité au secteur des attractions touristiques

La plateforme 365.be

L'INFORMATION OFFICIELLE DU SECTEUR DES ATTRACTIONS TOURISTIQUES

Nos outils informent le consommateur sur l'offre en attractions touristiques avec des informations pratiques et utiles pour la réalisation d'une excursion d'une journée.

Nos Guides 365.be

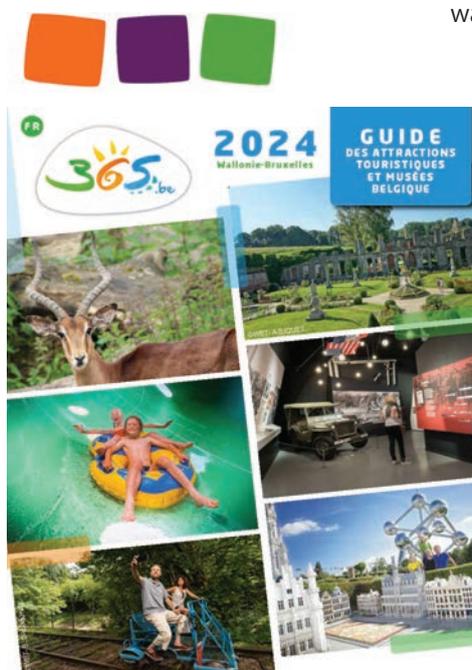
Nous éditons deux Guides 365.be, un premier reprenant l'offre de Wallonie-Bruxelles et un second reprenant des coupons de réductions. Ces guides offrent un effet "kaléidoscope" qui permet, en consultant leurs pages, d'embrasser du regard une multitude d'attractions touristiques d'une même région. Seules les attractions touristiques membres de notre asbl peuvent se retrouver dans ces Guides. Ils sont soutenus par la SNCB et la STIB qui sont nos partenaires privilégiés. Nous avons pu également compter sur le soutien de l'association de Belgium Battlefield of Europe.

Guide 365.be Wallonie-Bruxelles

Le Guide 365.be réalisé en 4 versions linguistiques reprend l'offre en attractions touristiques de la Wallonie et de Bruxelles dans un seul et même guide.

Guide 365.be coupons

Ce Guide 365.be Coupons Wallonie-Bruxelles a été réalisé avec le soutien de la Wallonie. Il est doté de coupons de réductions utilisables en caisse ou en ligne ce qui permet de mesurer l'efficacité de la distribution. Pour la 3^e année consécutive, les réductions accordées pour le Guide coupons par nos membres wallons ont été étendues à l'action du Pass VISITWallonia.



591.510 ex.

Une diffusion large dans toute la Belgique et à l'étranger !

Via les OT, SI, MT en Wallonie et à Bruxelles et d'autres points

Via les attractions touristiques et les musées

Via le réseau FHS en France et auprès de certains OT & SI

Via les attractions touristiques et les musées, les OT, SI et campings en Flandre

Via le réseau touristique BHS.media en Belgique



38° ÉDITION DU GUIDE !

Présentation aux visiteurs d'un événement à l'OTAN le 19 septembre

Cette 12^e édition, a été tirée à 249.780 exemplaires et distribué de la façon suivante:

- 110.500 ex. dans 151 enseignes Intermarché;
- 102.355 ex. dans 162 hébergements de Wallonie;
- 16.000 ex. aux abonnés de Moustique;
- 13.025 ex. via d'autres canaux ;
- et le solde via notre association et VISITWallonia.

Nos actions de promotion par marché

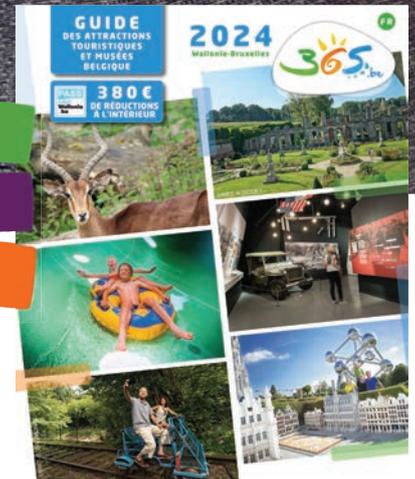
Nous avons participé à diverses activités, dont certaines avec le Club Loisirs de VISITWallonia, qui nous ont permis de mettre en avant le Guide 365.be et nos attractions tout au long de l'année :

- Carrefour des Attractions le 27 mars ;
- Oostend voor Anker du 23 au 26 mai ;
- Rencontres Internationales des Cerfs-volants de Berck-sur-Mer du 20 au 28 avril ;
- Bienvenue au siège de l'OTAN le 19 septembre.

Marché des CSE

Notre association soutien ses membres sur ce marché spécifique pour groupes en France, en proposant des tarifs négociés sur différents salons CSE.

1.949
coupons
utilisés



Près de 110.000 € de chiffre d'affaires !

30 % d'utilisation pour l'achat en ligne

Les meilleurs taux de retour sont à mettre au compte des hébergements puis d'Intermarché !

En collaboration avec le Club Loisirs de VISITWallonia, nous avons proposé un village belge sur le salon de Lille et participé aux Rencontres des Grands CSE au Puy du Fou du 28 au 30 juin.

Nos actions en partenariat

Notre association collabore également avec divers partenaires médias comme VivaCité et France Bleu Nord. Cela a permis de parler 431 fois de nos attractions en radio sur VivaCité (Viva WE, les Ambassadeurs, le Beau Vélo de RAVeL, Viva+ et VivaCité Luxembourg Matin) et 131 fois sur France Bleu Nord. Cette visibilité est accordée en mettant 4 entrées gratuites à disposition.



Notre site web 365.be

Le site web a accueilli environ 175.000 visiteurs, soit une progression de 3 %. Un peu plus de 75 % des visiteurs proviennent de Belgique dont 80 % de Wallonie et Bruxelles, une audience donc très francophone. La France représente 7 % de la fréquentation annuelle, suivie de l'Allemagne et des Pays-Bas. L'audience a basculé vers une consultation majoritairement « mobile » avec 64 % de consultations via smartphone, et principalement Apple. La consultation des pages est concentrée sur nos attractions touristiques, à près de 60 %. Le Guide a été téléchargé près de 1.500 fois. L'accès au site s'est fait pour 25 % des visites par accès direct et le reste via les moteurs de recherche.

Utilisation de webservices avec VISITWallonia et visit.brussels

Ces webservices servent à alimenter notre site web. C'est le cas des événements proposés qui proviennent de VISITWallonia pour la Wallonie et de visit.brussels pour Bruxelles. Nous fournissons à VISITWallonia les jours d'ouverture de nos attractions touristiques.

Notre web-app 365.be

La Web-App atteint près de 21.200 utilisateurs soit une progression de près de 32 % ! L'accès s'y fait à 55% en accès direct. Le reste du trafic provient de notre site web. Les utilisateurs sont à 87 % Belges dont 85 % de Wallons et Bruxellois. Suivent les Français, les Néerlandais et les Allemands..



300 visiteurs

POUR LA 15^e ÉDITION DU WORKSHOP

Organisé le samedi 16 novembre, aux Lacs de l'Eau d'Heure, en collaboration avec VISITWallonia – marchés belges - et la FBAA. Les autocaristes, leur service commercial et leurs clients ont pu découvrir l'offre touristique des Lacs de l'Eau d'Heure avec le bus amphibie du Crocodile Rouge ou la visite du plus grand barrage de Belgique ! Certains ont aussi eu l'opportunité de visiter l'Espace Arthur Masson à Treignes et d'y suivre une animation originale sur l'école d'autrefois. D'autres ont visité la Distillerie de Biercée à la découverte des distillats, notamment de l'Eau de Villée. Il y a eu également la visite, riche en émotions, du Bunker d'Hitler à Bruly-de-Pesche.

Nos réseaux sociaux

Nous sommes suivis par 463 personnes sur Facebook, ce qui a généré 2.338 vues et 3.718 visites. Sur Instagram, ce sont 476 personnes qui suivent nos contenus, ce qui a généré 2.986 vues et 573 visites.

Notre newsletter 365.be

Nous avons réalisé nos premières newsletters cette année, à destination de la clientèle francophone principalement. Un total de 6 newsletters a été réalisé entre juin et décembre. Le taux d'ouverture de ces newsletters est excellent avec un score de 41,32 % !

Workshop 365.be

Notre association a organisé comme chaque année, une journée à destination de la clientèle groupes. Les autocaristes de Belgique invitent leurs clients responsables

d'associations à une journée de découverte au cours de laquelle, ils participeront à un Workshop rassemblant une cinquantaine d'attractions touristiques qui viennent présenter leurs idées d'excursions en groupes.

Chèques cadeaux WBI

Nous avons eu l'opportunité de faire réaliser 400 chèquiers dans le cadre de la Présidence belge de l'Union européenne, et cela en collaboration avec Wallonie-Bruxelles International. Ces chèquiers étaient composés de 5 chèques de 10 €. Ils ont été remis à des participants lors de différentes activités organisées dans le cadre de cette présidence. Les chèques étaient accompagnés d'un livret de présentation des attractions touristiques de Wallonie. Au final, 373 chèques ont été utilisés par les bénéficiaires de ces derniers et cette opération a été complètement financée par Wallonie Bruxelles International.



Nos actions de défense sectorielle

Notre association défend ses membres dans diverses matières, qu'elles soient touristiques, économiques ou sociales. Nous y portons la voix des gestionnaires du secteur.

Les commissions paritaires

333, 329.02 ET 329.03

Ces organes de concertation au niveau fédéral ou communautaire sont essentiels dans la gestion des attractions touristiques, ils vont déterminer le cadre sectoriel de fonctionnement.

Le secteur des attractions dépend de différentes commissions paritaires. Notre association est active pour la CP 333 compétente pour le secteur privé et pour la CP 329 (02 & 03) compétente pour les ASBL.

CP 333

L'ASBL ATTA qui regroupe en son sein Attractions et Tourisme, Koepel van Attracties en Musea et Belgoparks, est l'interlocuteur patronal à la Commission Paritaire 333. Notre ASBL est en charge de la gestion de ATTA mais également du Fonds Social sectoriel.

Commission Paritaire 333

La CP 333 s'est réunie plusieurs fois en cours d'année pour finaliser les derniers détails de l'accord sectoriel 2023-2024, avec la signature de 8 conventions collectives de travail (CCT). Elle s'est également réunie pour évoquer en groupe de travail 2 dossiers importants pour le secteur : la mise en place éventuelle d'un chômage touristique spécifique et la pénibilité pour les travailleurs du secteur. Ces groupes de travail n'ont pu aboutir à une position commune à la fin de l'année.





COMMISSION PARITAIRE 333

Au total 35 membres de notre association dépendent de cette commission paritaire. Ils totalisent ensemble plus de 800 ETP.

Fonds Social des Attractions Touristiques

Le Fonds Social est en charge de 2 matières : la formation des entreprises du secteur et la prime syndicale.

Pour cette dernière, la matière est confiée pour des raisons de RGPD au Fonds Horeca avec lequel nous collaborons. Pour la formation, 18 entreprises dont 17 de Wallonie et 1 de Bruxelles, toutes membres de notre association ont eu recours au Fonds, en 2024. Un total de 65.191,87€ leur a été accordé. Le solde non dépensé sera reporté sur le budget 2025 et versé dans un « pot commun ».

CP 329.02 & CP 329.03

Notre représentation à la Commission paritaire pour le secteur socioculturel, est effectuée via la Confédération des Employeurs du Secteur SocioCultuel, la CESSoC. Nous disposons d'un mandat effectif en CP 329.02, et de mandats au sein de différents fonds. Cette représentation s'effectue en collaboration avec l'ASBL Musées et Société en Wallonie. Très peu de conventions collectives de travail sont applicables à notre secteur au sein de ces deux commissions paritaires. En 2024, deux CCT ont été signées relatives au reclassement professionnel et aux cotisations au Fonds 4S.

Fonds Maribel

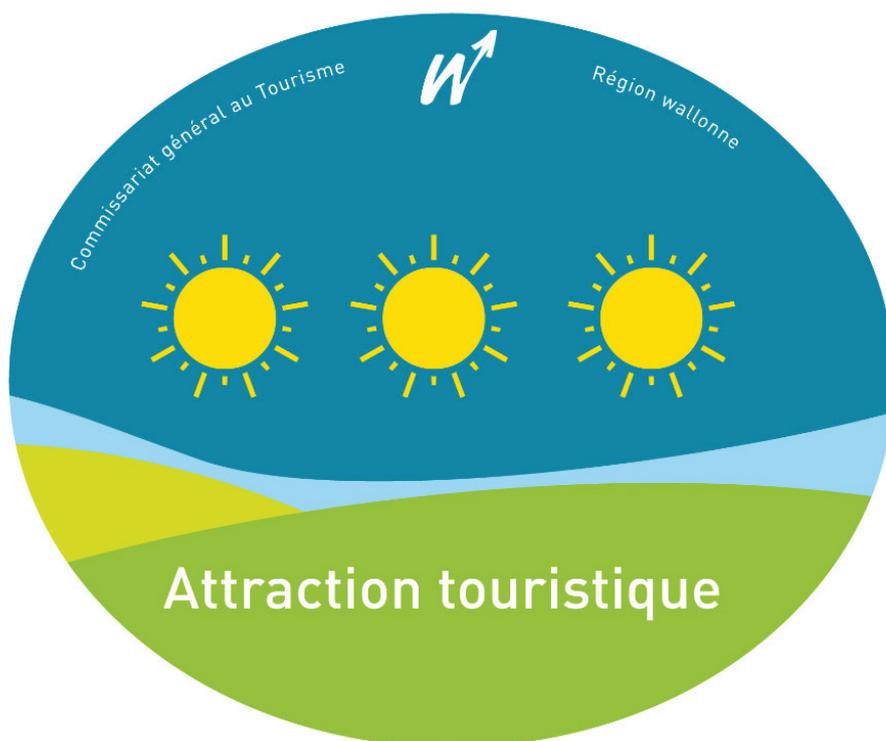
L'année écoulée a été consacrée à la création d'emploi dans le cadre d'une attribution exceptionnelle, suite à la réforme APE qui a vu les recettes du Fonds Maribel augmenter de 65 % ! Notre secteur a pu bénéficier de 13 emplois, dont 2 à temps plein, 10 à mi-temps et un emploi à 1/3 temps. Le plafond d'intervention a augmenté une 1^{ère} fois le 1^{er} janvier 2024, à 50.850 € par ETP (+ 16%) et puis, une 2^e fois, à titre exceptionnel, à 53.850 € par ETP.

Fonds 4S

Au cours de l'année, 56 membres ont fait appel au Fonds 4S pour un montant d'aide de 68.065,03 € répartis en 85 dossiers :

- 15 demandes pour le catalogue de formation ;
- 30 demandes pour l'accès aux formations des centres conventionnés (quasiment 100 % via le Centre de Compétence FOREM Tourisme) ;
- 33 demandes de formation en clé sur porte
- 7 demandes de formation sur mesure.

Soit un total de 236 travailleurs formés avec l'aide du Fonds 4S !



Diagnostic de fréquentation et analyse micro-économique des attractions touristiques en Wallonie

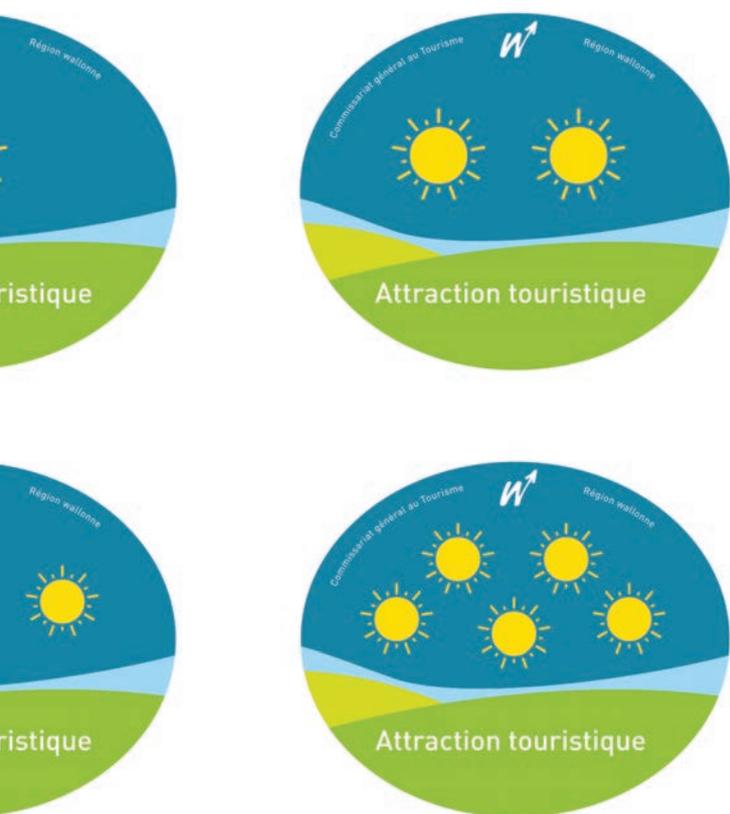
Notre association, en étroite collaboration avec le Commissariat général au Tourisme et VISITWallonia, a mis en place une série d'initiatives visant à mieux appréhender la situation de notre secteur d'activités. Tout a commencé avec le diagnostic de la fréquentation des attractions touristiques. Nous disposons de données depuis 2004 sur un échantillon de 219 attractions touristiques ; ces données concernent non seulement la fréquentation, mais aussi l'origine des visiteurs. Parallèlement, notre association collecte des informations financières d'un échantillon représentatif de 69 attractions touristiques ! C'est ce travail important qui a été réalisé cette année.

Présentation des résultats par finalité

Nous avons mis en place des réunions regroupant les attractions des finalités 2 et 3, afin de leur présenter plus en détail les données les concernant et permettre de la sorte, un échange entre attractions de la même finalité. C'est l'occasion de leur remettre leurs données propres et ainsi avoir un retour plus direct de nos membres.

Élaboration d'un pool d'attractions de remplacement, en cas défaillance d'une attraction de l'échantillon de référence et ajout de certaines nouvelles attractions

L'objectif a été de déterminer d'une part un pool de remplacement sur base des attractions qui faisaient partie de l'échantillon initial et qui ont déjà fourni des données pour certaines années (2014 à 2018 principalement). Et d'autre part élargir à certaines attractions importantes dans les différentes finalités, voire en ajouter des nouvelles dernièrement ouvertes.



Document de synthèse pour diffusion générale

Trois réunions du Comité Technique de l'analyse micro-économique se sont tenues sur ce sujet afin d'évaluer les réunions par finalités et de préparer le travail pour la réalisation d'une synthèse en donnant un cadre global.

Autorisation & classement des attractions touristiques en Wallonie

Notre association continue de motiver ses membres à se faire reconnaître dans le cadre d'une autorisation officielle, notamment lors de contacts individuels ou lors de nos réunions sectorielles. Au total, en Wallonie on dénombre 189 attractions touristiques autorisées dont 82 % sont membres de notre association. Les subsides engagés en 2024 pour les attractions touristiques autorisées se sont élevés à 580.000 € pour 26 dossiers introduits. La Wallonie a donc investi dans notre secteur pour l'aider à se professionnaliser.

Au niveau législatif, le projet de décret pour un nouveau Code wallon du Tourisme, de la Ministre du Tourisme a poursuivi son parcours.

155

ATTRACIONS TOURISTIQUES AUTORISÉES EN WALLONIE MEMBRES DE NOTRE ASSOCIATION

Soit 70 % des attractions touristiques membres de notre association ont déjà obtenu leur autorisation et un classement en soleils de 1 à 5.

Nous avons été attentifs aux évolutions du texte, suite à son passage en 2^e lecture au Gouvernement wallon. Nous avons organisé des rencontres informelles en vue de sensibiliser la Ministre, mais aussi d'autres interlocuteurs du monde politique sur les besoins et les attentes de notre secteur dans le cadre de cette nouvelle législation. Une seule réunion du Comité Technique des Attractions Touristiques s'est tenue. L'objet de cette réunion a été la demande d'avis sur le projet de grille de certification dans le cadre de la réforme du Code wallon du Tourisme.

Conseil du Tourisme

Le Gouvernement doit demander l'avis du Conseil du Tourisme sur tout avant-projet de décret et projet d'arrêté réglementaire dans le domaine du tourisme. Ce Conseil donne, soit de sa propre initiative, soit à la demande du Gouvernement, des avis sur la politique touristique en général et sur toute proposition de décret relatif à la matière du tourisme qui serait déposée au Parlement wallon. Le Conseil du Tourisme s'est réuni 2 fois au cours de l'année écoulée, essentiellement, afin d'y évoquer le Code wallon du Tourisme.

Nos actions de professionnalisation du secteur

L'association a été attentive tout au long de l'année à sensibiliser ses membres sur divers enjeux de professionnalisation du secteur : que ce soit la digitalisation, le tourisme durable mais également l'analyse de l'évolution touristique, notre ASBL a souhaité donner les informations utiles à ses membres.



Notre association a continué à informer et à soutenir ses membres par une information régulière, notamment au travers de 23 newsletters spécifiques selon la fonction des collaborateurs dans les attractions. Les thématiques étaient, par exemple : les enjeux de la digitalisation, de la commercialisation sur différents marchés en Belgique et à l'étranger, des enquêtes spécifiques.

La digitalisation du secteur

La digitalisation a continué d'occuper une place importante dans la vie de l'association au cours de l'année : tant pour le remplacement du POS par le BSB, que par l'ORC d'elloha ou encore à travers mon Bagage Numérique.

BSB

Au total, 10 réunions de travail se sont tenues avec Adibox en vue de la mise en place de cette nouvelle solution de billetterie/statistiques, soutenue par Digital Wallonia. Parmi ces réunions, l'une concernait la nécessaire liaison entre elloha et le BSB. Ce point a fait l'objet d'une réunion spécifique avec VISITWallonia.

Nous avons eu également l'occasion de faire le point avec elloha lors des Wallonia E-commerce Day afin d'évoquer avec eux la passerelle technique à mettre en place. Nous avons déterminé un échantillon de référence qui servira pour la solution test. À ce stade 6 attractions touristiques se sont lancées dans les phases de développement du produit.

ORC d'elloha

Nous continuons d'assurer un soutien à nos membres dans la gestion de l'ORC, notamment par une assistance par mail ou par téléphone. Nous avons assuré une formation de 1/2 journée à Blegny-Mine afin de les aider dans la gestion quotidienne de l'ORC, mais aussi afin de les aider à mettre en place la meilleure stratégie de vente en ligne sur leur site web. Nous avons incité nos membres à participer à 2 webinaires proposés par VISITWallonia via des newsletters. Nous avons également coanimé un webinaire sur la mise à jour des tarifs et du calendrier 2024. Nous avons aidé VISITWallonia dans leur communication aux attractions afin de mieux cibler les personnes-ressources dans les attractions.

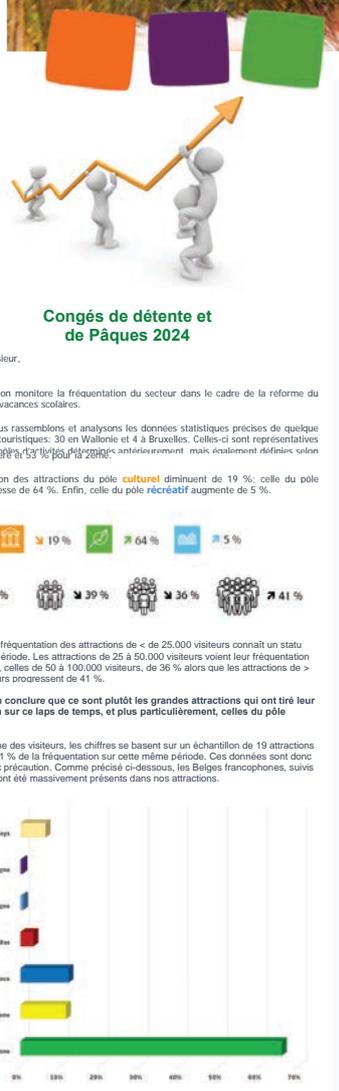
Nous avons participé par ailleurs à la soirée des adhérents de l'ORC ainsi qu'aux Wallonia E-Commerce Day..

Mon Bagage Numérique

Nous avons co-animé un webinaire sur « Mon Bagage Numérique ». Lors du Colloque d'Automne, nous avons permis à VISITWallonia de présenter les outils de vente en ligne auprès de nos membres présents. Nous avons aussi laissé un temps de parole au Commissariat général au Tourisme pour présenter l'évolution de la plateforme numérique et de Mon Bagage Numérique. Une communication complémentaire a été faite à l'ensemble des membres, dans la foulée du Colloque. Nous avons également participé à la session de débriefing de l'opération de Mon Bagage Numérique qui a permis d'évaluer les résultats engrangés par le projet, notamment dans notre secteur.

Baromètres dans le cadre de la réforme des rythmes scolaires

Nous avons continué l'enquête sur l'impact du nouveau calendrier des vacances scolaires. Dans un 1^{er} temps, l'enquête a permis d'analyser les périodes des vacances d'Hiver, du Congé de détente, des Vacances de Pâques de la Flandre et du Congé de Printemps. Les résultats de ces baromètres ont fait l'objet d'une newsletter aux membres. Le taux d'ouverture de celle-ci a été de 53 %, soit un taux très élevé. Ensuite, nous avons travaillé sur une analyse détaillée sur les 8 premiers mois de l'année incluant les données chiffrées d'un échantillon de 29 attractions sur les congés et sur les mois concernés. Cette analyse a été rendue possible grâce au soutien de l'Observatoire wallon du Tourisme et à l'Observatoire de Bruxelles. Enfin, une méthodologie et un calendrier ont été mis en place avec VISITWallonia afin d'obtenir des tendances pour la presse durant quelques périodes clés de l'année. Nous avons fourni des informations à deux reprises durant l'été, pour le congé d'automne ainsi que pour les vacances d'hiver avec un échantillon plus léger et très réactif.



6

**C'EST LE NOMBRE DE
BAROMÈTRES RÉALISÉS
EN 2024**

Avec 29 attractions
participantes en Wallonie et 4 à
Bruxelles.



Tourisme durable

Notre association est attentive à ces enjeux du tourisme durable. Ils sont par ailleurs inscrits dans la vision touristique de la Wallonie à l'échéance de 2023. Nous avons dans nos axes de réflexion et d'actions, outre la gestion des déchets, une réflexion plus importante sur l'impact du dérèglement climatique pour nos attractions.

Fost Plus

L'équipe d'Attractions et Tourisme a été formée le 27 février en vue de la mise en place des formations spécifiques pour les membres de l'ASBL. Les formations pour ces derniers n'ont pas été mises en place suite à la surcharge de travail des équipes en place dans l'attente de l'arrivée d'une nouvelle direction générale. Nous avons prévu de démarrer ces formations avec les attractions touristiques de la province de Luxembourg afin d'étendre le projet vers d'autres provinces.

Actions d'information

Notre ASBL a multiplié en 2024 les canaux d'informations pour ses membres au travers de son site web pro, de ses newsletters ou encore au travers de la page LinkedIn.

Des newsletters pour les membres qui font sens

Nous avons un taux d'ouverture d'une moyenne de 43 % sur les 23 newsletters de l'année. Ce qui constitue un très bon taux, puisque l'on considère la moyenne de 15 à 25 % ! Cela signifie que ces contenus sont appréciés!



130

C'EST LE NOMBRE DE PARTICIPANTS À CE 36^e COLLOQUE D'AUTOMNE

Nous avons été accueillis sur place par Son Altesse le Prince de LIGNE ainsi que Son Altesse le Prince Henri de LIGNE dans cette superbe demeure que cette famille occupe depuis la fin du 14^e siècle. Nous avons pu également compter sur la présence de la représentante de la Ministre du Tourisme, Madame Laurence GOURGUE, responsable de la Cellule Tourisme.

La page Lindekln

Notre association est active également sur LinkedIn, ce qui lui permet de toucher ses membres et les personnes qui s'intéressent à notre secteur d'activités. Un peu plus de 550 personnes suivent notre profil professionnel. Nous relayons sur ce réseau principalement l'activité de l'ASBL tout au long de l'année tels que les participations aux foires et salons, l'Assemblée générale, le Colloque et le Workshop 365.be. Le taux d'engagement est de 12,3% ce qui constitue aussi un très bon score.

Formations

Outre le Colloque d'Automne organisé pour la 36^e fois, notre association veille à former ses membres dans différentes thématiques.

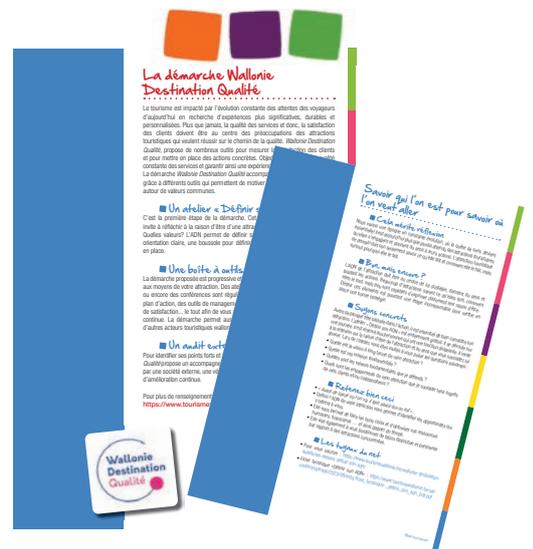
Wallonie Destination Qualité

Nous avons mis en place une série d'actions visant à soutenir cette démarche : réalisation puis diffusion de fiches pratiques et mise en place d'ateliers « ADN » réservés spécifiquement aux attractions touristiques.

Nous avons réalisé 3 newsletters en ciblant des attractions n'ayant pas suivi les ateliers à travers la Wallonie. Au final 2 ateliers ont permis la formation d'une quinzaine d'attractions touristiques.

Fiches pratiques

Nous avons actualisé les fiches pratiques "Wallonie Destination Qualité" et ajouté de nouvelles fiches sur cette démarche.





Bilan au 31 décembre 2024

	au 31/12/2024
Fonds propres 1 ^{er} janvier	148.287,07 €
Solde de l'exercice	8.925,74 €
FONDS PROPRES	157.212,81 €

	au 31/12/2024
Fournisseurs à payer et factures à recevoir	98.389,05 €
Dette fiscales, salariales & sociales	28.432,39 €
Recettes à reporter	43.358,01 €
Réserves disponibles	53.442,16 €
DETTES	223.621,61 €

TOTAL PASSIF	380.834,42 €
---------------------	---------------------

	au 31/12/2024
TRESORERIE	127.422,05 €

	au 31/12/2024
Clients & factures à établir	77.842,88 €
Subsides & produits à recevoir	144.158,58 €
Charges à reporter	13.735,18 €
Stocks	4.837,14 €
Immobilisations	12.838,59 €
CREANCES	253.412,37 €

TOTAL ACTIF	380.834,42 €
--------------------	---------------------



Comptes 2024

Programme d'actions

2025 Chaque époque porte en elle des défis et des opportunités. La nôtre ne fait pas exception. Les transformations qui s'accroissent dans notre secteur nous obligent à regarder loin, à anticiper, à nous adapter, mais surtout à agir avec intelligence et audace. Notre secteur est animé par une passion, une énergie et une volonté exceptionnelles. C'est cette force collective qui doit nous guider, pour ne pas subir l'avenir, mais le construire ensemble. L'année 2025 marque un tournant : elle nous oblige à répondre aux mutations en cours tout en préparant activement l'avenir. Car si nous devons bien sûr agir sur l'immédiat, nous devons aussi prendre de la hauteur. Quels modèles économiques pour nos attractions demain ? Quels changements dans les attentes des visiteurs ? Comment repenser l'offre touristique en Wallonie et à Bruxelles dans un monde en perpétuelle évolution ? Il ne s'agit pas de prédire l'avenir, mais de l'influencer, en identifiant collectivement nos priorités et nos leviers d'adaptation. C'est avec cette vision que nous abordons 2025, en plaçant, comme toujours, l'ASBL Attractions et Tourisme au service de ses membres, en tant que soutien actif et partenaire de référence. Notre ambition est claire : être un acteur structurant, qui accompagne les évolutions du secteur, fédère les initiatives et crée les conditions favorables à un développement touristique solide et durable. Le tout au travers de 4 axes stratégiques.



Valoriser et promouvoir nos attractions

Nos outils phares – la plateforme 365.be et le Guide 365.be – resteront au cœur de notre stratégie de visibilité, assurant à nos membres une présence forte et cohérente sur le marché. Nous renforcerons également nos actions sur les marchés clés, tout en consolidant nos collaborations stratégiques avec la SNCB, la STIB et les médias afin d'optimiser la portée de nos campagnes et d'augmenter l'attractivité du secteur. Dans un monde où la communication évolue sans cesse, nous investissons également dans une approche plus ciblée et dynamique des réseaux sociaux, notamment via des collaborations avec des créateurs de contenu et des influenceurs, afin d'inspirer et d'attirer de nouveaux publics.

Accompagner nos membres avec des outils concrets et performants

L'adaptabilité est un enjeu majeur pour les attractions touristiques. C'est pourquoi nous poursuivons notre analyse micro-économique, essentielle pour fournir des données précises et permettre aux attractions d'ajuster leurs stratégies en fonction des évolutions du marché.

Nous accompagnerons également nos membres dans leur transformation numérique et organisationnelle, notamment via l'optimisation des outils de l'ORC et du BSB, qui faciliteront la gestion de la billetterie et l'analyse des flux touristiques. Enfin, nous proposons un cadre structuré et bienveillant d'accompagnement, permettant à chaque attraction de réfléchir à son modèle économique, d'optimiser ses ressources et d'identifier de nouvelles opportunités, tout en préservant sa mission et son identité.

Défendre et représenter les intérêts du secteur

Dans un contexte en constante évolution, la défense du secteur est plus essentielle que jamais. Notre engagement ne se limite pas à porter la voix des attractions auprès des instances régionales et nationales ; nous voulons aussi renforcer nos synergies avec les autres associations du secteur, afin de structurer un plaidoyer concerté, cohérent et plus influent. Grâce à nos analyses stratégiques et notre dialogue avec les autorités publiques, nous serons en mesure de proposer des recommandations adaptées et constructives, garantissant un cadre réglementaire et économique favorable à la pérennité et au développement de nos membres.



Transformer durablement nos attractions pour garantir leur avenir

Le tourisme de demain devra conjuguer performance économique et responsabilité environnementale. Nous accompagnerons nos membres dans une transition réfléchie, en développant des solutions adaptées pour réduire l'impact environnemental des attractions en partenariat avec des acteurs spécialisés. Ceci permettra d'encourager des pratiques touristiques durables, en phase avec les attentes du public et les politiques de développement. En explorant de nouveaux modèles de diversification et d'adaptation aux défis climatiques et structurels, nous renforcerons la résilience économique des attractions et construirons ensemble l'avenir de notre secteur.

L'ASBL existe par et pour ses membres. Sa force, c'est celle du collectif, de la diversité des acteurs qui la composent et de la dynamique que nous insufflons ensemble. Depuis toujours, notre association est bien plus qu'un simple organe de représentation : elle est un point d'ancrage, un espace de dialogue et un levier de développement, qui évolue avec son temps et avec ceux qui la font vivre. Aujourd'hui, alors que les attentes des visiteurs, les modèles économiques et les outils de promotion se transforment, nous avons la responsabilité d'anticiper, d'échanger et de construire une vision claire pour l'avenir. Comment pouvons-nous, ensemble, faire évoluer notre ASBL pour qu'elle continue à être un soutien fort et un moteur de développement pour chacun ? Quels outils, quelles stratégies et quelles innovations devons-nous activer dès aujourd'hui ? Nous ne prétendons pas apporter des réponses toutes faites. Nous lançons un processus de réflexion collective, où chacun aura un rôle à jouer. Car l'avenir ne se décrète pas seul : il se construit dans l'échange, la concertation et la volonté partagée d'évoluer, à notre rythme et en cohérence avec nos valeurs. Nous avons tout en main pour faire de 2025 une année d'opportunités et de réussite, et pour poser ensemble les bases d'un tourisme plus fort, plus agile et plus durable à l'horizon 2030.



Programme d'actions 2025



Version complète



Valoriser et promouvoir nos attractions

La mise en valeur de nos attractions touristiques ne se limite pas à une question de visibilité ; elle doit être pensée comme une stratégie globale d'attractivité, combinant promotion, innovation et intelligence de marché. L'ASBL veillera à renforcer les outils existants tout en adaptant ses actions aux évolutions des comportements des visiteurs et aux nouvelles tendances numériques. L'enjeu est clair : déployer une communication ciblée, efficace et porteuse de valeur pour l'ensemble de nos membres, en s'appuyant sur des partenariats stratégiques et des dispositifs performants.

La plateforme 365.be

TOUTES NOS ACTIONS DE PROMOTION S'ARTICULERONT AUTOUR DE LA PLATEFORME 365.be...

...qui regroupe le Guide 365.be

Wallonie-Bruxelles dans sa version de base et sa version coupons, le site 365.be, la Web-App 365.be. Cette palette d'outils est destinée à tous les visiteurs des attractions touristiques en Belgique et à l'étranger, sur les marchés prioritaires !

Nos Guides 365.be

Le premier reprend l'offre de Wallonie-Bruxelles et le second reprend des coupons de réductions. Tous deux offrent un effet "kaléidoscope" qui permet, en consultant leurs pages, d'embrasser du regard une multitude d'attractions touristiques d'une même région. Ils reprennent l'offre en attractions touristiques de la Wallonie et de Bruxelles dans un seul et même guide. Ils sont soutenus par la SNCB et la STIB qui sont nos partenaires privilégiés.

Guide 365.be Wallonie-Bruxelles

Le Guide 365.be, 39^e édition, sera réalisé en 4 versions linguistiques à 585.010 exemplaires.

Guide 365.be coupons

Ce Guide 365.be Wallonie-Bruxelles, 13^e édition, sera doté de coupons de réductions utilisables en caisse ou en ligne ce qui permet de mesurer l'efficacité de la distribution. Pour la 4^e année consécutive, les réductions accordées par nos membres wallons ont été étendues à l'action du Pass VISITWallonia.

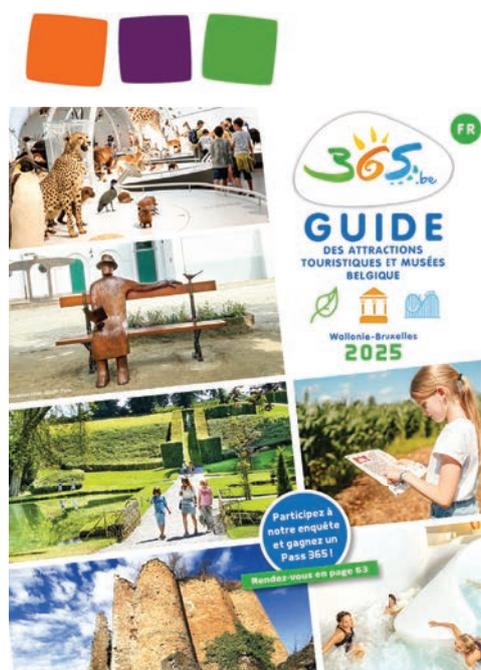
Nos actions de promotion par marché

Nous participerons à diverses manifestations, dont certaines avec le Club Loisirs de VISITWallonia :

- Carrefour des Attractions le 27 mars ;
- Oostend voor Anker du 22 au 25 mai ;
- Rencontres Internationales des Cerfs-volants de Berck-sur-Mer du 12 au 21 avril...

Marché des CSE

Notre association soutiendra ses membres sur ce marché pour groupes en France, en proposant des tarifs négociés sur différents salons CSE. En collaboration avec le Club Loisirs de VISITWallonia. Nous organisons un village belge sur le salon de Metz et proposons à nos membres de participer à de nouveaux salons organisés par les cinémas CGR.





Enquête 365.be

Madame, Monsieur,

Merci de prendre quelques minutes pour répondre à cette enquête. Votre participation nous permettra de mieux connaître les utilisateurs du Guide 365.be et d'orienter le développement de notre offre éditoriale.

Cette enquête est anonyme, ne dure que quelques minutes et vous offre l'opportunité de gagner un Pass 365.be en répondant à deux questions (en fin de questionnaire) !

Deux Pass sont à gagner chaque mois, entre mars et novembre 2025. Ils sont valables pour 1 personne et donnent accès à près de 200 attractions touristiques en Wallonie et à Bruxelles, du 01.04.2025 au 31.03.2026 !

Les gagnants seront avertis par e-mail.

Merci d'avance de votre participation !

* Indique une question obligatoire

**UNE ENQUÊTE
POUR MIEUX
CONNAÎTRE
LES ATTENTES
DE NOS
UTILISATEURS !**

Nos actions en partenariat

Notre association poursuivra sa collaboration avec divers partenaires médias comme VivaCité et ici Nord assurant une belle visibilité dans des émissions telles que Viva WE, les Ambassadeurs, le Beau Vélo de RAVeL, Viva+ ou VivaCité Luxembourg Matin.

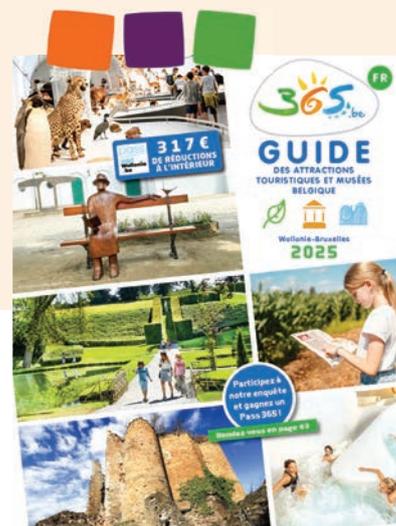
Nos outils digitaux

Notre association poursuit toujours l'objectif de voir progresser le nombre de visiteurs sur son site 365.be ainsi que sur sa Web-App en faisant évoluer ses outils. Nous renforcerons notre communication sur les réseaux sociaux avec une nouvelle stratégie de contenus. Nous continuerons également la diffusion de newsletters en étoffant notre base de données, et en analysant de façon plus précise, les retours et la qualité des contacts. Nous mettrons aussi en œuvre une stratégie qui incitera les consommateurs « digitaux » à se tourner vers l'ensemble de nos outils en ligne, créant ainsi du lien entre le site, la Web-App, nos newsletters et nos réseaux sociaux.

Collaborations avec des créateurs de contenu et influenceurs

Nous travaillerons avec des créateurs de contenu et influenceurs spécialisés dans le voyage, le loisir et la culture. Ces partenariats seront construits dans un cadre structuré et cohérent avec l'image de notre marque, en veillant à sélectionner des ambassadeurs pertinents, engagés et en phase avec notre positionnement.

**215.415
exemplaires**



161 attractions participantes ! 317 € de réductions !

98.940 ex. dans 158 hébergements en Wallonie

95.250 ex. dans 157 enseignes Intermarché

le solde via notre association, VISITWallonia
et d'autres points de diffusion

Afin de garantir l'efficacité de cette stratégie digitale, nous mettrons en place un suivi précis des performances de nos actions. Cette approche nous permettra de faire évoluer notre stratégie en fonction des tendances et des opportunités, tout en assurant une présence digitale dynamique et impactante.

Workshop 365.be

Nous mettrons en place, en collaboration avec VISITWallonia et la FBAA, la 16^e édition de notre Workshop. Ce dernier se tiendra le samedi 15 novembre. L'objectif sera de préparer la saison 2026 à destination de la clientèle de groupes belges, mais aussi du Grand-Duché du Luxembourg. Nous souhaitons également tester le marché allemand, notamment en approchant l'un ou l'autre autocariste afin de voir s'ils ont un intérêt à participer à une telle journée.

Défendre et représenter les intérêts du secteur

L'ASBL a toujours été un porte-voix engagé pour le secteur, défendant ses intérêts auprès des instances publiques et contribuant à l'élaboration de politiques adaptées aux réalités des acteurs du terrain. Aujourd'hui, nous voulons aller plus loin : renforcer les synergies avec les autres associations du secteur touristique afin de porter ensemble une voix de façon encore plus forte et plus influente. En unissant nos forces et en menant un plaidoyer concerté, nous garantirons un cadre réglementaire, social et économique propice au développement du secteur, tout en préservant la diversité et la richesse des attractions qui façonnent l'identité touristique de notre territoire.

Certification des attractions touristiques en Wallonie

Le Code wallon du Tourisme entrera en vigueur au 1^{er} juillet de cette année. Il s'agit d'un tournant pour le secteur puisque la classification en soleils ne sera plus reprise dans ce nouveau texte. Notre association déplore bien entendu cette suppression, car elle permettait aux attractions de s'auto-évaluer qualitativement et de se fixer des perspectives selon les principes de l'amélioration continue. Nous allons évidemment accompagner les prestataires dans la transition vers cette nouvelle législation impactante, qui remplace l'obtention d'une "autorisation" par l'obtention d'une "certification". Par ailleurs, un accompagnement s'avèrera tout aussi indispensable dans le cadre de l'évolution de la politique de subvention.

Unité d'établissement à Bruxelles

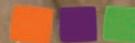
L'année 2025 sera consacrée à la redéfinition de nos actions à destination de nos membres bruxellois. Une réunion de travail rassemblant une majorité de membres permettra

de faire le point sur les besoins et attentes dans nos divers domaines d'actions. En fonction de la constitution du nouveau gouvernement bruxellois, et du programme à venir, nous serons attentifs à relayer auprès du Ministre du Tourisme, les besoins et attentes de nos membres. Enfin, la collaboration avec la STIB sera aussi renforcée pour s'étendre au-delà des seuls aspects promotionnels. L'objectif étant de pouvoir renforcer les synergies entre les attractions et la STIB en vue de favoriser l'usage des transports en commun pour se rendre dans les attractions.

CP 333

L'année 2025 verra se concrétiser un nouveau mode de fonctionnement avec une nouvelle commission sociale mise en place. Elle sera composée en partie de membres de la Commission Paritaire et en partie de responsables RH de diverses entreprises du pays. Ce mode de fonctionnement vise à renforcer la représentativité sectorielle, à améliorer l'efficacité opérationnelle du banc patronal, à consolider le dialogue social, à structurer nos interventions et à disposer d'un environnement de test pour valider les choix au départ du terrain.





Ce choix de réorganiser le banc patronal prend évidemment un sens particulier à la suite des élections fédérales et de l'accord de gouvernement qui en découle. Les nombreuses mesures proposées dans cet accord auront un impact certain pour le secteur. Il est donc primordial de se préparer aux enjeux de l'avenir. La deuxième partie de l'année sera aussi consacrée à la négociation de l'accord sectoriel 2025-2026. Des thématiques comme la flexibilité, la gestion des variabilités de volume d'activité, le bien-être au travail, la pénibilité, la pénurie de talents, l'attractivité des métiers, la diversité ou encore l'inclusion feront certainement partie des points de discussion des prochains mois.

Fonds Social des Attractions Touristiques

Nous continuerons de stimuler nos membres à utiliser les moyens mis à leur disposition par le Fonds pour la Formation des Attractions Touristiques. Pour rappel, le Fonds Social soutiendra les entreprises, grâce à la mobilisation des réserves du Fonds de formation ; pour ce faire, le montant disponible sera augmenté, pour les entreprises disposant d'un plan de formation, de 25 % en 2025.

CP 329.02 & CP 329.03

Notre représentation à la Commission paritaire pour le secteur socioculturel, est effectuée via la Confédération des Employeurs du Secteur SocioCulturel, la CESSoC.

Fonds 4S

Nous continuerons de stimuler nos membres à utiliser les moyens mis à leur disposition par le Fonds 4S. Cette année sera également consacrée à la mise en place d'un plan d'action 2026-2027. Une réflexion sera entamée au sein de la CESSoC afin de déterminer les besoins et les attentes des secteurs qui composent la CP 329.

Fonds Maribel

Le plafond d'intervention du Fonds de la CP 329.02 fera l'objet d'une indexation de 2%, plaçant ainsi celui-ci à 51.867 €. Suite à l'attribution réalisée en 2024 et au solde des moyens disponibles, il nous est possible d'allouer des emplois complémentaires pour le secteur, soit environ 5 postes à ½ temps. Ces emplois seront attribués dans la continuité des critères de sélection de l'année précédente, et sur base du reliquat des candidatures non-satisfaites.

1^{er} juillet 2025

**DATE D'ENTRÉE EN VIGUEUR DU CODE
WALLON DU TOURISME**

Un nouveau code qui voit disparaître le classement en soleils en Wallonie.



Accompagner nos membres avec des outils concrets et performants

Dans un secteur en mutation, chaque attraction a ses propres défis, son rythme et sa trajectoire. Plutôt que d'imposer des modèles, notre approche repose sur un accompagnement individualisé et évolutif, basé sur des diagnostics précis et des outils adaptés à chaque structure. En renforçant l'accès à l'expertise, en mettant en place des formations ciblées et des dispositifs d'accompagnement concrets, nous permettrons à ceux qui le souhaitent d'explorer de nouvelles perspectives, de diversifier leurs ressources et de s'adapter aux nouvelles exigences du marché. Notre rôle : être un facilitateur et un partenaire de confiance, apportant des solutions viables et réalistes à ceux qui en ressentent le besoin.



Notre association continuera d'informer et de soutenir ses membres par une information régulière au travers de newsletters ou de communication sur les réseaux sociaux professionnels (en fonction de la définition du poste des collaborateurs visés dans les attractions), par un accompagnement sur les enjeux de la commercialisation, de la digitalisation, sur les actions de promotion sur différents marchés tant en Belgique qu'à l'étranger, sur l'actualité sociale, sur le tourisme durable...

L'analyse micro-économique du secteur

Ce travail est réalisé en étroite collaboration avec Tourisme Wallonie et VISITWallonia. Depuis fin 2024, nous avons retravaillé ces indicateurs importants pour le secteur. Cet outil constitue un critère essentiel dans l'analyse du secteur. Il est pleinement révélateur de ses forces et faiblesses. Il est un outil d'appui stratégique non seulement pour nos membres d'abord, pour notre association ensuite, mais également pour les autorités publiques. On poursuivra la collecte des données auprès des 69 attractions. Les informations collectées nous

permettront de poursuivre notre analyse de l'évolution du secteur. Nous souhaitons également démarrer la collecte des données du pool d'attractions de remplacement et de prendre en considération de nouvelles attractions dans un échantillon à renouveler ultérieurement. Ce travail sera réalisé en étroite collaboration avec nos partenaires de Tourisme Wallonie et de VISITWallonia. Nous assurerons la communication des données des années 2014 à 2024 lors du Colloque d'Automne, à l'ensemble du secteur. Une communication individuelle vers les attractions touristiques participantes se fera au travers de réunions par finalité. Ces réunions seront organisées en cours d'année.

La digitalisation du secteur

La maturité numérique des attractions touristiques reste un point d'attention particulier dans notre secteur. On le constate dans nos échanges réguliers avec nos membres. Il faut reprendre le parcours au point de départ, c'est-à-dire convaincre les gestionnaires des attractions de l'intérêt de la vente en ligne ou du développement de leur stratégie digitale.

BSB

Notre association va poursuivre et finaliser la réalisation du nouveau programme destiné au secteur, en collaboration avec la société ADIBOX. Ce programme est d'une importance capitale pour nos membres et par « ricochet » pour l'ORC de VISITWallonia et l'Observatoire wallon du Tourisme puisque les attractions ont besoin d'une solution unique permettant la gestion de leur billetterie physique et en ligne. Cette solution répondra aux standards de qualité en termes de statistiques, de provenance des visiteurs....

ORC d'elloha

Notre ASBL continuera à inciter ses membres à adhérer à l'ORC qui leur permet de vendre en ligne leurs produits touristiques. Nous aiderons le personnel de ces attractions à l'utilisation de cet outil de commercialisation.

Mon Bagage Numérique

Nous sensibiliserons nos membres à utiliser les outils proposés par Tourisme Wallonie.

Actions d'informations et formations

Notre communication auprès de nos membres se fera au travers de nos newsletter, sur LinkedIn et sur notre site pro. Il y aura évidemment également le Colloque d'Automne qui permet la rencontre entre les opérateurs mais surtout d'informer le secteur sur différents sujets d'actualité. Notre association a toujours été attentive à créer des liens avec les écoles de tourisme.

Nous avons l'opportunité d'apprendre à des étudiants à mieux connaître le secteur lors de diverses activités : jobs day, cours dispensés en Haute École, conférences... Nous souhaitons, en 2025, accentuer ces collaborations en créant des espaces de dialogue et d'échanges avec les équipes éducatives, mais également les étudiants. C'est à cet endroit que se joue l'avenir des futurs professionnels du tourisme.

Analyse de la fréquentation & baromètres dans le cadre de la réforme des rythmes scolaires

Chaque année, nous présentons au secteur le bilan de la fréquentation de l'année écoulée. Ce travail est mené en étroite collaboration avec les Observatoires du Tourisme en Wallonie et à Bruxelles. En 2025, nous développerons un échantillon renouvelé dont l'objectif est de présenter entre les années 2014 et 2024, une situation incluant de nouvelles attractions qui n'étaient pas présentes dans nos précédents échantillons. Notre association continuera par ailleurs de mettre en œuvre un baromètre continu auprès de 34 attractions touristiques, dont 5 à Bruxelles et 29 en Wallonie. Ce travail nous permettra de suivre l'évolution de la fréquentation de nos attractions suite au changement du calendrier des vacances scolaires en Fédération Wallonie-Bruxelles.

PASSEPORT

Le Passeport Attractions et Tourisme sera réalisé à 7.000 exemplaires. Il permet aux travailleurs du secteur de partir à la découverte des réalités touristiques dans d'autres attractions !



Transformer durablement nos attractions pour garantir leur avenir

Le tourisme de demain devra conjuguer performance économique et responsabilité environnementale. Nous accompagnerons nos membres dans une transition réfléchie, en développant des solutions adaptées pour réduire l'impact environnemental des attractions en partenariat avec des acteurs spécialisés. Ceci permettra d'encourager des pratiques touristiques durables, en phase avec les attentes du public et les politiques de développement. En explorant de nouveaux modèles de diversification et d'adaptation aux défis climatiques et structurels, nous renforcerons la résilience économique des attractions et construirons ensemble l'avenir de notre secteur.

Les dynamiques économiques actuelles amènent les pouvoirs publics à redéfinir progressivement leurs mécanismes de soutien au tissu économique en Wallonie. Comme de nombreux secteurs, les attractions touristiques seront concernées par ces évolutions, qui s'inscrivent dans une volonté de rationalisation des aides publiques tout en maintenant un engagement fort en faveur du développement touristique.

Vers une transformation économique durable des attractions touristiques

Grâce à l'analyse micro-économique menée depuis 2015, nous avons pu identifier la diversité des modèles économiques existants et mieux comprendre les défis

spécifiques rencontrés par les attractions touristiques en Wallonie. Dans une logique d'accompagnement et de co-construction, notre association a été invitée par la Ministre du Tourisme à soutenir les attractions souhaitant engager une réflexion sur leur modèle économique. Cette initiative ne vise pas à imposer une transformation, mais plutôt à proposer un cadre structurant et bienveillant permettant à chaque acteur d'anticiper et de s'adapter aux évolutions du secteur, dans le respect de leur mission, de leur finalité et de leur modèle de gestion. Ce projet se déroulera en 3 phases :

- Diagnostic et analyse (2025) ;
- Expérimentation et accompagnement pilote (2026-2027) ;
- Généralisation et intégration (2028).





TOURISME DURABLE

Le tourisme durable est un des éléments clés repris dans le développement stratégique de la Wallonie à l'horizon 2030.

Intégration de l'IA dans l'environnement des attractions touristiques

Sujet qui anime tous les milieux, l'IA a déjà commencé à intégrer consciemment ou inconsciemment une série de processus. Le secteur des attractions touristiques n'est pas épargné par cette transformation en marche. Suite à l'enquête menée auprès de nos membres en 2024, on a pu constater combien le secteur est encore peu au fait du potentiel de la technologie tant pour la communication de ses offres que pour l'automatisation de procédures. Nous mettrons en place des initiatives pour soutenir cette démarche en parfaite collaboration avec Tourisme Wallonie, VISITWallonia, le CDC Forem Tourisme...

Responsabilité sociétale des entreprises ou RSE

Un nombre croissant d'entreprises, voire d'administrations, intègrent des critères économiques, sociaux et environnementaux au cœur de leur modèle de développement, inscrivant celui-ci dans une approche durable et pérenne. Si la démarche traduit une réelle volonté de prendre ses responsabilités face aux enjeux

sociétaux et environnementaux, elle permet aussi d'anticiper les évolutions du marché et de veiller à assurer la pérennité de l'activité. Notre volonté est d'amorcer une réflexion sectorielle sur cette thématique.

Tourisme durable

Notre association mettra en place une série d'initiatives avec des partenaires pour une approche durable.

Gestion du tri des déchets en collaboration avec Fost Plus

Nous devrions pouvoir, en 2025, organiser de 2 à 4 formations pour les membres, ayant pour thématique la gestion du tri des déchets.

Impact du dérèglement climatique dans les attractions touristiques

Nous avons déjà amorcé la prévention du risque d'incendie dans le secteur, et plus particulièrement dans les attractions situées en milieu naturel. Nous aurons la possibilité d'organiser éventuellement une journée (ou demi-journée) destinée à la sensibilisation et à l'information des membres. Des experts pourraient être conviés afin d'apporter et de proposer leurs compétences.



Budget 2025



RECETTES

Promotion

+ *Guide 365.be / Wallonie-Bruxelles*

+ *Salons CSE / Wallonie - Bruxelles*

+ *Autres actions de promotion (**Workshop 365 ...**)*

+ *Partenariat SNCB - STIB et autres*

Services généraux & services aux membres

+ *Maribel Social*

+ *Cotisations*

+ *Gestion ATTA & Fonds Social CP 333*

+ *Passeports*

+ *AG & Colloque*

+ *Formations*

Autres recettes

+ *Subvention de fonctionnement Wallonie*



Budget 2025

DEPENSES

384.518 €	Promotion	522.486 €	
299.918 €	+ Guide 365.be / Wallonie-Bruxelles : réalisation & impression	362.948 €	
	+ Guide 365.be / Wallonie-Bruxelles : diffusion & distribution	82.937 €	
	+ Guide 365.be / Wallonie-Bruxelles : autres actions de promotion & communication	6.100 €	
	+ Site web & web-app 365.be / Wallonie-Bruxelles	8.000 €	
40.000 €	+ Salons CSE / Wallonie-Bruxelles	42.500 €	
24.000 €	+ Autres actions de promotion (Workshop 365 ...)	20.000 €	
20.600 €			
291.500 €	Services généraux & services aux membres	289.873 €	
145.000 €	+ Autres charges sociales	144.794 €	
83.500 €	+ Services généraux (secrétariat permanent & frais généraux)	88.379 €	
8.000 €	+ Cotisations & groupements professionnels	15.000 €	
39.000 €	+ Passeports	5.200 €	
10.000 €	+ AG & Colloque	14.000 €	
	+ Analyse micro-économique en Wallonie	22.500 €	
6.000 €			
	Financiers	1.000 €	
	+ Frais financiers	1.000 €	
SOUS-TOTAL	676.018 €	SOUS-TOTAL	813.359 €
	+ Réserve d'opportunités		8.659 €
146.000 €			
TOTAL	822.018 €	TOTAL	822.018 €

