

**VEILLE**

**TOURISTIQUE**

**Crise du Coronavirus**

Réponse en ligne des Maisons du Tourisme et  
des Fédérations Touristiques

Avril 2020

COMMISSARIAT GÉNÉRAL AU TOURISME  
DIRECTION DES ORGANISMES TOURISTIQUES ET DU  
DÉVELOPPEMENT NUMÉRIQUE



# TABLE DES MATIÈRES

[Introduction](#)

[Analyse de la communication en ligne](#)

[Résultats du questionnaire en ligne](#)

[Province de Liège](#)

[Province de Namur](#)

[Province du Hainaut](#)

[Province du Luxembourg](#)

[Province du Brabant Wallon](#)



# INTRODUCTION

Le présent document a pour objet la veille de la communication en ligne des Fédérations touristiques provinciales et des Maisons du Tourisme durant la période de confinement. L'intérêt de ce type de veille est de découvrir la façon de communiquer des Organismes touristiques durant cette période de crise sanitaire qui touche particulièrement le secteur touristique à l'arrêt forcé depuis la mi-mars. Quel type d'information transmettent-ils ? A qui ? Via quel(s) canal(aux) ? L'après-covid-19 est-il abordé ? Quelles sont les (res)sources utilisées ? Cette période voit-elle l'émergence d'initiatives ?

Autant de questions auxquelles ce document tente de répondre à l'aide d'une analyse factuelle de la présence en ligne des Organismes visés. Vous trouverez donc, d'une part, une analyse générale de la situation qui tente de vous apporter une vue d'ensemble de la communication en ligne en période de confinement, et, d'autre part, une fiche par Organisme qui reprend brièvement la manière de communiquer de chaque Organisme.

Cette veille contient également une synthèse des résultats de l'enquête en ligne postée le 17 avril 2020 sur la [plateforme des Organismes touristiques et du développement numérique](#).

Pour construire une politique de relance, il semble important de d'abord connaître les bases sur lesquelles nous (re)construisons. Cette veille devrait donc aider le lecteur à voir ce qui est déjà mis en place pour réfléchir à ce qui doit encore être mis en place.



# ANALYSE

## Les Organismes Touristiques

Les 5 Fédérations touristiques

Les 27\* Maisons du Tourisme

## Les canaux de communication favoris

De manière unanime, c'est Facebook qui semble être le moyen de communication le plus utilisé aussi bien par les Fédérations que par les Maisons du Tourisme.

### Site web

Les Fédérations ont tendance à plus utiliser leur site web (à l'exception du Hainaut) que les Maisons du Tourisme qui, en général, n'ont qu'une mention des informations de fermeture de la MT. Certaines MT n'utilisent même pas du tout leur site Internet pour communiquer sur la crise. Une subvention du Commissariat général au Tourisme prévoit une aide au développement d'un nouveau site web et un développeur web est également mis à disposition pour le développement made by CGT du site des MT. Il s'agit d'un projet en cours et il est donc possible que certaines MT n'aient plus autant la main qu'elles le souhaiteraient sur leur site web. Cela expliquerait le manque d'informations sur les sites web des MT.

### Facebook

De manière générale, on remarque une forte activité sur les pages Facebook de ces Organismes. Il n'existe que très peu d'exemples qui ont négligé ce moyen de communication. En moyenne, les Organismes publient 3 à 4 fois par semaine et certains vont même jusqu'à des publications quotidiennes.

# ANALYSE

## [suite] Les canaux de communication favoris

### **Instagram**

Il s'agit d'un moyen de communication délaissé par la plupart des Organismes, surtout par les MT. D'ailleurs, la plupart des MT ne référencent même pas leur compte Instagram même si elles en ont un. Pourtant, Instagram est certainement le réseau social le plus propice au partage de photos inspirationnelles qui mettent en valeur la destination.

### **LinkedIn**

Etant donné le caractère « réseau professionnel » de LinkedIn, il est plutôt utilisé par les Fédérations que les MT. C'est surtout la Province de Liège qui est active sur sa page LinkedIn.

## Le type d'information qui est relayée

### **Les informations de base qu'on retrouve presque partout**

- Les informations officielles du Fédéral, de la Région, des Villes/Communes mais aussi des Gouverneurs (avec liens vers les sources)
- Les moyens de joindre les Fédérations et les MT
- L'annonce d'événements annulés ou reportés
- FAQ (surtout les sites des Fédérations)
- Explications des réglementations parfois floues pour les Pro et pour les citoyens
- Les consignes spécifiques de certains lieux (notamment les parcs)

# ANALYSE

## [suite] Le type d'information qui est relayée

### Les informations qu'on retrouve souvent

- Les visites virtuelles disponibles (musées, attractions, sites, etc. mais aussi producteurs locaux)
- Jeux en ligne (connaissances générales sur la destination, énigmes, enquête, devinettes, chasse de Pâques virtuelle, etc.)
- Incitation à consommer local : mise en valeur des produits locaux et des producteurs, adresses pour les acheter, recettes, etc.
- Activités à faire une fois que le confinement sera levé
- Mise en valeur/découverte en photos ou vidéos de sites/attractions/patrimoine/randonnées/etc.
- Anecdote/faits historiques/légendes sur des sites/attractions/patrimoine/producteurs
- Listing ou mise en avant des établissements horeca actifs durant la période de confinement (livraison ou à emporter) et invitation à soutenir le secteur (notamment HorecaComeBack)
- Partage des actions mises en place par les prestataires/partenaires (outre les visites virtuelles, on retrouve des concours, des défis, des vidéos, etc.)
- Jeux, concours dessins, coloriages, bricolages, activités pour les enfants
- Invitation à pratiquer la randonnée (dans le respect des réglementations en vigueur → généralement précisé !)
- Informations sur les Points-Nœuds (dans le respect des réglementations en vigueur → généralement précisé !)
- Partage de photos ou vidéos des paysages (souvent nature) pour patienter durant le confinement
- Partage de récits d'ambassadeurs/blogueurs/influenceurs (pré- et in-confinement)
- Présentation des communes, villes ou villages qui composent le territoire

# ANALYSE

## [suite] Le type d'information qui est relayée

### **Les informations qu'on retrouve un peu moins souvent (malgré leur utilité)**

- Autres événements culturels en ligne (concerts, séries tournées sur le territoire, etc.)
- Les conditions particulières appliquées par les OTA et voyagistes en ligne (FTPL)
- Articles/Dossiers de presse concernant le secteur du tourisme et la crise
- Les Fédérations qui relayent les actions/informations des MT et vice-versa
- Publication des nouvelles brochures ou des nouveaux magazines (c'est pourtant la période de publication habituelle)
- Des nouvelles/anecdotes des employés de l'Organisme en télétravail (humanisation du contact virtuel)
- Initiatives citoyennes ou projets de solidarité locaux (ceci touche à la question un peu tendance : ne faut-il s'adresser qu'aux touristes ?)
- Invitation à poster des photos de la destination sur Instagram avec le # de la destination
- Reportages de la télévision/radio locale sur le tourisme en crise et/ou interview/intervention des Organismes touristiques
- Reportages de la télévision locale sur la destination touristique
- Incitation pour les touristes à reporter leurs réservations plutôt que de les annuler (soutien du secteur)
- Incitation à faire vivre le tourisme local après le confinement (incitation directe)
- Relais des initiatives/informations/projets des autres MT (surtout pertinent pour les MT voisines)
- Mise en valeur des artistes du territoire

# ANALYSE

## [suite] Le type d'information qui est relayée

### Les informations pour les professionnels

- La Fédération de Liège se démarque particulièrement avec des subventions supplémentaires mises en place pour soutenir les prestataires
- Explications sur les aides financières disponibles
- Liens vers les formulaires officiels
- Liens vers les FAQ destinées aux professionnels
- Partage de webinaires (voir sources tierces plus loin)
- La Fédération de Namur se distingue avec des webinaires destinés aux professionnels sur des thèmes en lien avec la crise du coronavirus ou sur des outils utiles pour leur métier
- Les ANT proposent un diagnostic en ligne de l'e-réputation des prestataires et des organismes touristiques (mais l'information n'est pas relayée par les Fédérations ou les MT)
- Outils en ligne utiles pour les activités professionnelles maintenues (très peu vu)
- Résumé des webinaires suivis (FTLB)
- Résultats d'une enquête menée sur les subsides accordés (FTLB)
- Conseils pour préparer la reprise (étant donné les incertitudes pour le secteur, on voit peu ce genre d'information)
- Incitations à se former et/ou se labelliser durant le confinement (Access-i par exemple)
- Des précisions particulières pour les hébergements sont souvent apportées en raison du flou qui entoure les réglementations qui les concerne

### Les campagnes pour maintenir le lien avec le public

- Campagnes invitant les abonnés à partager une photo, un souvenir, une anecdote relatifs au territoire
- Campagnes invitant les abonnés à partager une envie pour l'après-confinement (ce qu'ils veulent voir, faire, visiter, etc.)
- Campagnes invitant les abonnés à partager une photo de la vue qu'ils ont depuis chez eux confinés
- Campagnes de jeux/défis/concours où les abonnés sont invités à répondre en commentaire ou message privé



# ANALYSE

## [suite] Le type d'information qui est relayée

### Les partages de sites/pages tiers qu'on retrouve le plus

- La page [Emilie en Wallonie](#) qui met en avant une destination wallonne quotidiennement à l'aide de cartes postales
- Les reportages des Ambassadeurs RTBF
- Les articles du [blog de Gîtes de Wallonie](#)
- Les photos de la page [Wallonie, ma belle](#)
- L'émission La Grande Balade – RTL TVI
- Les webinaires organisés par les Gîtes de Wallonie
- Les webinaires proposés par [Logitourisme](#)
- Les communiqués/articles d'[Accueil Champêtre en Wallonie](#)

## Le public

Les Fédérations s'adressent aussi bien aux prestataires et organismes qu'aux particuliers (touristes et citoyens).

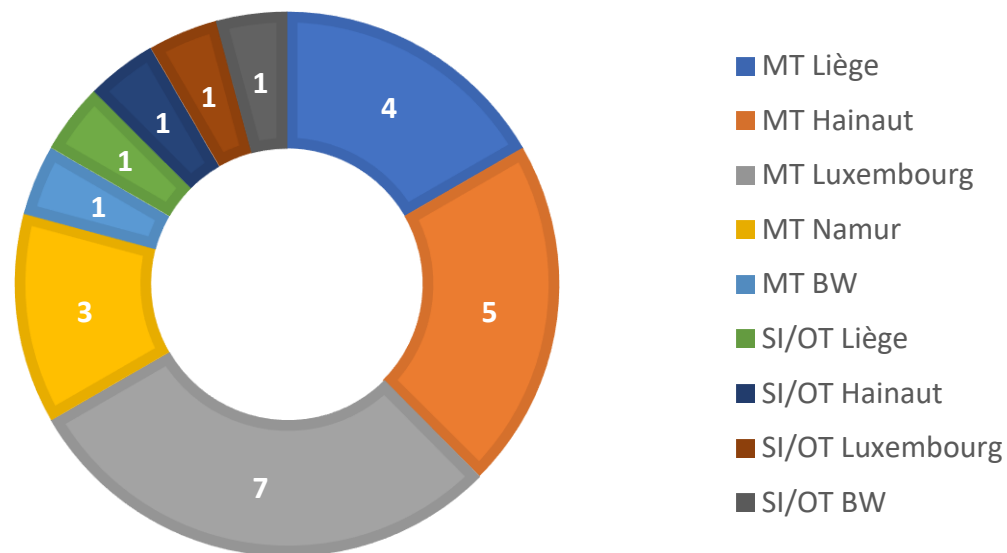
Les Maisons du Tourisme s'adressent particulièrement aux particuliers (touristes et de plus en plus les citoyens). Lorsqu'ils s'adressent aux prestataires, il s'agit le plus souvent des hébergements qui ont besoin de clarifications. Quand elles communiquent en ligne avec les prestataires, elles partagent surtout des contenus de tiers.

# QUESTIONNAIRE EN LIGNE

En parallèle de la veille réalisée, un questionnaire assez succinct a été posté sur la [plateforme des Organismes touristiques](#) du CGT. Il était donc adressé aux Organismes inscrits sur la plateforme (Fédérations, MT, SI, OT).

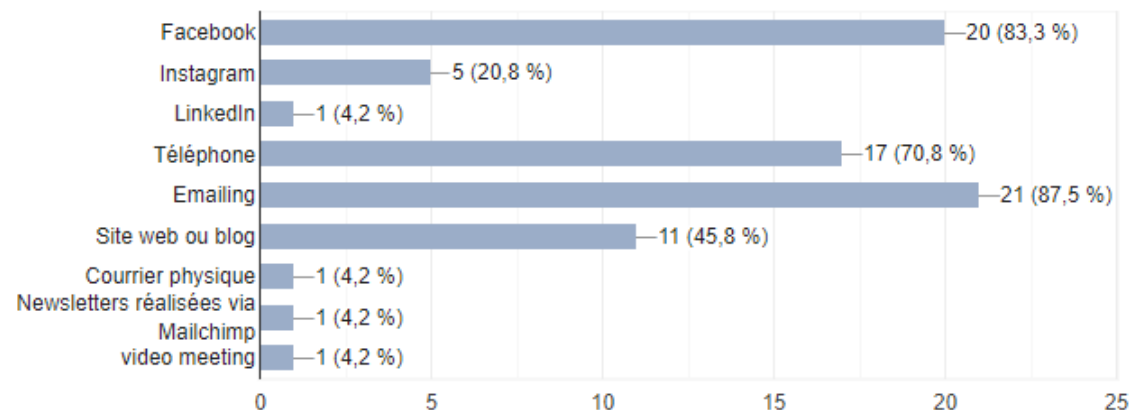
25 personnes ont pris le temps d'y répondre : principalement du personnel des MT, mais également quelques personnes des Offices du Tourisme. Le graphique ci-dessous détaille le type d'organisme et la province des répondants.

## RÉPONDANTS



# QUESTIONNAIRE EN LIGNE

**Question 1** – Quel(s) moyen(s) utilisez-vous pour communiquer avec vos opérateurs durant le confinement ?



**Question 2** – Qu'avez-vous mis en place pour soutenir vos opérateurs durant cette crise sanitaire ? (exemples : informations sur l'état de la situation, rédaction d'articles sur le sujet, formations en ligne, tables rondes en ligne, etc.)

Voici les grands axes dégagés des réponses soumises :

- Partage des initiatives des prestataires/partenaires** (Horeca, producteurs locaux, visites virtuelles, mouvements citoyens, etc.)
- Transmission des informations officielles** (aides financières, arrêtés, supports, FAQ, etc.)
- Accompagnement particulier des prestataires**
- Promotion du territoire** (mise en avant de son attractivité)
- Emailing et newsletter de motivation/encouragement**
- Veille touristique** (partage d'articles, de dossiers, de reportages, d'outils disponibles, de webinaires, de formations, etc.)
- Création de contenu** (conseils, outils, synthèses, etc.)
- Groupes de réflexion/tables rondes sur le thème de la crise**

# QUESTIONNAIRE EN LIGNE

**Question 3** – En plus des deux questions évidentes que tous les acteurs touristiques se posent, à savoir "quand allons-nous pouvoir reprendre nos activités ?" et "de quelles aides financières disposons-nous ?", quelles sont les questions/inquiétudes principales de vos opérateurs ?

Voici les grands axes dégagés des réponses soumises :

- La gestion de la crise** (les annulations, remboursements, reports, dossiers administratifs, les bons à valoir, etc.)
- La survie de l'organisation** (la crise va-t-elle me pousser à mettre fin à mes activités ? Quelles conséquences financières ?)
- La promotion** : quel public attirer et comment ? Comment viser de plus longs séjours ?
- Les réglementations qui seront imposées en matière d'hygiène et de contacts humains** (comment les gérer et les mettre en place ? Quelles implications pour le métier ? Quel coût ? Y aura-t-il une distribution de matériel ?)
- Le pouvoir d'achat** : y aura-t-il toujours des touristes ? Avec quel budget ? Impact sur les tarifs des prestations ?
- La gestion de la peur** (les touristes auront-ils confiance ? Comment les rassurer ?)
- Les prestataires non-reconnus par le CGT ou en cours de reconnaissance** (droits à des aides ? Quelles informations leur donner ? Comment les soutenir ?)
- La révision des activités** : comment repenser ses activités ? Quelles alternatives proposer ?

# QUESTIONNAIRE EN LIGNE

**Question 4** – A la sortie de la crise (le post-covid-19), à quoi vous attendez-vous pour le secteur touristique wallon ? Vos espoirs, attentes, prévisions, etc.

Voici les grands axes dégagés des réponses soumises:

**Attentes :**

- Des dispositions régionales claires et rapides en matière d'accueil, d'hygiène, de contacts humains, etc.
- Communication rassurante pour le public
- Une promotion régionale qui met en avant le local avec créativité
- De la tolérance pour les dossiers administratifs et des directives claires
- Soutiens financiers pour le secteur

**Espoirs :**

- Que les autorités soient à l'écoute des relais de terrain
- Rapprochement entre touristes et citoyens/locaux
- Ne pas miser sur le « comme avant » mais pérenniser un nouveau tourisme sur le long terme
- Collaboration entre secteurs et territoires
- La réouverture de toutes les activités progressivement et avec toutes les précautions nécessaires

**Prévisions :**

- Tourisme local/de proximité
- Tourisme individuel (↔ tourisme de masse)
- Slow tourisme
- Tourisme durable
- Un métier de service ouvert sur d'autres secteurs
- Du court séjour/excursions
- Certains prévoient une grosse saison estivale alors que d'autres s'attendent à de très mauvais chiffres
- Impact financier sérieux pour le secteur (beaucoup de faillites)
- Une saison touristique plus longue
- La fin des produits touristiques standardisés

# QUESTIONNAIRE EN LIGNE

**Question 5** – Quelles sont vos recommandations pour que les prestataires touristiques wallons préparent au mieux la reprise de leurs activités ?

Voici les grands axes dégagés des réponses soumises :

- Repenser son activité en étant conscient que le but n'est pas de faire comme avant et développer de nouveaux produits
- Une fois qu'il y aura des consignes en matière de santé publique, bien s'y soumettre
- Ne pas négliger la communication (pour se différencier, se faire connaître mais aussi rassurer), être en ligne (réservable et visible) et travailler son e-réputation
- Maintenir le lien avec les organismes touristiques
- Créer des partenariats/collaborer avec d'autres prestataires et organisations (de secteurs variés)
- Connaître son territoire pour jouer toutes les cartes qu'il offre
- Ne pas gonfler les prix
- Miser sur le local et le circuit-court
- Se former et s'améliorer
- Travailler l'accueil des visiteurs, créer de la plus-value, se différencier
- Ne pas faire de l'hygiène le seul point de communication

# VEILLE REALISÉE PAR ORGANISME

Les fiches sont organisées par province

# FEDERATION TOURISTIQUE DE LA PROVINCE DE LIEGE

[Site web](#)

[Page Facebook](#)

[Compte Instagram](#)

[Page LinkedIn](#)



# FEDERATION TOURISTIQUE DE LA PROVINCE DE LIEGE

## Sur le site web :

- Dès la page d'accueil (banner) : lien vers « [voyagez... depuis votre canapé](#) » → suggestions d'activités pour s'occuper durant le confinement et découvrir la province de Liège : listing des visites virtuelles disponibles, listing des événements culturels en ligne (concerts, spectacles, etc.), listing des films tournés en province de Liège, 30 raisons de visiter la province, jeux en ligne (quiz sur la province et escape game en ligne)
- [Guichet virtuel pour les touristes liégeois](#) : hotline, mail, FAQ, réglementations, listing de liens vers les conditions coronavirus des OTA et des voyagistes en ligne
- [Infos utiles aux professionnels du tourisme](#) :
  - ✓ [Subsides pour les événements liés à l'année à thème](#) : maintien des subsides accordés (sur justificatifs)
  - ✓ [Aide pour la commercialisation en ligne](#) : prise en charge du coût d'adhésion à l'ORC (demande en 2020), prise en charge d'une partie des frais de transaction ORC
  - ✓ [Accessibilité pour tous](#) : pour promouvoir l'accessibilité au sortir de la crise, prise en charge du kit d'accessibilité pour tous et des audits d'accessibilité du bâtiment
  - ✓ [BtoB Tourisme](#) : événement organisé par la Fédération et reporté au 29/09 → la Fédération offre les repas aux participants (et rembourse à ceux qui avaient déjà payé)
  - ✓ Listing des décisions officielles, listing des aides financières, formulaires des aides, lien vers la FAQ du 1890

# FEDERATION TOURISTIQUE DE LA PROVINCE DE LIEGE



1 258 abonnés



3 918 abonnés



55 911 abonnés

## Sur les réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook et Instagram):

- Liens vers le site web de la Fédération (quiz, guichet virtuel, actions d'aide mises en place, FAQ, etc.)
- Lien vers les webinaires de Gîtes de Wallonie
- Publication du dossier de l'Organisation Mondiale du Tourisme sur [la relance économique à travers le tourisme](#)
- Lien vers le webinaire d'Elloha sur [la relance du tourisme](#)
- Liens vers articles de presse
- Liens vers les sites du SPW pour la mise en garde contre les cyberattaques (particulièrement accrues en cette période de crise)
- Liens vers les sites officiels concernant les subsides
- Campagne « [Où irez-vous ?](#) » : invitation à partager un souvenir, une histoire, une envie en Province de Liège afin de voyager ensemble
- Info événements annulés ou reportés
- Repost de photos prises par des followers pour mise en valeur de la destination
- Mise en avant de produits locaux à consommer ou préparer durant le confinement

C'est sur LinkedIn et Facebook que la Fédération est la plus active.  
On voit une croissance de l'activité sur les réseaux sociaux en cette période.

# Maison du Tourisme des Cantons de l'Est

[Site web](#)

[Page Facebook](#)

Ostbelgien 



10 415 abonnés

## Sur le site web :

- Page d'accueil : bandeau qui défile avec lien vers page d'informations sur les mesures imposées + liens vers les sites officiels
- Page d'accueil : calendrier mentionnant les événements annulés

## Sur la page Facebook :

- Information sur les disponibilités de la MT
- Message de Joyeuses Pâques avec #RestezChezVous
- Mise en avant de points d'intérêt/paysages/randonnées/attractions pour valoriser la destination (photos/vidéos inspirationnelles + lien vers le site de la MT)
- Partage de la page [Emilie en Wallonie](#) qui met en avant une destination wallonne quotidiennement à l'aide de cartes postales
- Partage des consignes spécifiques de certains sites/attractions/points d'intérêt
- Partage de [visites virtuelles](#) disponibles sur le site de la MT
- Partage d'informations des prestataires
- Partage d'informations concernant le vélo-tourisme (plus spécifiquement le réseau points-nœuds)

# Maison du Tourisme Terres-de- Meuse

[Site web](#)

[Page Facebook](#)

[Page Instagram](#)

**TERRES  
DE MEUSE**

MAISON DU TOURISME



2 358 abonnés



33 abonnés

## Sur le site web :

- Aucune mention de la crise sanitaire

## Sur la page Facebook :

- Information sur les disponibilités de la MT
- Mise en avant de points d'intérêt/paysages/randonnées/attractions pour valoriser la destination (photos/vidéos inspirationnelles)
- Mise en avant des produits locaux
- Partage de recettes
- Partage d'un cahier d'activités à faire avec les enfants publié par un tiers
- Partage d'informations concernant le vélo-tourisme (plus spécifiquement le réseau points-nœuds)
- Lien vers un listing des événements annulés ou reportés
- Interpellation des followers en leur demandant de deviner de quel endroit il s'agit

On remarque une présence beaucoup plus importante sur la page Facebook mais très peu de mentions de la crise (presque business as usual).

## Sur la page Instagram :

- Mise en avant des produits locaux
- Mise en avant de points d'intérêt/paysages/randonnées/attractions pour valoriser la destination (photos/vidéos inspirationnelles)
- Interpellation des followers en leur demandant de deviner de quel endroit il s'agit

La page Instagram est récente et encore très peu connue.

# Maison du Tourisme Spa Hautes Fagnes Ardennes

[Site web MT](#)

[Site web OT](#)

[Page Facebook](#)

[Page Instagram](#)



3 338 abonnés



1 519 abonnés

## Sur les sites web MT et OT :

- Page d'accueil : lien vers la [page d'information coronavirus de la Fédération](#)

## Sur la page Facebook :

- Partage d'un [reportage sur la crise](#) et la façon dont elle touche le tourisme, plus particulièrement le territoire de la MT puisque tourné par la télévision locale
- Campagne hebdomadaire « [Savez-vous que ?](#) » qui propose de découvrir le territoire avec le guide de la MT
- Campagne hebdomadaire « [Great Spas of Europe](#) » qui présente les villes participantes au projet du même nom
- Partage de visites virtuelles ou actions spécifiques proposées par les prestataires
- Partage des infos provenant de la Fédération pour les professionnels du tourisme
- Information sur les disponibilités de la MT

On remarque une présence beaucoup plus importante sur la page Facebook durant la crise.

## Sur la page Instagram :

- Aucune activité depuis longtemps.

# Maison du Tourisme du Pays de Liège

[Site web MT](#)

[Page Facebook](#)

[Page Instagram](#)



16 631 abonnés



2 772 abonnés

## Sur le site web :

- Page d'accueil : lien vers une [page](#) détaillant l'impact des mesures sur les activités touristiques

## Sur la page Facebook :

- Information sur les disponibilités de la MT
- Partage de l'annulation ou du report d'événements
- Partage de concerts virtuels
- Partage de listings de restaurants pour livraison ou à emporter
- Partage de visites virtuelles
- Campagne hebdomadaire de [redécouverte du patrimoine](#)
- Activités de coloriage pour les enfants
- Partage de recettes
- Interpeller les followers sur leurs souvenirs, bons plans, préférences, connaissances, etc. de Liège
- Campagne hebdomadaire de [mise en valeur d'un site naturel](#)
- Interpeller les followers avec des petits jeux
- Partage d'un documentaire des Ambassadeurs RTBF (attraction en période de confinement)
- Partage d'un documentaire tourné à Liège avant le confinement
- Partage d'articles concernant la ville de Liège
- Partage d'actions mises en place par les prestataires/partenaires
- Partage d'une vidéo de Liège (tournée précédemment)

La page Facebook était déjà très active avant le confinement et le lien est encore renforcé avec des publications quotidiennes.

## Sur la page Instagram :

- Mise en avant de points d'intérêt/paysages/randonnées/attractions pour valoriser la destination (photos/vidéos inspirationnelles)

Au moins une publication par semaine. Certaines sont les mêmes que sur Facebook mais d'autres sont propres à Instagram.


# Maison du Tourisme du Pays de Herve


[Site web MT](#)

[Page Facebook](#)

[Page Instagram](#)



 1 791 abonnés

 296 abonnés

## Sur le site web :

- Page d'accueil : information fermeture des bureaux.

## Sur la page Facebook :

- Information sur les disponibilités de la MT
- Partage de l'annulation ou du report d'événements
- Partage d'actions mises en place par les prestataires/partenaires
- Partage d'un reportage de la télévision locale concernant le territoire (pré-confinement)
- Partage d'un reportage de la télévision locale concernant la MT durant le confinement
- Partage de recettes
- Partage du listing des randonnées (page du site)
- Partage de randonnées (sites tiers + site MT)
- Mise en valeur d'attractions du territoire
- Partage d'une initiative de citoyens pour mettre en valeur la destination ([chanson](#))
- Partage d'une émission de radio sur l'impact du coronavirus sur le tourisme (MT fait partie des intervenants)
- Interpellation des prestataires touristiques pour savoir s'ils effectuent des aménagements de leur structure durant le confinement
- Partage de produits locaux (livrables)
- Rappel des réglementations autour de la randonnée en période de confinement

La page Facebook était déjà régulièrement alimentée avant le confinement mais on voit une croissance des publications sur la page (presque quotidiennes).

## Sur la page Instagram :

- Aucune publication durant le confinement

# Maison du Tourisme Ourthe Vesdre Amblève

[Site web MT](#)

[Site web Pros](#)

[Page Facebook](#)



1 750 abonnés

## Sur le site web :

- Page d'accueil : information suspension des activités et manifestations + disponibilités MT

## Sur le site web Pros :

- Aucune mention de la crise du covid-19

## Sur la page Facebook :

- information suspension des activités et manifestations
- Mise en valeur de la nature pour promenades
- Partage du listing des randonnées (page du site) + n° de téléphone pour conseils dans le choix d'une randonnée
- Partage d'événements qui auront peut-être lieu en été (selon les mesures en vigueur)
- Partage des mesures prises par les prestataires/partenaires
- Mise en valeur de paysages en attendant la fin du confinement
- Proposition d'activités à faire post-covid
- Partage des actions mises en place par les prestataires/partenaires
- Chasse de Pâques virtuelle
- Partage de récits d'ambassadeurs (via Visit Ardenne)
- Partage d'une légende locale

La page Facebook était déjà régulièrement alimentée avant le confinement mais on voit une croissance des publications sur la page (plusieurs par semaine).



# Maison du Tourisme du Pays de Vesdre

[Site web MT](#)

[Page Facebook](#)

[Page Instagram](#)



3 655 abonnés



388 abonnés

## Sur le site web :

- Page d'accueil : information fermeture des bureaux
- Page d'accueil : annonce des événements annulés ou reportés
- Page d'accueil : proposition de visite virtuelle

## Sur la page Facebook :

- Partage de l'annulation ou du report d'événements
- Information sur les disponibilités de la MT
- Mise en valeur de paysages en attendant la fin du confinement
- Publication pour encourager les touristes à reporter leurs réservations plutôt que de les annuler
- Partage des actions mises en place par les prestataires/partenaires
- Information sur les mesures en vigueur
- Publications pour encourager les citoyens à relancer l'économie locale à la sortie de la crise (surtout le tourisme)
- Partage de la page [Emilie en Wallonie](#) qui met en avant une destination wallonne quotidiennement à l'aide de cartes postales

La page Facebook était déjà régulièrement alimentée avant le confinement mais on voit une croissance des publications sur la page (plusieurs par semaine).

## Sur la page Instagram :

- Mise en valeur de paysages en attendant la fin du confinement (mêmes que Facebook)
- Information sur les disponibilités de la MT

Le compte Instagram est moins alimenté que la page Facebook et le contenu proposé est le même que sur la page Facebook mais ce canal rayonne vers moins de personnes.

# FEDERATION TOURISTIQUE DE LA PROVINCE DE NAMUR

[Site web](#)

[Page Facebook](#)

[Groupe Facebook Pro](#)

[Compte Instagram](#)

[Page LinkedIn](#)

# FEDERATION TOURISTIQUE DE LA PROVINCE DE NAMUR



222 abonnés



2 725 abonnés



15 993 abonnés

## Sur le site web :

- Page d'accueil : lien vers une page « [C'est le moment de faire une pause](#) » informant de la fermeture des attractions, hébergements et sites d'accueil avec lien vers les informations officielles, les réseaux sociaux et les coordonnées des MT, SI et OT du territoire
- Page d'accueil : lien vers une page concernant les [formations en ligne](#) offertes aux opérateurs touristiques de la Province par la Fédération (formations payantes devenues gratuites en cette période) ainsi que des ressources utiles (lien vers le blog de Gîtes de Wallonie, le 1890, le site du CGT et le BEP)

## Sur les réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook et Instagram):

- Interpeller les followers pour savoir quel(s) endroit(s) ils comptent visiter après le confinement avec suggestions de sites
- Interpeller les followers pour savoir ce qui leur manque dans la Province en cette période de confinement (sondage)
- Partage de recettes de spécialités locales
- Interpeller les followers pour qu'ils partagent leurs plus belles photos et vidéos de la province
- Mise en valeur de sites de la Province
- Informations sur l'annulation et le report d'événements
- Relayeur les actions des MT de la Province
- Interpeller les followers pour qu'ils partagent leurs bons plans de livraisons de repas dans la Province
- Pour les pros : informations sur les formations en ligne dispensées par la Province
- Interpeller les followers pour savoir comment ils vont
- Repost de photos prises par des followers pour mise en valeur de la destination

C'est sur Facebook que la Fédération est la plus active.

# Maison du Tourisme Famenne- Ardenne

[Site web MT](#)

[Page Facebook](#)

[Page Instagram](#)



6 177 abonnés



1 810 abonnés

## Sur le site web :

- Page d'accueil : information fermeture des bureaux
- Page d'accueil : lien vers une page de [listing de jeux gratuits](#) pour que les enfants découvrent les communes
- Page d'accueil : lien vers une [page qui met en valeur les producteurs locaux](#) actifs durant le confinement

## Sur la page Facebook :

- Partage de l'annulation ou du report d'événements
- Information sur les disponibilités de la MT
- Mise en valeur de paysages en attendant la fin du confinement
- [Campagne Famenne-Ardenne For Kids](#) : partage de jeux pour enfants (lien vers le site)
- Mise en valeur de la nature pour promenades (+ règles liées au confinement)
- Publication de soutien aux producteurs locaux (lien vers le site)
- Partage des actions mises en place par les prestataires/partenaires
- Visites virtuelles d'attractions
- Partage du lien HorecaComeback pour encourager à soutenir l'horeca durant le confinement
- Invitation à suivre la page Instagram pour plus de photos en attendant le déconfinement

La page Facebook était déjà régulièrement alimentée avant le confinement mais on voit une croissance des publications sur la page (plusieurs par semaine).

## Sur la page Instagram :

- Mise en valeur de paysages en attendant la fin du confinement (beaucoup plus que sur Facebook)

Le compte Instagram est moins alimenté que la page Facebook mais cela reste régulier quand même (1 à 2 fois par semaine). Beaucoup de repost de photos postées par les followers (entretien du lien avec la communauté).

# Maison du Tourisme Condroz- Famenne

[Site web MT](#)

[Page Facebook](#)

[Page Instagram](#)



3 506 abonnés



617 abonnés



## Sur le site web :

- Page d'accueil : information fermeture des bureaux
- Page d'accueil : lien vers une [page qui met en valeur les producteurs et artisans locaux](#) actifs durant le confinement

## Sur la page Facebook :

- Information sur les disponibilités de la MT
- Partage des mesures prises par les prestataires/partenaires
- Partage des actions mises en place par les prestataires/partenaires
- Partage d'informations pour les professionnels du tourisme
- Partage d'un article de la presse locale sur l'entrepreneuriat local (pas de lien avec le tourisme mais bien avec le territoire)
- Publications de soutien aux producteurs locaux
- Partage d'un documentaire des Ambassadeurs RTBF (pré-confinement)
- Partage de jeux pour enfants
- Partage de la page de listing des producteurs et artisans locaux
- Partage des actions de la Fédération
- Partage de l'annulation ou du report d'événements
- Des nouvelles de l'équipe de la MT (formation suivie, télétravail, objectifs à venir...)
- Partage de la campagne participative « [Que c'est beau chez nous](#) » à l'initiative de la chaîne de télévision locale (partage de photos des followers de la chaîne)
- Publicité pour le nouveau guide touristique
- Partage de la [lettre d'informations aux opérateurs touristiques](#) de la MT → à souligner : [conseils pour préparer la reprise](#) et [préparez l'avenir pour votre hébergement touristique](#)

La page Facebook était déjà régulièrement alimentée avant le confinement et on voit que le lien est maintenu durant le confinement + nouvelles initiatives.

## Sur la page Instagram :

- Information sur les disponibilités de la MT

Le compte Instagram est peu alimenté.

# Maison du Tourisme Sambre- Orneau

[Site web MT](#)

[Page Facebook](#)

[Page Instagram](#)

SAMBRE  
ORNEAU  
TERRE  
D'ESCALES



3 128 abonnés



655 abonnés

## Sur le site web :

- Page d'accueil : Lien vers la news qui reprend des [conseils pour servir le tourisme local en restant chez soi](#)

## Sur la page Facebook :

- Information sur les disponibilités de la MT + lien vers les informations officielles
- Partage de la newsletter qui comporte des suggestions d'activités à faire après la crise
- Partage des mesures imposées lors des sorties sportives
- Partage des actions mises en place par les prestataires/partenaires
- Partage de la page d'actualité qui reprend des conseils pour servir le tourisme local en restant chez soi
- Partage des articles du [blog de Gîtes de Wallonie](#) pour les prestataires
- Mise en valeur de paysages en attendant la fin du confinement
- Partage des publications de [Traversée d'un monde – Blog voyage](#) qui relate son trek en confinement
- Partage de l'annulation ou du report d'événements
- Partage de la [newsletter](#) qui traite du Covid-19
- Campagne quotidienne « [Votre région en questions](#) » qui interpelle les followers pour tester leurs connaissances du territoire

La page Facebook était déjà régulièrement alimentée avant le confinement et on voit que le lien est maintenu durant le confinement + nouvelles initiatives.

## Sur la page Instagram :

- Repost de photos en attendant la fin du confinement (en anglais) → différentes des publications Facebook

Le compte Instagram est beaucoup moins alimenté que la page Facebook (déjà le cas avant le confinement).

# Maison du Tourisme de la Vallée de la Meuse Namur- Dinant

[Site web MT](#)

[Page Facebook](#)

[Page Instagram](#)



5 877 abonnés



4 238 abonnés

## Sur le site web :

- Page d'accueil : information sur les disponibilités de la MT
- Page d'accueil : Partage de l'annulation ou du report d'événements

## Sur la page Facebook :

- Partage de l'annulation ou du report d'événements
- Information sur les disponibilités de la MT
- Partage de l'information relayée par WBT sur les mesures imposées
- Mise en valeur de paysages en attendant la fin du confinement
- Partage des photos de la page [Wallonie, ma belle](#)
- Partage de documentaires des Ambassadeurs RTBF (pré-confinement)
- Interpellation des followers pour choisir la photo de couverture
- Mise en valeur des producteurs locaux
- Partage de la page [Max l'Exporteur](#) qui est journaliste spécialisé dans le sport et le tourisme confiné dans la région namuroise
- Jeu de Pâques
- Partage des actions mises en place par les prestataires/partenaires

La page Facebook était déjà alimentée presque quotidiennement avant le confinement et on voit que le lien est maintenu durant le confinement.

## Sur la page Instagram :

- Repost de photos en attendant la fin du confinement (en anglais) → différentes des publications Facebook

Le compte Instagram est beaucoup moins alimenté que la page Facebook (déjà le cas avant le confinement). Pourtant, le nombre d'abonnés est très important (relativement aux autres MT).

# FEDERATION TOURISTIQUE DE LA PROVINCE DE HAINAUT

[Site web](#)

[Page Facebook](#)

[Groupe Facebook des ANT](#)

[Compte Instagram](#)

[Page Twitter](#)



# FEDERATION TOURISTIQUE DE LA PROVINCE DE HAINAUT



1 125 abonnés



6 555 abonnés

## Sur le site web grand public :

- Le site web semble être laissé à l'abandon. Un autre site web est également référencé mais il est en construction et aucune information n'y figure.

## Sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram):

- Relayer les actions des MT de la Province
- Annonce qu'il n'y aura pas de promotion durant le confinement
- Groupe ANT : Partage des articles publiés sur la plateforme des OT (CGT)
- Groupe ANT : Partage des formations en ligne de sites/organisations tiers
- Groupe ANT : Offre d'un diagnostic digital par les ANT (voir où en est la e-réputation)
- Groupe ANT : Partage d'outils en ligne utiles durant le confinement
- Groupe ANT : Lien vers la newsletter envoyée concernant les dispositions prises au sein de la Fédération

C'est sur le groupe Facebook des ANT qu'on y trouve le plus d'informations relatives à la crise. La Fédération a pris le parti de ne pas faire de promo durant le confinement.

# Maison du Tourisme de la Wallonie Picarde (Mouscron + Tournai)

[Site web MT \(Mouscron\)](#)

[Site web MT \(Tournai\)](#)

[Site Web Pro](#)

[Page Facebook](#)

[Page Instagram](#)



16 217 abonnés



866 abonnés

## Sur le site web (Mouscron) :

- Aucune mention de la crise sanitaire.

## Sur le site web (Tournai) :

- Page d'accueil : lien vers une page de [listing de visites virtuelles](#) (musées)
- Page d'accueil : lien vers un [concours de dessins d'enfants](#) (occupation en temps de confinement)
- Page d'accueil : lien vers une [page dédiée à la gastronomie](#) en temps de confinement
- Page d'accueil : lien vers une [page dédiée au deux campagnes](#) : [Wapi vue par les citoyens](#) et [Wapi vue par les pros](#) (partage de photos)

## Sur le site web Pro :

- Page d'accueil : lien vers les [informations et liens utiles](#) concernant le covid-19
- Page d'accueil : [actions de soutien de la MT](#) envers les pros (liens vers les campagnes, soutien aux producteurs, soutien à l'horeca, soutien aux hébergements, liste des horticulteurs actifs, webinaires en ligne, conseils de sites tiers, etc.)

# Maison du Tourisme de la Wallonie Picarde (Mouscron + Tournai)

[Site web MT \(Mouscron\)](#)

[Site web MT \(Tournai\)](#)

[Site Web Pro](#)

[Page Facebook](#)

[Page Instagram](#)



16 217 abonnés



866 abonnés

## Sur la page Facebook :

- Partage de l'annulation ou du report d'événements
- Publications pour soutenir l'horeca et les producteurs locaux
- Partage des actions mises en place par les prestataires/partenaires
- Partage de liens vers des visites virtuelles
- Partage de l'expérience pour expliquer le coronavirus aux enfants
- Partage du concours de dessins sur le site
- Partage de ressources culturelles en ligne pour occuper les enfants
- Partage du nouveau magazine pour découvrir le territoire durant le confinement
- Campagne de [découverte de la Wallonie Picarde](#) à travers des faits, anecdotes, devinettes, jeux, etc.
- Partage d'articles de presse relatant les actions mises en place sur le territoire
- Partage de recettes locales
- Partage des initiatives solidaires des propriétaires d'hébergement pour le personnel soignant
- Partage des challenges photo (Wapi vue par les citoyens et Wapi vue par les pros)
- Partage de la page dédiée à la gastronomie (site)
- Campagne « Carte Wapi » pour présenter une commune à la fois
- Partage d'informations sur les produits locaux
- Jeux de Pâques
- Partage des vidéos de la région par la chaîne de télévision locale

La page Facebook était déjà alimentée presque quotidiennement avant le confinement et on voit que le lien est d'autant plus maintenu durant le confinement.

## Sur la page Instagram :

- Repost de photos en attendant la fin du confinement → Partage des challenges photo (Wapi vue par les citoyens et Wapi vue par les pros)
- Partage du nouveau magazine pour découvrir le territoire durant le confinement

Le compte Instagram était beaucoup moins alimenté que la page Facebook mais est plus utilisé durant le confinement pour partager des photos du territoire (pro et citoyens).

# Maison du Tourisme du Parc des Canaux et Châteaux

[Site web MT](#)

[Blog](#)

[Page Facebook](#)



5 780 abonnés

## Sur le site web :

- Page d'accueil : message d'information sur les disponibilités de la MT

## Sur le blog :

- Relais des initiatives virtuelles des musées (visites, concours, challenges, etc.)

## Sur la page Facebook :

- Partage de l'annulation ou du report d'événements
- Information sur les disponibilités de la MT
- Partage des mesures prises par les prestataires/partenaires
- Partage des visites virtuelles disponibles
- Partage des actions mises en place par les prestataires/partenaires
- Partage de l'émission La Grande Balade – RTL TVI tournée sur le territoire
- Partage des mesures imposées aux hébergements par le Gouverneur de la Province
- Partage de l'agenda d'avril à juillet avec incitation à préparer les visites post-confinement et à s'aérer sur le territoire dans le respect des règles
- Mise en valeur des sites/attractions/points d'intérêt du territoire
- Partage des articles du blog
- Partage de [l'interview de la Ministre De Bue](#) en charge du tourisme sur LN24
- Partage de [l'interview du Directeur de la MT sur la chaîne de télévision locale](#) sur le thème de l'impact de la crise sur le tourisme dans le Centre
- Partage de [l'interview de Catherine Berger](#), Directrice opérationnelle du Tourisme de la Province du Hainaut
- Incitation à faire des randonnées à vélo (points-nœuds) selon les réglementations imposées
- Partage de la [chronique humoristique de Jérôme de Warzée](#) sur le tourisme en Wallonie

La page Facebook était déjà alimentée à raison de plusieurs fois par semaine avant le confinement et on voit que le lien est d'autant plus maintenu durant le confinement avec des publications quotidiennes.

# Maison du Tourisme de la Région de Mons

[Site web MT](#)

[Page Facebook](#)

[Page Instagram](#)



20 951 abonnés



1 736 abonnés

## Sur le site web :

- Page d'accueil : information sur les disponibilités de la MT

## Sur la page Facebook :

- Partage de l'annulation ou du report d'événements
- Information sur les disponibilités de la MT
- Partage des informations de la Ville relatives à la crise
- Incitation à soutenir les restaurants locaux
- Partage des actions mises en place par les prestataires/partenaires
- Partage des mesures imposées aux hébergements par le Gouverneur de la Province
- Coloriages pour les enfants sur le thème du territoire
- Partage de dessins d'enfants
- Campagne « #MonsChezVous » qui propose de redécouvrir l'histoire du territoire
- Mise en valeur du patrimoine local/des sites/des points d'intérêt/attractions en attendant le déconfinement

La page Facebook était déjà alimentée quotidiennement avant le confinement et on voit que le lien est d'autant plus maintenu durant le confinement.

## Sur la page Instagram :

- Information sur les disponibilités de la MT et des activités du territoire

La page Instagram est très peu alimentée avec une seule publication (en Fr et en EN) pour annoncer les mesures prises.

# Maison du Tourisme du Pays de Charleroi

[Site web MT](#)

[Page Facebook](#)

[Page Instagram](#)



7 976 abonnés



1 081 abonnés

## Sur le site web :

- Ouverture du site : pop-up informant de la fermeture des attractions et restaurants et de l'annulation des événements

## Sur la page Facebook :

- Partage d'articles de blog dédiés au territoire et incitation à profiter de la nature en attendant la réouverture
- Partage de documentaires des Ambassadeurs RTBF (pré-confinement)
- Mise en valeur de paysages en attendant la fin du confinement
- Partage des articles du [Blog de Gîtes de Wallonie](#) pour les prestataires
- Campagne « [Un jour, une commune](#) » qui met en valeur les communes du territoire en attendant le déconfinement
- Partage des actions mises en place par les prestataires/partenaires
- Mise en valeur des produits locaux
- Mise en valeur du patrimoine local/des sites/des points d'intérêt/attractions en attendant le déconfinement
- Suggestions d'activités à faire après le déconfinement
- Partage des mesures prises par les prestataires/partenaires
- Partage de la page [Emilie en Wallonie](#) qui met en avant une destination wallonne quotidiennement à l'aide de cartes postales
- Mise en valeur des producteurs locaux
- Partage des webinaires organisés par les Gîtes de Wallonie pour les prestataires
- Campagne « [Découvrez nos musées, chez vous](#) » qui présente les musées du territoire en images
- Partage du listing des établissements horeca actifs durant le confinement
- Information sur les disponibilités de la MT

La page Facebook était déjà alimentée quotidiennement avant le confinement et on voit que le lien est d'autant plus maintenu durant le confinement.

## Sur la page Instagram :

- Aucune publication depuis de la crise.

La page Instagram est surtout alimentée pour mettre en valeur des lieux/commerces/attractions à visiter mais il n'y a plus eu de publications depuis le début du confinement.

# Maison du Tourisme du Pays des Lacs

[Site web MT](#)

[Page Facebook](#)

[Page Instagram](#)



7 182 abonnés



67 abonnés

## Sur le site web :

- Ouverture du site : pop-up informant de la fermeture des attractions et restaurants et de l'annulation des événements

## Sur la page Facebook :

- Partage de l'annulation ou du report d'événements
- Information sur les disponibilités de la MT
- Partage de la page de listing de randonnées du site pour profiter du confinement
- Partage du listing des établissements horeca actifs durant le confinement
- Partage d'idées de randonnées à faire pendant le confinement
- Partage des actions mises en place par les prestataires/partenaires
- Rappel des mesures imposées durant le confinement
- Mise en valeur des produits et producteurs locaux
- Partage d'un clip vidéo tourné avant le confinement sur le territoire
- Mise en valeur de paysages en attendant la fin du confinement
- Mise en valeur du patrimoine local/des sites/des points d'intérêt/attractions en attendant le déconfinement
- Partage de la page [Emilie en Wallonie](#) qui met en avant une destination wallonne quotidiennement à l'aide de cartes postales

La page Facebook était déjà alimentée quotidiennement avant le confinement et on voit que le lien est d'autant plus maintenu durant le confinement.

## Sur la page Instagram :

La page Instagram est existante mais il n'y a aucune publication.

# FEDERATION TOURISTIQUE DU LUXEMBOURG BELGE

[Site web](#)

[Site Pro](#)

[Facebook](#)

[Compte Instagram](#)



# FEDERATION TOURISTIQUE DU LUXEMBOURG BELGE



2 002 abonnés



15 623 abonnés

## Sur le site web grand public :

- Un bandeau comportant un message qui rappelle les mesures de confinement

## Sur le site web Pro :

- Page d'accueil : lien vers une [page d'informations](#) liées au coronavirus (annonces officielles + FAQ)
- Page d'accueil : lien vers une [page reprenant des résumés de webinaires](#) suivis par les équipes de la Fédération afin de préparer l'après-crise
- Page d'accueil : lien vers les [résultats d'une enquête](#) menée auprès des hébergements et attractions de la Province concernant les indemnités
- Page de l'observatoire : listing d'articles traitant du Covid-19 dans le tourisme (dans le cadre de la veille touristique)

## Sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram):

- Mise en avant de la destination en mentionnant la série télévisée « La Trêve » principalement tournée dans la Province
- Informations les mesures en vigueur dans le cadre du confinement et de son prolongement
- Interpeller les followers pour qu'ils partagent la photo du paysage depuis chez eux ([#LuxembourgbelgeDeChezVous](#))
- Informations sur les événements reportés ou annulés
- Inspiration de la destination : publication de la brochure [Regards d'Ardenne](#)
- Mise en avant des restaurants proposant les services à emporter ou livraisons

La page Instagram ne traite pas du tout de la crise sanitaire. C'est sur le site Pro et la page Facebook que la Fédération est la plus active par rapport à la crise.

# Maison du Tourisme de Gaume

[Site web MT](#)

[Page Facebook](#)

[Page Instagram](#)



Maison  
du Tourisme  
de Gaume



2 877 abonnés



511 abonnés

## Sur le site web :

- Page d'accueil : lien vers les informations sur les disponibilités de la MT

## Sur la page Facebook :

- Information sur les disponibilités de la MT
- Partage d'activités à faire avec les enfants pour les occuper durant le confinement
- Explications des mesures imposées durant le confinement (+ sources officielles)
- Partage de pages dédiées au voyage (pas nécessairement sur le territoire)
- Partage du magazine Regards d'Ardenne
- Mise en valeur d'un projet de financement participatif pour la création d'un nouveau sentier thématique (par la MT)
- Jeu de Pâques
- Partage des webinaires proposés par [Logitourisme](#)
- Coloriages pour les enfants

La page Facebook était déjà alimentée régulièrement avant le confinement. Elle est surtout utilisée en cette période pour inciter les gens à aider au financement de la création d'un nouveau sentier thématique (on peut imaginer que ça aurait été le cas avec ou sans confinement).

## Sur la page Instagram :

- Mise en valeur de paysages en attendant la fin du confinement
- Mise en valeur de produits locaux
- Incitation à la randonnée (dans le respect des consignes)

La page Instagram servait déjà au partage de paysages du territoire. On voit une légère croissance du nombre de publications durant le confinement mais la page Facebook reste beaucoup plus active que la page Instagram.

# Maison du Tourisme de la Haute Ardenne

[Site web MT](#)

[Page Facebook](#)

[Page Instagram](#)



3 428 abonnés



115 abonnés

## Sur le site web :

- Page d'accueil : lien vers les [informations](#) sur les disponibilités de la MT et les mesures imposées par le confinement sur le territoire
- Page d'accueil : lien vers le [communiqué d'Accueil Champêtre en Wallonie](#) à l'attention des propriétaires

## Sur la page Facebook :

- Information sur les disponibilités de la MT
- Partage du magazine touristique vidéo « [Bienvenue chez vous](#) » de Matele qui incite à découvrir la Wallonie pour planifier ses prochaines vacances
- Informations sur les mesures spécifiques aux hébergements
- Partage de recettes
- Partage du site des [Sentiers de Grande Randonnée](#)
- Partage du magazine Regards d'Ardenne
- Partage de documentaires des Ambassadeurs RTBF (pré-confinement)
- Jeu de Pâques
- Partage des actions mises en place par les prestataires/partenaires

La page Facebook continue d'être alimenté 1 à 3 fois par semaine mais les publications depuis le confinement sont orientées sur le sujet.

## Sur la page Instagram :

- Pas de publication depuis le confinement.

La page Instagram sert au partage de paysages mais n'est pas régulièrement alimentée et plus du tout depuis le début du confinement.

# Maison du Tourisme du Pays d'Arlon

[Site web MT](#)

[Page Facebook](#)



4 406 abonnés

## Sur le site web :

- Page d'accueil : informations sur les disponibilités de la MT + lien vers les sites officiels du coronavirus

## Sur la page Facebook :

- Information sur les disponibilités de la MT
- Partage de l'annulation ou du report d'événements
- Partage du listing des établissements horeca actifs durant le confinement pour la province
- Partage des mesures imposées par un arrêté du Gouverneur
- Appel au bénévolat pour le milieu hospitalier
- Partage d'une interview du bourgmestre d'Arlon au sujet de la crise
- Mise en valeur de la nature en attendant le déconfinement
- Incitation à la consommation locale
- Partage de la réglementation en vigueur pour les randonnées
- Nouvelles des employés de la MT en télétravail
- Concours de dessins pour les enfants sur le sujet du Pays d'Arlon
- Partage des webinaires proposés par [Logitourisme](#)

La page Facebook continue d'être alimenté 1 à 3 fois par semaine mais les publications depuis le confinement sont orientées sur le sujet.

# Maison du Tourisme du Pays de Bouillon en Ardenne

[Site web MT](#)

[Page Facebook](#)



6 920 abonnés

## Sur le site web :

- Aucune mention de la crise sur le site.

## Sur la page Facebook :

- Information sur les disponibilités de la MT
- Partage de l'annulation ou du report d'événements
- Mise en valeur de la nature en attendant le déconfinement
- Partage des articles du [Blog de Gîtes de Wallonie](#) pour les prestataires
- Interpellation des followers pour qu'ils partagent les endroits du territoire qu'ils ont hâte de retrouver

La page Facebook continue d'être alimentée 1 à 2 fois par semaine.

# Maison du Tourisme du Pays de Bastogne

[Site web MT](#)

[Page Facebook](#)

[Page Instagram](#)



1 053 abonnés



351 abonnés

## Sur le site web :

- Aucune mention de la crise sur le site.

## Sur la page Facebook :

- Partage du spot publicitaire de prévention contre le coronavirus (spot officiel)
- Partage de l'annulation ou du report d'événements
- Information sur les disponibilités de la MT
- Incitation à la randonnée (dans le respect des consignes)
- Partage du Magazine Regards d'Ardenne
- Mise en valeur de la nature en attendant le déconfinement
- Partage de [l'article sur l'appel à candidature de l'OMT](#) pour une reprise efficace du secteur
- Présentation des villages du territoire en vidéo
- Partage de séries dont les tournages se sont passés dans la Province
- Interpellation des followers pour qu'ils partagent une photo de ce qu'ils voient depuis leur fenêtre
- Partage de la page [Emilie en Wallonie](#) qui met en avant une destination wallonne quotidiennement à l'aide de cartes postales
- Incitation à consommer local
- Partage des visites virtuelles
- Partage du Plan de vol de l'émission Belges à domicile vus du ciel qui survole la Wallonie en hélicoptère durant le confinement
- Mise en valeur des activités ou curiosités du territoire (suite d'une campagne existant avant le confinement)
- Partage des actions mises en place par les prestataires/partenaires

La page Facebook continue d'être alimentée 3 à 4 fois par semaine mais les nouvelles publications sont pratiquement toutes en lien avec la crise sanitaire.

## Sur la page Instagram :

- Mise en valeur de la nature en attendant le déconfinement.

La page Instagram est très peu alimentée mais c'était déjà le cas avant le confinement.

# Maison du Tourisme Cœur de l'Ardenne, au fil de l'Ourthe & de l'Aisne

[Site web MT](#)

[Page Facebook](#)

[Page Instagram](#)



4 264 abonnés



253 abonnés

## Sur le site web :

- Aucune mention de la crise sur le site.

## Sur la page Facebook :

- Partage de l'annulation ou du report d'événements
- Information sur les disponibilités de la MT
- Partage du listing des établissements horeca actifs durant le confinement pour la province
- Partage des informations provenant des communes
- Partage de l'arrêté du Gouverneur de la province
- Mise en valeur du patrimoine local/des sites/des points d'intérêt/attractions/hébergements en attendant le déconfinement
- Partage de l'émission La Grande Balade – RTL TVI tournée sur le territoire
- Partage de la FAQ de la Fédération
- Partage du Magazine Regards d'Ardenne
- Publication du nouveau guide touristique
- Partage de la page [Emilie en Wallonie](#) qui met en avant une destination wallonne quotidiennement à l'aide de cartes postales
- Incitation à consommer local
- Explications pour les propriétaires d'hébergement
- Mise en valeur de la nature en attendant le déconfinement
- Partage d'un [article paru dans la presse](#) sur la préparation de l'après-covid
- Incitation à se faire certifier Access-i pour les prestataires
- Partage des actions mises en place par les prestataires/partenaires
- Incitation à consommer local
- Partage des [conférences du 1890](#)
- Incitation à la randonnée (dans le respect des réglementations)

La page Facebook était déjà alimentée quotidiennement et continue de l'être en cette période de confinement. Il s'agit beaucoup de partages (vs. publications propres).

## Sur la page Instagram :

La page Instagram est existante mais n'est plus alimentée depuis des années.

# Maison du Tourisme Haute-Sûre Forêt d'Anlier en Ardenne

[Site web MT](#)

[Page Facebook](#)

[Page Instagram](#)

## Sur le site web :

- Page d'accueil : annulation ou report d'événements

## Sur la page Facebook :

- Partage de l'annulation ou du report d'événements
- Information sur les disponibilités de la MT
- Partage du listing des établissements horeca actifs durant le confinement dans la Province
- Incitation à la randonnée (dans le respect des réglementations)
- Partage de l'arrêté du Gouverneur de la province
- Partage de recettes
- Mise en valeur de la nature en attendant le déconfinement
- Partage de la page [Emilie en Wallonie](#) qui met en avant une destination wallonne quotidiennement à l'aide de cartes postales
- Interpeller les followers avec des défis (test de connaissances)

On constate une croissance de l'activité sur la page Facebook depuis le début du confinement (3-4 publications par semaine).

## Sur la page Instagram :

La page Instagram n'a pas été utilisée depuis le début du confinement.



1 112 abonnés



145 abonnés



# Maison du Tourisme de la Forêt de Saint- Hubert

[Site web MT](#)

[Page Facebook](#)

[Page Instagram](#)



2 188 abonnés



650 abonnés

## Sur le site web :

- Page d'accueil : lien vers les informations sur les disponibilités de la MT

## Sur la page Facebook :

- Information sur les disponibilités de la MT
- Mise en valeur de la nature en attendant le déconfinement
- Partage des informations relatives à la crise relayées par la Fédération
- Mise en valeur des producteurs locaux
- Mise en valeur du patrimoine local/des sites/des points d'intérêt/attractions en attendant le déconfinement
- Partage du magazine Regards d'Ardenne
- Interpellation des followers pour qu'ils partagent ce qu'ils voient depuis leur fenêtre
- Partage d'activités à faire après le confinement
- Partage des actions mises en place par les prestataires/partenaires
- Partage de la page [Emilie en Wallonie](#) qui met en avant une destination wallonne quotidiennement à l'aide de cartes postales
- Partage des actions mises en place par d'autres MT voisines
- Mise en valeur des artistes du territoire

La MT continue de publier 2 à 3 fois par semaine mais les nouvelles publications sont surtout en lien avec le confinement.

## Sur la page Instagram :

- Mise en valeur de la nature en attendant le déconfinement

Une seule publication depuis le début du confinement.

# FEDERATION DU TOURISME DE LA PROVINCE DU BRABANT WALLON

[Site web](#)

[Facebook](#)

[Compte Instagram](#)



# FEDERATION DU TOURISME DE LA PROVINCE DU BRABANT WALLON



1 153 abonnés



17 161 abonnés

## Sur le site web grand public :

- Page d'accueil : le bandeau défilant comporte un lien vers une page qui reprend un message annonçant les [circonstances exceptionnelles](#)

## Sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram):

- Mise en avant de sites/lieux pour valoriser la destination
- Relayer les actions des Organismes de la Province
- Interpeller les followers pour qu'ils reconnaissent des lieux de la Province
- Relayer les actions des attractions de la Province
- Partage de jeux et dessins pour les enfants
- Interpeller les followers pour qu'ils partagent ce qu'ils voient de leur fenêtre
- Partage de visites virtuelles de musées, attractions, sites, etc.
- Partage de recettes
- Information sur les reports ou annulations d'événements
- Partage de photos de l'équipe de la Fédération en télétravail
- Partage de lien de la plateforme de solidarité du BW
- Informations sur les mesures imposées par le gouvernement
- Interpeller les followers pour qu'ils postent des photos avec #destinationbw durant le confinement
- Repost de photos prises par des followers pour mise en valeur de la destination

C'est sur la page Facebook que la Fédération est la plus active avec des publications (presque) quotidiennes. La page Instagram se veut inspirationnelle avec des publications plus régulières depuis le confinement.

# Maison du Tourisme Hesbaye brabançonne

[Site web MT](#)

[Page Facebook](#)



241 abonnés

## Sur le site web :

- Page d'accueil : lien vers les informations sur les disponibilités de la MT

## Sur la page Facebook :

- Incitation à consommer local

La MT continue de publier 2 à 3 fois par semaine mais les nouvelles publications sont surtout en lien avec le confinement.

## Sur la page Instagram :

- Mise en valeur de la nature en attendant le déconfinement
- Partage d'un documentaire des Ambassadeurs RTBF (préconfinement)
- Information sur les disponibilités de la MT

On remarque très peu d'activité sur la page Facebook.