

# QUAND LA MAISON DU TOURISME PAYS DES LACS PIMPE SA COMMUNICATION...



**CIMI** TOURISME

 **Wallonie**  
tourisme  
CGT

 **PAYS  
DES LACS**  
Maison  
du Tourisme



## QUAND LA MT PAYS DES LACS PIMPE SA COMMUNICATION...

« **MAISON DU TOURISME PAYS DES LACS** – Afin de répondre aux tendances actuelles du secteur touristique, mais aussi pour repenser sa stratégie suite à la crise sanitaire, le personnel de la Maison du Tourisme **Pays des Lacs** a relifté sa communication papier et digitale. Un magazine expérientiel au contenu tendance et au design séduisant, un site internet avec des adaptations en lien avec la demande et des réseaux sociaux comportant une stratégie ciblée et structurée ».

### I. LE PAYS DES LACS, UNE IMMERSION TOTALE PRÈS DE CHEZ VOUS

**Plus besoin de partir loin pour s'évader.** Embarquez pour une aventure hors des sentiers battus. Une nature intacte, des forêts centenaires, cinq des plus belles étendues d'eau de Belgique... Le **Pays des Lacs** ne vous laissera pas de glace. De la simple balade, à la dégustation de spécialités en passant par des activités nautiques, jusqu'à la découverte d'espèces à observer, vous allez oublier l'ennui. Véritable perle située au cœur de la Belgique, laissez-vous envahir par le charme du **Pays des Lacs**.

**Réinventons le voyage... ensemble.** Désormais, voyager, c'est aussi s'engager pour l'environnement et l'économie locale. Au **Pays des Lacs**, soutenir les acteurs du tourisme et protéger la nature sont au centre de nos préoccupations. L'équipe de la Maison du Tourisme se réinvente sans cesse dans ce but. La région offre des services, activités, commerces, restaurants et hébergements qui valorisent et préservent la pérennité de cette nature. Vous pouvez ainsi partir à la découverte de l'authentique que seuls les initiés connaissent. Le dépaysement est garanti. Pour une excursion en solo ou en groupe, un moment à deux ou même un séjour entre amis, vous vous sentirez comme un poisson dans l'eau. Accompagnés par notre équipe de passionnés aux petits soins pour vous et la Nature.



## II. UN MAGAZINE TOURISTIQUE EXPÉRIENTIEL

« Abandonner l'idée de présenter nos opérateurs touristiques sous forme de joyeux listing des adhérents... Proposer un contenu qualitatif, en termes d'écriture, de photographies, de design, mais également en termes de format : telle était la volonté de notre Maison du Tourisme **Pays des Lacs** pour notre tout fraîchement imprimé magazine touristique » confie fièrement Jean-Marc Delizée, Président de la Maison du Tourisme **Pays des Lacs**. Pour ce faire, un marché public de services fût lancé en janvier avec comme prestataires retenus : Sophie Lapy pour le contenu rédactionnel et Maud Samaha pour l'aspect graphique. Les objectifs poursuivis étaient les suivants : éveiller l'envie, un ton rédactionnel suscitant l'émotion, une présentation axée sur nos 3 persona (famille/amis/couple), des bons plans, un design séduisant, une mise en page moderne et tendance conforme à notre ADN touristique, un format magazine, etc.

Né du premier confinement en réponse à un fort besoin collectif de se reconnecter à l'essentiel, ce magazine touristique vous offre une lecture expérientielle. Ce support propose 62 pages pour se ressourcer, découvrir, savourer, s'amuser, se relaxer, etc. Exit les coins touristiques bondés et le tumulte de la vie quotidienne. Au **Pays des Lacs**, on rentre dans une nature luxuriante et sauvage, on se balade au sein de villages bucoliques, on apprend les us et coutumes d'antan dans un musée, on vit un folklore atypique, on goûte une bière locale chez un producteur passionné, etc. Des familles vous livrent leurs idées pour une journée off idéale avec les enfants, des amis vous expliquent leurs chouettes virées, des couples vous partagent leurs séjours relaxants, etc. Tout cela sous diverses formes afin de varier le rythme de lecture : interviews de touristes, rencontres avec nos opérateurs, avis d'habitants et/ou de personnalités locales, petits encarts avec des bons plans, etc. Ce support s'apparente à une carte de visite invitant à la découverte de notre région. Toutes les informations pratiques comme les horaires, les prix, etc. se trouvant sur notre site web [www.cm-tourisme.be](http://www.cm-tourisme.be)



« La mort du papier n'est pas imminente, et ce surtout dans le secteur touristique où la brochure touristique reste Reine au sein de notre accueil Maison du Tourisme **Pays des Lacs**, ainsi que dans nos Offices du Tourisme et Syndicats d'Initiative. Dans un monde de plus en plus digitalisé, le papier est symbole de lenteur et d'apaisement. Cependant, et en respect de nos valeurs éco-responsables, nous sommes très attentifs à l'impression en utilisant du papier recyclé et en limitant les tirages » poursuit Jean-Marc Delizée, Président de notre Maison du Tourisme **Pays des Lacs**. Le magazine a été imprimé à 20.000 exemplaires, dont 15.000/FR et 5.000/NL. Une petite enquête sera réalisée en fin d'année pour analyser si la brochure NL doit être autre chose qu'une simple déclinaison FR. Une présentation en EN, et éventuellement en DE, sera envisagée dans un second temps.

Il est important de souligner que notre communication papier est complémentaire à notre communication digitale et vice-versa. En effet, notre magazine nous permettra d'avoir un écho plus macro de notre offre touristique, tandis que nos supports digitaux vont davantage dans le détail. Notre but étant toujours d'aborder l'information mais sous un angle différent.

### III. UN SITE WEB EN CONSTANTE ÉVOLUTION

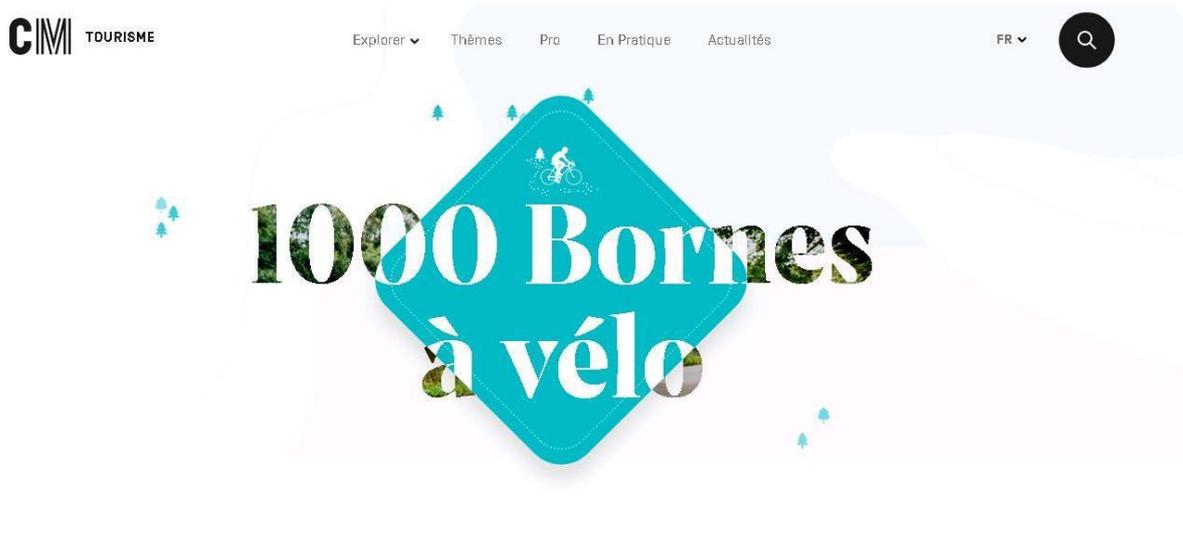
Pour rappel, depuis janvier 2019, notre Maison du Tourisme **Pays des Lacs** travaille conjointement avec la Maison du Tourisme Pays de Charleroi au développement d'une offre web de qualité, en professionnalisant les produits existants et encourageant les retombées économiques locales. Tout cela dans l'objectif ultime de devenir une destination à part entière pour le court-séjour.

#### III.1. Adaptations 2020

Ces adaptations ont été effectuées avant la pandémie. Celles-ci étant d'autant plus légitimes depuis la crise. En effet, les gens éprouvent un grand besoin de s'évader et de prendre un bon bol d'air frais. Mais aussi de se retrouver entre collègues suite à cette longue période de télétravail.

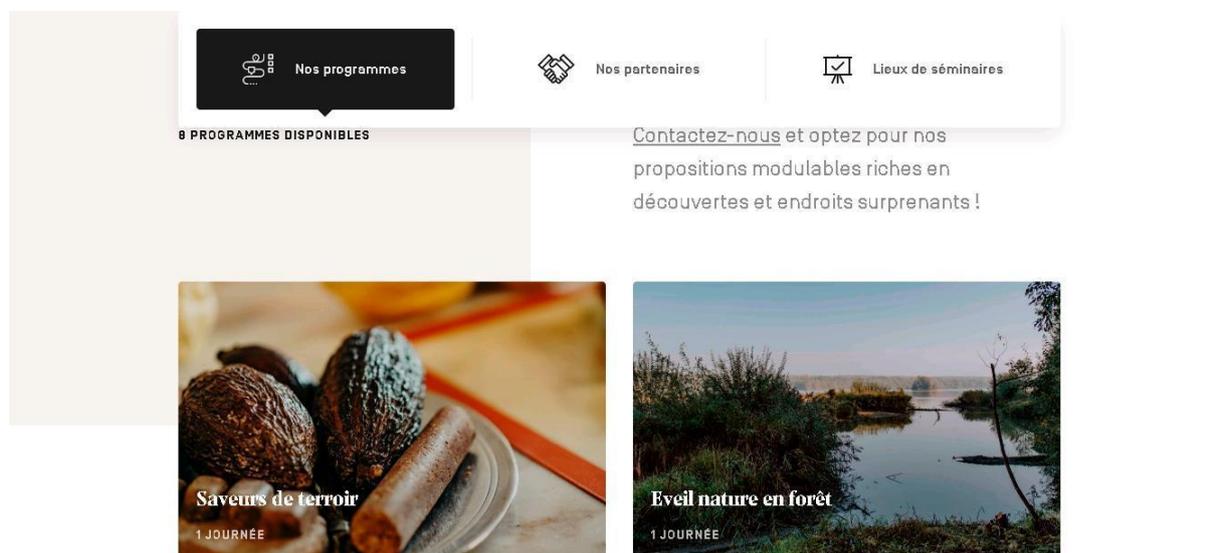
**Les pages 1000 Bornes à vélo** - <https://www.cm-tourisme.be/fr/1000-bornes-a-velo>

Celles-ci expliquent le principe des points-nœuds, présentent nos balades coup de cœur et d'autres suggestions. L'utilisateur a l'opportunité de créer son propre parcours avec l'un des planificateurs mis à sa disposition. Un formulaire permettant la remontée des problèmes rencontrés sur le terrain (balisage, support de balise, etc.) est également proposé. Pour maintenir une qualité des itinéraires, un réseau de parrains s'occupera d'une veille et du suivi.



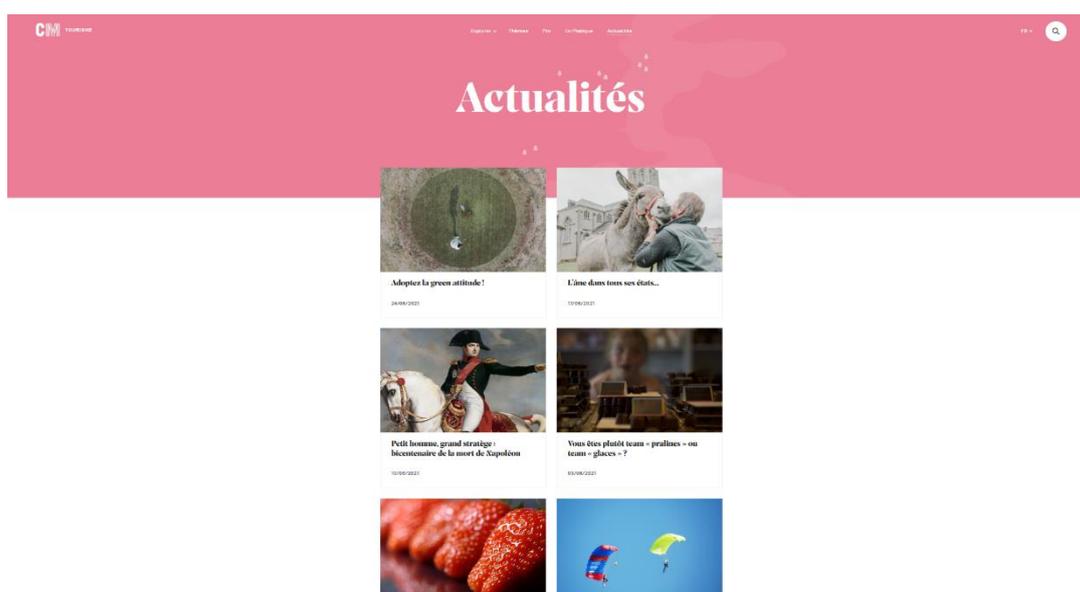
**Les pages team building** - <https://www.cm-tourisme.be/fr/professionnels/nos-programmes>

Nous avons créé 4 journées team building à l'attention des entreprises : au fil de l'eau et du patrimoine, activités fun aux lacs de l'Eau d'Heure, éveil nature en Forêt du Pays de Chimay et saveurs de terroir. Ces propositions sont bien évidemment modulables. On y trouve aussi une liste non-exhaustive de partenaires vous proposant une demi-journée, voire une journée inspirante d'activités team building. Mais aussi des locations de salles pour vos séminaires, conférences, congrès, événements d'entreprises, formations, ateliers, etc.



**Une rubrique Actualités** - <https://www.cm-tourisme.be/fr/actualite>

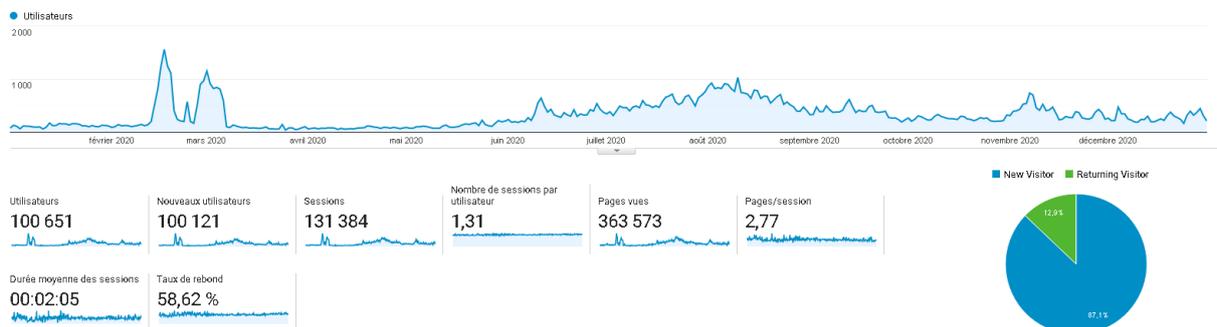
Depuis le mois de septembre, nous avons lancé la rubrique actualités afin d'apporter du contenu sous un angle différent, mais surtout pour augmenter la fréquentation et le référencement du site. Rythme rédactionnel : 2 articles **Pays des Lacs**/mois de septembre à octobre et 1 article/mois de novembre à fin mars. Sans oublier les articles sur la Métropole où nous collaborons sur des sujets transversaux avec la MT du Pays de Charleroi. Les sujets sont divers et variés : pratique de la pêche aux lacs de l'Eau d'Heure, la pratique du golf dans la Métropole, le moulin de Tromcourt et ses farines artisanales, etc. Ces articles sont également relayés sur notre Page Facebook.



### III.2. Quelques chiffres Web

La saison dernière, on a reçu 100.651 visites. On peut apercevoir un pic de fréquentation lors de notre campagne sur Facebook entre la mi-février et la mi-mars. Sur cette seule période, nous avons accueilli 12% des visiteurs. Chaque année, la fréquentation digitale augmente en période estivale. Parallèlement à ce phénomène, depuis le 8 juin 2020, nous avons développé notre stratégie réseaux sociaux en structurant notre communication sur Facebook, et en lançant notre page Instagram.

En pratique, l'étouriste reste en moyenne 2,05 minutes sur le site, et visite en moyenne 2,77 pages. Parmi les 89.668 visiteurs qui restent en moyenne plus de 35 secondes sur notre site Internet, nous retrouvons dans le top 5 : les Belges à raison de 86,66%, les Français pour 8,62%, les Néerlandais pour 2,62 %, les Chinois pour 0,9% et les Allemands pour 0,69%.



## IV. VALORISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX

En interne, une stratégie sur nos réseaux sociaux s'est articulée autour de 5 grandes catégories : patrimoine & histoire/nature/terroir/activités/événements. En outre, elle s'est envisagée en 6 étapes :

- Développer la notoriété auprès de notre public-cible (belge francophone - femme - de 18 à 45 ans) : augmenter le nombre d'interactions - augmenter notre communauté - amener une communauté passive en communauté active ;
- Développer la prise en considération de notre offre : inviter à cliquer sur le lien de notre page Internet ;
- Développer la conversion : les personnes réservent depuis notre site Internet ;
- Développement et suivi de l'expérience : durant le séjour ;
- Fidéliser et développer la recommandation : après le séjour.

Le rythme des publications est de 5 à 6 posts Facebook par mois et 4 posts et 2 stories Instagram.

### IV.1. Facebook

Au 28 décembre 2020, nous comptons 10.104 fans, soit une augmentation de 45,54% par rapport au 31 décembre 2019. L'augmentation entre 2018 et 2019 tournait autour de 15,7%. Le nombre total de vues de nos différents posts est de 1.150.468 vues avec 66.686 commentaires ou réactions. Nous avons un taux d'engagement de notre communauté de 5,8%. En outre, on peut constater que notre profil utilisateur Facebook est davantage féminin avec 63% de femmes contre 36% d'hommes.



## IV.2. Instagram

Nous avons lancé la page Instagram en date du 8 juin 2020. En ce début du mois de juillet 2021, nous comptons 865 abonnés. La portée totale de nos publications en 2020 est de 294.554 likes. Le taux d'engagement est de 6,23%. De belles photos qui font la part belle à nos attractions, coins verts, balades, artisans, producteurs, musées, villages bucoliques, etc.



## MAISON DU TOURISME PAYS DES LACS

Route de la Plate Taille 99  
6440 Boussu-lez-Walcourt

Tél. : 071/14.34.83

[info@lepaysdeslacs.be](mailto:info@lepaysdeslacs.be)

[www.cm-tourisme.be](http://www.cm-tourisme.be)

[Facebook](#) : Pays des Lacs

[Instagram](#) : paysdeslacs