

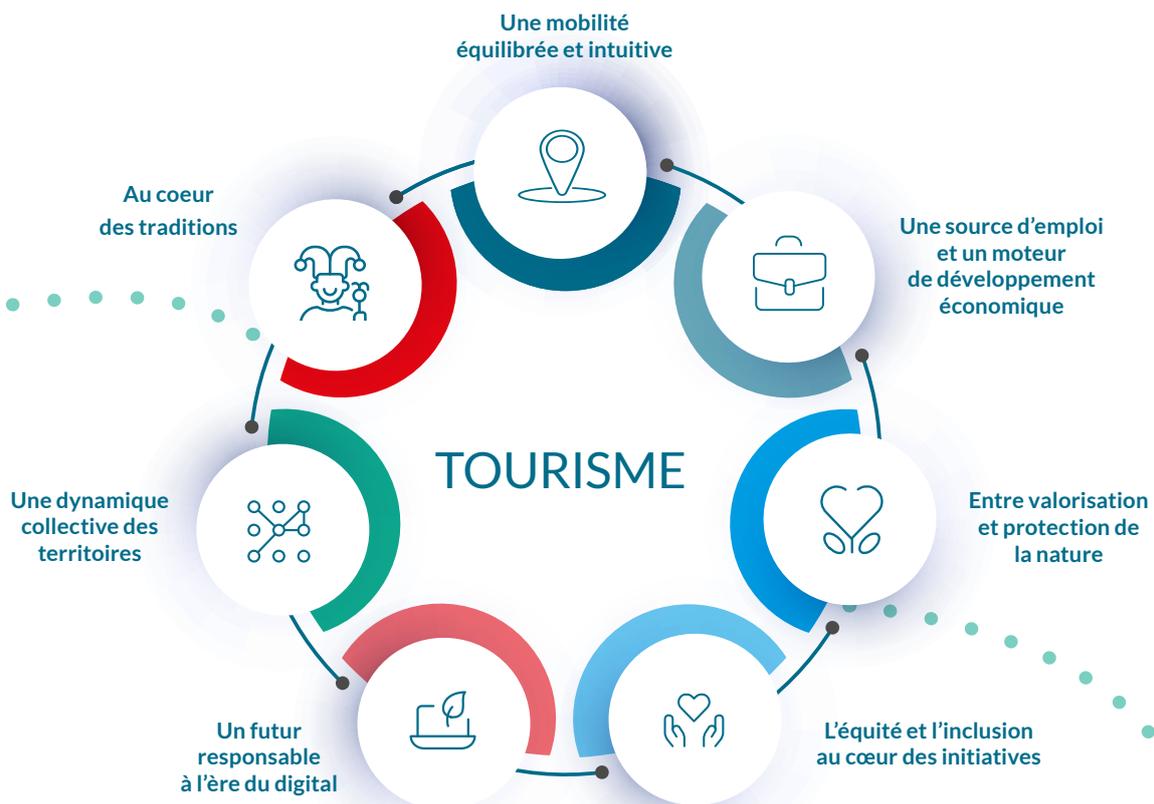


LE CGT EXPLORE  
LES FUTURS DU  
**TOURISME WALLON**

ENSEMBLE, DÉVELOPPONS  
UN TOURISME DE QUALITÉ

# SOMMAIRE

- Pour envisager le futur, déchiffrons en quelques instants le présent
- La Wallonie touristique de 2035: une vision audacieuse
- Les 4 leviers de la transition
- Pour une gouvernance solide
- Tourisme et ... interconnexions



Nous remercions Etienne Claude, Directeur général de VISITWallonia pour sa participation à la réflexion et l'émission "Déclic- Le Tournant" avec Arnaud Ruysen pour les apports précieux à l'éveil de nos consciences.

**Nous vous souhaitons une bonne exploration.**

# LE COMMISSARIAT GÉNÉRAL AU TOURISME EXPLORE LES FUTURS DU TOURISME WALLON

Le monde a été confronté ces dernières années à plusieurs crises sans précédent : sanitaire, économique, énergétique, sociale et géopolitique. Ce climat d'incertitudes polarise la société sur toute une série de valeurs économiques, environnementales, éthiques et sociales.

Les changements climatiques nous poussent à voir la réalité sous un nouveau jour et à repenser notre relation à la planète. Le vieillissement de la population, les fluctuations du pouvoir d'achat, l'évolution rapide des technologies ou la protection de la biodiversité sont autant d'enjeux qui bouleversent nos repères et influencent nos stratégies de développement.

L'instabilité de notre société nous pousse à imaginer un monde de demain souhaitable, capable de s'adapter aux impermanences permanentes. Et ce malgré les conservatismes qui pourraient freiner les initiatives.

Le secteur du tourisme joue un rôle essentiel dans le développement. Très diversifié, il véhicule des valeurs d'ouverture et de partage. Il peut être un moteur de transition vers une société plus positive, humaine, prospère et robuste.

Ils en sont convaincus à la [Commission européenne](#) et à l'[ONU Tourisme](#). Le CGT partage cette conviction.

La Wallonie a la chance d'avoir de nombreux atouts naturels, culturels et patrimoniaux sur un territoire restreint. Ces richesses peuvent séduire et fidéliser

de nouveaux visiteurs. Elles contribuent à la vitalité de notre région, tant en tourisme de loisirs que d'affaires.

L'objectif du CGT avec ce document est d'alimenter la réflexion sur le tourisme wallon à l'horizon 2035.

Les membres du staff du CGT ont travaillé ensemble à l'élaboration de ce document, avec la contribution de VISITWallonia. Ils proposent des orientations pour une politique volontariste et une stratégie qui seraient guidées par une économie nouvelle, plus humaine, incluant également les préoccupations environnementales et sociales.

Attentif au bien commun et à l'écoute des partenaires, le CGT souhaite créer un avenir désirable pour tous les participants à l'écosystème touristique : acteurs du secteur, organismes, associations professionnelles, opérateurs, académiques, institutionnels, touristes et citoyens.

Le CGT sera aux côtés du Gouvernement wallon pour décliner les stratégies en programmes de développement opérationnels.



Pour le Staff du CGT, Barbara Destrée  
Commissaire générale au Tourisme

# POUR ENVISAGER LE FUTUR, DÉCHIFFRONS EN QUELQUES INSTANTS LE PRÉSENT

## Acteurs du tourisme wallon

|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
| <b>3.237</b><br>hébergements marchands reconnus par le CGT | <b>3.259</b><br>hébergements marchands non reconnus par le CGT | <b>326</b><br>attractions et sites touristiques | <b>230</b><br>organismes touristiques   |
| <b>2</b><br>Parcs nationaux                                | <b>13</b><br>Parcs naturels                                    | <b>16</b><br>sites inscrits à l'UNESCO          |  |

## Mobilité

|                             |   |   |  |
|-----------------------------|---|---|--|
| <b>1.500 km</b><br>de RAVeL | <b>2.000 km</b><br>d'itinéraires vélo longue distance | <b>8.858 km</b><br>de réseaux points nœuds vélo | <b>21.140 km</b><br>de chemins pédestres balisés |
|-----------------------------|---|---|--|

## Budget

|   |  |  |   |
|---|--|--|---|
| <b>31,7%</b><br>de ménages wallons qui n'ont pas la capacité financière de partir 1 sem. en vacances/an | <b>3,6%</b><br>VA brute de l'économie wallonne | <b>5,5%</b><br>des postes de travail wallons |  |
|---|--|--|---|

## Touristes

|   |   |   |                                       |
|---|---|---|---------------------------------------|
| <b>16.500.000</b><br>nuitées/an                   | <b>2,4 nuitées</b><br>Durée moyenne d'un séjour                                     | <b>13.199.322</b><br>visiteurs dans les attractions | <b>3.400.000</b><br>visiteurs MICE/an |
| <b>31%</b><br>des touristes à besoins spécifiques |  |   |                                       |

Les données mentionnées sont majoritairement des données 2023, issues d'enquêtes clientèles ou de statistiques officielles disponibles sur les pages de l'OwT. <https://owt.tourismewallonie.be>

# 8,4/10

Taux de satisfaction des touristes qui viennent en Wallonie



# LA WALLONIE TOURISTIQUE DE 2035 : UNE VISION AUDACIEUSE

POUR QUE LA WALLONIE DEVIENNE UNE DESTINATION PRIVILÉGIÉE D'ICI 2035, LE CGT PROPOSE QUE SON DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE SOIT ANCRÉ DANS 5 VALEURS CLÉS : L'AUTHENTICITÉ, L'HOSPITALITÉ, LA (RE)CONNEXION, L'INTÉGRATION ET LA RÉGÉNÉRATION.

Ces 5 principes fondamentaux permettent un engagement pour un tourisme wallon proactif prospectif et audacieux. Ensemble, ces valeurs motrices esquissent un avenir pour le secteur touristique wallon, synonyme de résilience, d'inclusion, de sérénité et d'excellence, prêt à embrasser les défis futurs.



## AUTHENTICITÉ

L'authenticité d'un territoire est un des éléments importants de son attractivité.

La Wallonie de 2035 attire de nouveaux visiteurs, des investisseurs et des travailleurs. Comment ? Grâce à ses qualités intrinsèques revalorisées, une identité durable affirmée, une offre innovante et diversifiée, des services chaleureux et de qualité, une accessibilité optimale et une excellente réputation. Bien plus qu'une destination, la Wallonie de 2035, c'est une invitation à l'épanouissement et à l'étonnement.



## HOSPITALITÉ

L'hospitalité se définit comme l'ensemble des interactions locales, émotionnelles et relationnelles que les touristes établissent avec les résidents (l'autre) et leur cadre de vie (l'ailleurs) au cours de leurs activités touristiques.

L'accueil en Wallonie va bien au-delà de la simple prestation de services. C'est une convivialité qui se fait sentir dans chaque interaction. Les Wallons sont reconnus pour leur caractère affable, et cette qualité est mise en avant dans la communication. Il est important que chacun se sente bien quand il nous rend visite. La qualité de l'hospitalité wallonne en 2035 fait partie intégrante des motivations du séjour ou de la visite.



## (RE)CONNEXION

Le touriste de demain est toujours plus « connecté ». Il est aussi attentif aux impacts de la technologie sur la société, l'économie et l'environnement.

Les interactions entre les opérateurs touristiques et les visiteurs utilisent pleinement le potentiel du digital. L'intelligence artificielle générative permet d'hyper personnaliser l'expérience client, qui est aussi plus rapide et pratique. Les données générées aident à mieux piloter le développement touristique, comprendre les comportements et guident pour une expérience encore meilleure. Une utilisation des technologies éthique et responsable est favorisée. Nos relations et notre connexion au monde dans toute sa diversité sont préservées. L'humain est au centre des préoccupations.



## INTÉGRATION

### Fini les silos !

Pour un développement global et durable, depuis 10 ans, nous avons renforcé les liens entre les partenaires de chaque domaine relié au développement touristique et à tous les niveaux de pouvoir. Communes, Communautés, Régions, Europe : ensemble, nous avons collaboré pour façonner un avenir robuste. Le tourisme en 2035 est pris en considération dans les décisions. Chaque choix renforce l'attractivité globale de la Région. L'approche holistique est encouragée et les actions sont entreprises en concertation avec tous les partenaires.



## RÉGÉNÉRATION

### Le voyageur de 2035 choisit la Wallonie pour son approche vertueuse du tourisme.

On lui offre la possibilité de minimiser son impact négatif sur l'environnement et l'encourage à contribuer positivement à la restauration du territoire. Il a l'opportunité de participer activement à l'amélioration des écosystèmes locaux, à la revitalisation de la nature et de sa biodiversité, en respectant les habitants avec lesquels il interagit. Le touriste qui vient en Wallonie est un véritable catalyseur de changement vers un tourisme plus responsable.

L'équité et la répartition des bénéfices entre tous les acteurs de l'industrie touristique sont au centre des initiatives.

Les projets sont menés dans un esprit de collaboration et de respect de l'environnement naturel, patrimonial et humain.



## ENSEMBLE, OSONS L'AUDACE !

C'est en étant audacieux que nous pourrions aligner l'offre touristique wallonne avec les impératifs écologiques et sociaux de notre temps, tout en captivant l'imaginaire des visiteurs. Voyons le changement comme un tremplin, nous propulsant vers un tourisme plus responsable et un avenir plus harmonieux.

## ALORS, PRÊTS À EMBARQUER POUR LA WALLONIE DE DEMAIN ?





# LES 4 LEVIERS DE LA TRANSITION

UNE TRANSITION, QUEL QUE SOIT L'ENJEU CONCERNÉ, EST CARACTÉRISÉE PAR 4 ÉTAPES INCONTOURNABLES, QUI PEUVENT CŒXISTER, SE RENFORÇANT MUTUELLEMENT JUSQU'À MATURITÉ :

## 1 ÉVEIL, SENSIBILISATION ET INFORMATION

C'est le moment d'éveiller les esprits et de partager le constat que le statu quo n'est plus viable. À travers l'éducation et la sensibilisation, les services publics et leurs partenaires initient un mouvement de prise de conscience collective sur les raisons pour lesquelles il est urgent de repenser notre approche actuelle. Ils fournissent les éléments objectifs qui aident à la prise à la décision.

**NOTRE APPORT :** fournir des données qualitatives et quantitatives des indicateurs et des statistiques.

## 2 PROPOSITION D'ALTERNATIVES

L'heure est à l'inventivité, à la définition et l'adoption de nouvelles pratiques plus durables. Rien n'est perdu, au contraire, on gagne en adoptant des pratiques innovantes et respectueuses.

**NOTRE APPORT :** proposer des pratiques créatives et novatrices.

## 3 DYNAMIQUE COLLECTIVE

Chaque initiative individuelle peut inspirer et catalyser un changement généralisé, créant ainsi une dynamique vertueuse ou pragmatique. Les actions exemplaires sont mises en avant et encouragées.

**NOTRE APPORT :** susciter, collecter et faire connaître les initiatives.

## 4 RÉGULATION ET PÉRENNISATION

Pour ancrer durablement ces nouvelles pratiques, des cadres réglementaires sont établis, assurant ainsi la viabilité à long terme du nouveau modèle de développement.

**NOTRE APPORT :** proposer un encadrement juridique et procédural équilibré.



## POUR UNE GOUVERNANCE SOLIDE

UNE GOUVERNANCE SOLIDE EST INDISPENSABLE À LA CONSTRUCTION ET L'OPÉRATIONNALISATION DE STRATÉGIES ÉCLAIRÉES ET ALIGNÉES SUR LES BESOINS ÉCONOMIQUES, SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX.

Dans la relation avec le Gouvernement et ses partenaires, le CGT s'inscrit dans les principes de transparence et de confiance mutuelles afin de développer une gouvernance efficace. L'administration du tourisme est force de propositions, d'innovation et de créativité, son action est légitime, crédible et intègre. L'administration du tourisme assume ses missions de manière pérenne et continue malgré la complexité grandissante des enjeux, les évolutions sociétales et la multiplication des crises.

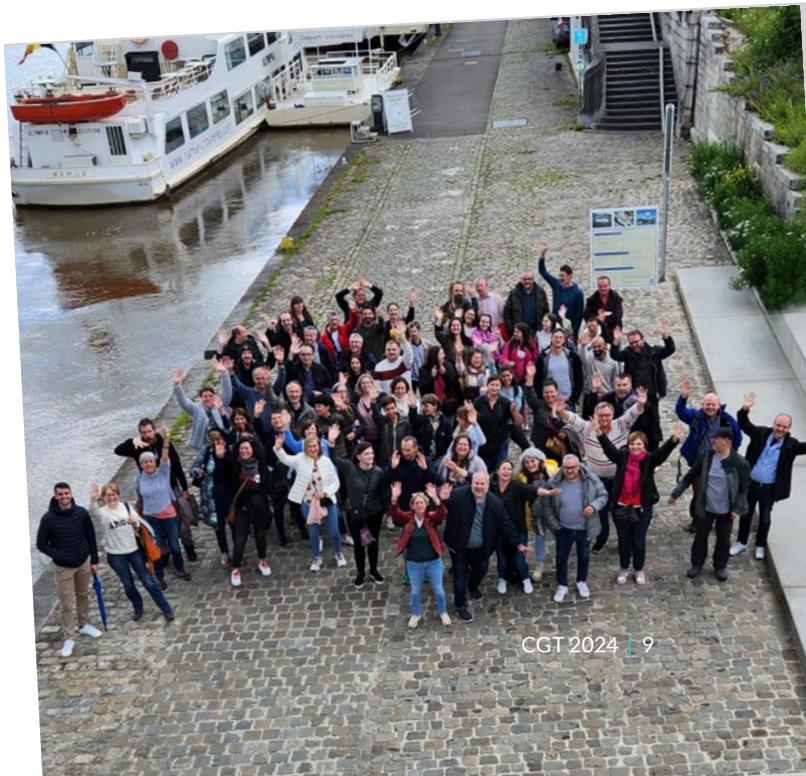
L'administration du tourisme mène à bien les politiques conduites par le Gouvernement tout en garantissant l'efficacité de ses missions de service aux usagers et en assumant sa responsabilité sociétale.

La Gouvernance interne au CGT évolue vers davantage de transversalité, dans la perspective d'une approche holistique de ses missions, d'agilité et de dynamisme.

Elle a pris la mesure de la nécessité de s'inscrire dans la transformation digitale et met en œuvre un programme ambitieux de gouvernance organisationnelle et budgétaire et sera en mesure de tenir compte des évolutions technologiques.

Les rôles et responsabilités de chaque acteur de l'écosystème du tourisme sont clarifiés et les partenariats amplifiés. L'implication active des parties prenantes et les mécanismes de démocratie participative dans les processus propositionnels et décisionnels renforcent la qualité des initiatives et des décisions.

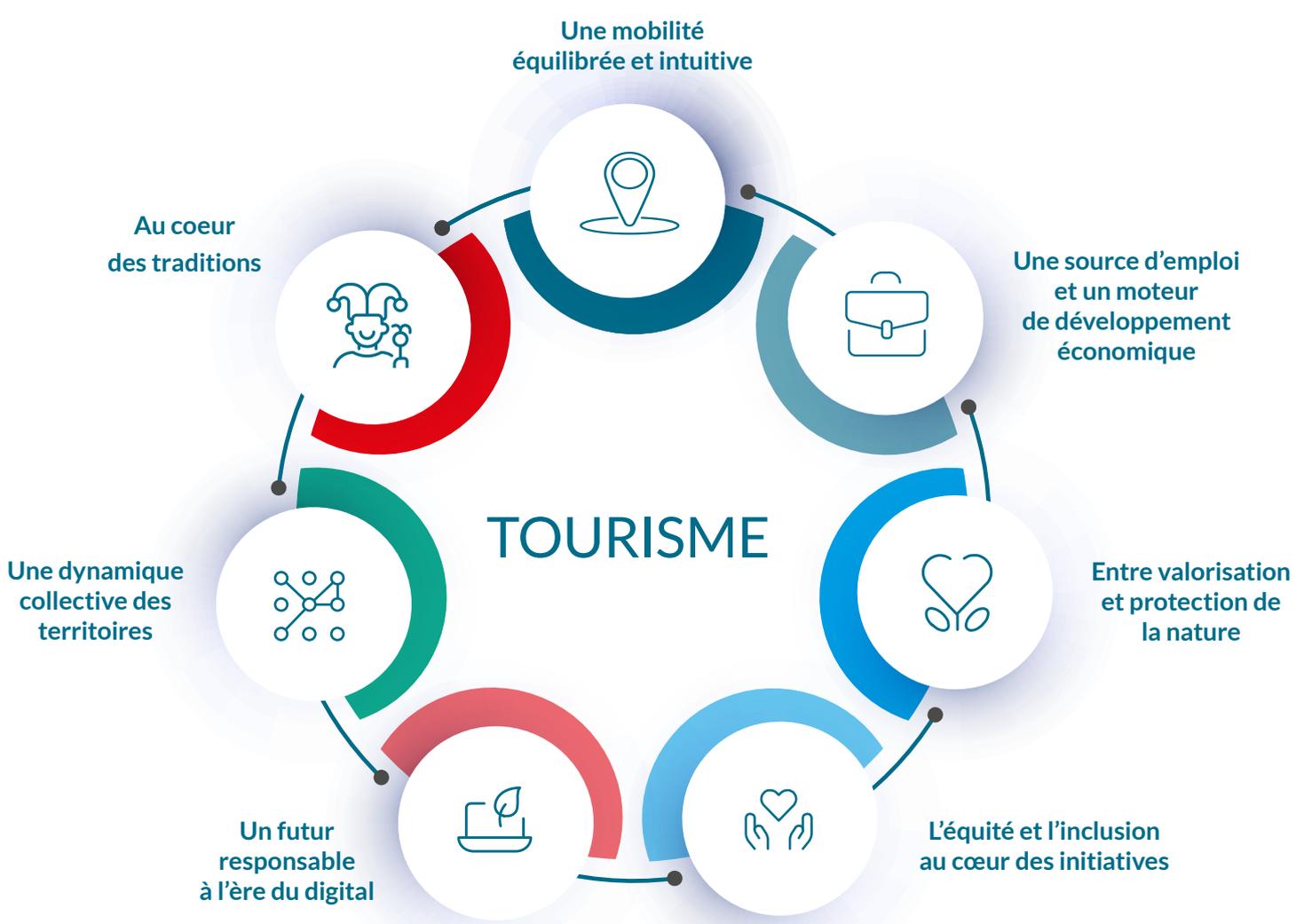
Les stratégies proposées sont robustes et s'inscrivent dans le long terme. Elles sont pensées et construites de façon croisée en lien avec toutes les compétences et dynamiques concernées. Leur développement repose sur des indicateurs économiques, sociaux et environnementaux pertinents à long terme pour permettre d'évaluer l'efficacité des politiques menées et les ajuster au besoin. Leur évaluation se veut également croisée pour considérer l'impact global des décisions prises. Elle est menée de façon continue et transparente.





# LE TOURISME ET... INTERCONNEXIONS

DIFFÉRENTS DOMAINES DE COMPÉTENCES SONT INTERCONNECTÉS AVEC LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA WALLONIE. DES POLITIQUES CROISÉES ET INTÉGRÉES SONT ESSENTIELLES, PRIORITAIREMENT SUR LES THÉMATIQUES SUIVANTES :





# UNE MOBILITÉ ÉQUILIBRÉE ET INTUITIVE

**LA MOBILITÉ EST UN DES ENJEUX D'AVENIR MAJEUR DU TOURISME WALLON, ET SANS DOUTE DE LA WALLONIE DE MANIÈRE GÉNÉRALE.**

Elle est au cœur de la transition vers des sources d'énergie plus propres et durables et est un défi important pour la solidarité. Une grande partie du territoire n'est accessible qu'en voiture, ce qui constitue un frein indéniable au transfert modal indispensable à la réduction de l'empreinte carbone du secteur et à la facilité de circulation de tous les publics.

La mobilité joue également un rôle crucial dans l'expérience touristique. Elle est souvent un des premiers contacts avec la destination et peut définir le ton de l'ensemble du voyage et l'expérience globale du séjour. Elle peut aussi faire partie intégrante du but du séjour. La Wallonie a, par exemple, renforcé ces dernières années son positionnement en matière de vélotourisme et d'itinérance douce avec cet objectif.

Les informations concernant les moyens de transport disponibles, leur prix et leurs horaires sont encore trop peu mises en avant.

## ZOOM SUR LES ACTIONS DU CGT ET DE SES PARTENAIRES

- Initiée dans le cadre du développement du tourisme à vélo, la collaboration structurelle avec le SPW Mobilité et infrastructures (SPW MI) s'étend aujourd'hui à tous les aspects de l'itinérance, à pied ou en matière de tourisme fluvestre. Un Observatoire des « modes actifs » commun a été créé.
- Le dialogue en matière de déplacements à des fins touristiques s'est installé avec l'Autorité organisatrice des Transports collectifs et partagés (AOT) et l'Opérateur de Transport de Wallonie (OTW).

## Les défis

- > Impact carbone
- > Valorisation de l'offre
- > Enrichissement de l'expérience touristique

## Le secteur touristique en chiffres aujourd'hui

### Les touristes se déplacent essentiellement en voiture

**25 kg**

de CO<sup>2</sup>/nuitée générés par les déplacements de et vers la Wallonie

**22,4%**

des territoires les plus touristiques sont accessibles en transports en commun

**762**

opérateurs labellisés Bienvenue vélo

**2.000 km**

d'itinéraires vélo longues distance

**8.858 km**

de réseaux points nœuds vélo

**21.140 km**

de chemins pédestres balisés

**2.800 km**

de circuits VTT

**7%**

des touristes pratiquent le tourisme fluvial

**1**

ligne bus Evasion V1 Bouillon - Orval



### Et si en 2035 ... ?

Un réseau de transports alternatifs à la voiture personnelle est étoffé et intégré aux autres modes de transport, fluvial et cycliste. Des applications de mobilité permettent de planifier et de combiner les différents modes de manière fluide (Mobility as a Service – MaaS). Les infrastructures et services liés au développement de ces modes de déplacement « doux » et « actifs » sont déployés, en étroite collaboration entre acteurs de la mobilité et du tourisme.

Les politiques de promotion et de marketing de la destination sont prioritairement adressées aux régions limitrophes : belges, français, néerlandais et allemands. L'imaginaire de la destination Wallonie est réenchanté vers un « exotisme de proximité » pour les publics proches, cibles prioritaires.

Les vélotouristes, randonneurs et plaisanciers wallons et des régions limitrophes (re)visitent la Wallonie pour la qualité et la diversité de son offre facilement accessible en transport en commun et pour la qualité de vie ainsi générée.



# UNE SOURCE D'EMPLOI ET UN MOTEUR DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

**LE SECTEUR TOURISTIQUE JOUE UN RÔLE SIGNIFICATIF DANS L'ÉCONOMIE WALLONNE EN CONTRIBUANT À LA CRÉATION D'EMPLOIS NON DÉLOCALISABLES, À LA PRODUCTION DE SERVICES DIRECTS ET INDIRECTS OU ENCORE EN STIMULANT LE DYNAMISME ENTREPRENEURIAL.**

Les statistiques et études développées au sein de l'Observatoire wallon du Tourisme du CGT (OwT) en partenariat avec l'Institut wallon de l'Évaluation, de la Prospective et de la Statistique (IWEPS) ne font que le confirmer. La prise de conscience accrue de l'impact social et environnemental des activités du secteur ces dernières années pousse à réfléchir à un modèle de développement plus durable. Elle suscite la réflexion et la recherche d'innovations dans nos modes de fonctionnement, administratifs ou juridiques. Des modèles économiques tels que l'économie de la fonctionnalité, circulaire ou collaborative ou encore la mutualisation des services apparaissent et permettent un impact réduit sur l'environnement et un partage plus équilibré des ressources.

Ces mouvements s'accompagnent d'une transformation profonde du monde du travail et d'une pénurie de certains métiers de services. Les sections « Tourisme » des hautes écoles et universités peinent plus qu'auparavant à attirer les étudiants. Les salariés recherchent un meilleur équilibre entre vie privée et vie professionnelle, plus de reconnaissance, une plus grande flexibilité et la quête de sens au travail est exacerbée. Les entreprises qui travaillent sur leur ADN (raison d'être) favorisent l'engagement et la motivation des collaborateurs et futurs candidats.

La digitalisation des services entraîne une mutation de certains métiers et la question du maintien des emplois en qualité et quantité se pose. La multiplicité des métiers du secteur touristique complexifie la nature et le nombre des réponses à apporter aux différents enjeux énoncés.

Malgré la vivacité économique observée, les banques restent frileuses à soutenir les entrepreneurs débutant dans le tourisme en raison des risques perçus et de sa volatilité. Même si le phénomène est moins prégnant qu'à la sortie de la crise sanitaire, de nombreuses structures peinent encore à trouver des travailleurs.

## ZOOM SUR LES ACTIONS DU CGT ET DE SES PARTENAIRES



- L'accompagnement à la professionnalisation des opérateurs du secteur est au cœur des missions des structures régionales : séances de sensibilisation et formations aux enjeux du secteur sont organisées en concertation avec le CGT, VisitWallonia et le Centre de Compétences Tourisme du Forem. Les médias employés sont agiles et dynamiques.
- Une collaboration structurelle avec différents services du Forem s'est installée pour une prise en considération coordonnée des réponses à apporter aux problématiques d'emploi.
- Les partenariats avec les écoles et universités actives dans les cursus tourisme sont nombreux, pour une revalorisation de ces métiers sur le sol wallon et une meilleure adéquation entre besoins du secteur et formation initiale.

## Les défis

- > Attractivité des métiers du tourisme
- > Innovation dans les modèles d'affaires
- > Qualité des services et de l'accueil



## Le secteur touristique en chiffres aujourd'hui

**3,6%**

Valeur ajoutée  
brute de l'économie  
wallonne

**5,5%**

des postes de travail  
wallons

**7 milliards**

de chiffre d'affaires

**59 000**

emplois ETP

**126€**

Dépense moyenne  
d'un touriste/jour

**4%**

Taux de création nette  
d'entreprises  
en constante augmentation  
depuis 2019

**2/3**

des opérateurs qui ont  
opéré des recrutements  
ont eu des difficultés  
en 2023/24

**1<sup>ère</sup>** cause de  
difficultés de  
recrutement :

l'insuffisance de  
compétences,  
juste devant l'absence  
de candidat



### Et si en 2035 ... ?

Les entreprises du secteur touristique jouent un rôle dynamique dans la transformation du modèle économique de la Wallonie vers un développement durable et robuste. Elles sont soutenues par des programmes d'accompagnement des services publics, des banques, du mécénat ou de financement participatif.

L'amélioration continue est au cœur des préoccupations. Les outils de formation sont diversifiés et facilement accessibles.

L'image des métiers du secteur est revalorisée. La valeur ajoutée du secteur a augmenté et des emplois de qualité attirent étudiants et travailleurs.

L'hybridation des temps de travail et de loisirs a été prise en compte et facilitée par des équipements, services et modèles d'affaires adaptés au bénéfice des travailleurs et des touristes.

Des Start-ups innovantes spécifiques aux besoins de l'économie touristique ont vu le jour et répondent de façon agile aux attentes du moment.



# ENTRE VALORISATION ET PROTECTION DE LA NATURE

LES ESPACES NATURELS CONSTITUENT UNE PART IMPORTANTE DU TERRITOIRE WALLON ET LEUR POTENTIEL D'ATTRACTIVITÉ POUR DES ACTIVITÉS DE LOISIRS EST INDÉNIABLE, D'AUTANT PLUS QU'ILS SONT ACCESSIBLES GRATUITEMENT ET LIBREMENT À TOUS.

L'offre « nature » est variée sur un territoire restreint. Sa valorisation est au cœur des stratégies touristiques menées : déploiement du vélotourisme et de l'itinérance douce, du slow tourisme, stimulation des synergies entre villes et villages, dynamiques des parcs naturels et parcs nationaux, écotourisme, agritourisme.

Les relations et intérêts réciproques entre protection de la nature et développement touristique sont nombreux. Il s'agit d'assurer la conservation du patrimoine naturel et la protection de la biodiversité en privilégiant une gestion intégrée, soucieuse de la fragilité des écosystèmes et des paysages ainsi que des usages sociaux et de leurs interactions.

Le rapport à la nature, à sa domination, à soi et aux autres est questionné, permettant l'éclosion d'une nouvelle façon de penser, moins anthropocentrée. Le nombre d'acteurs, les conflits d'usage et de point de vue sur les stratégies à entreprendre complexifient cependant les solutions à apporter.

## ZOOM SUR LES ACTIONS DU CGT ET DE SES PARTENAIRES



- Deux parcs nationaux wallons ont été créés. Ils sont des laboratoires d'une autre forme de développement économique, social et environnemental. Ils ont pour objectif prioritaire la valorisation du patrimoine naturel à des fins de conservation de la nature et de valorisation touristique. Ils visent à augmenter la visibilité internationale du territoire wallon.
- Des outils d'aide au développement de projets de mise en tourisme d'espaces naturels et une charte « Apaisons la Forêt » ont été élaborés. Ils ont pour but l'accompagnement de toute structure concernée par le développement de stratégies de développement touristique durable.
- Des outils de mise en œuvre de la Charte européenne du Tourisme durable dans les espaces protégés ont été développés. Elle va être opérationnalisée dans 4 parcs naturels wallons, en capitalisant sur des dynamiques territoriales déjà existantes.

## Les défis



- > Structuration de l'offre « nature »
- > Positionnement marketing différenciant
- > Préservation de la biodiversité



## Le secteur touristique en chiffres aujourd'hui

2

Parcs nationaux

13

Parcs naturels

26.374 ha

de sites naturels  
protégés

12 millions

de visiteurs/an dans  
les massifs forestiers

84

opérateurs labellisés  
Clef verte



### Et si en 2035 ... ?

Une clarification du rôle des multiples structures de l'écosystème « Tourisme-Nature » coordonnée par la Région a été menée.

La Wallonie dispose d'une offre « nature » qualitative et « organique » qui incarne ses valeurs intrinsèques.

Ce déploiement de l'offre allié à une stratégie marketing distinctive permet de singulariser la Wallonie comme une destination nature de proximité en capitalisant sur l'imaginaire puissant de l'Ardenne.

Des pratiques telles que la limitation de l'accès à certaines zones sensibles, l'encadrement des activités touristiques immersives, la promotion d'activités à faible empreinte écologique ou l'investissement dans des équipements, infrastructures durables sont en place.

Les savoir-faire, traditions et produits régionaux sont mis en avant tout en sensibilisant les visiteurs aux enjeux de l'alimentation, de la consommation et de l'environnement et en leur permettant de vivre des expériences enrichissantes.



# L'ÉQUITÉ ET L'INCLUSION AU CŒUR DES INITIATIVES

**SELON L'ARTICLE 24 DE LA DÉCLARATION UNIVERSELLE DES DROITS DE L'HOMME, TOUTE PERSONNE A DROIT AU REPOS ET AUX LOISIRS, Y COMPRIS À UNE LIMITATION RAISONNABLE DE LA DURÉE DU TRAVAIL ET À DES CONGÉS PAYÉS PÉRIODIQUES.**

L'Union Européenne a établi 2 directives pour établir des normes communes aux Etats membres en matière d'accessibilité. La Wallonie est historiquement attachée au développement du tourisme social et au bien-être de tous. Le premier Commissaire général au Tourisme, Arthur Haulot, a été un des membres fondateurs de l'Organisation internationale du Tourisme social (OITS), dont le CGT est toujours un membre actif.

Les inégalités se creusent, le pouvoir d'achat diminue, la gentrification de l'offre touristique s'accroît et la population vieillit.

L'offre autodéclarée « accessible » est encore trop courante et contreproductive pour l'accessibilité des équipements et infrastructures touristiques aux personnes à besoins spécifiques.

L'offre touristique labellisée pour les personnes à besoins spécifiques n'est pas suffisamment mise en avant dans la communication pour permettre aux publics visés un accès aisé aux informations primordiales pour l'organisation de leurs activités.

## ZOOM SUR LES ACTIONS DU CGT ET DE SES PARTENAIRES

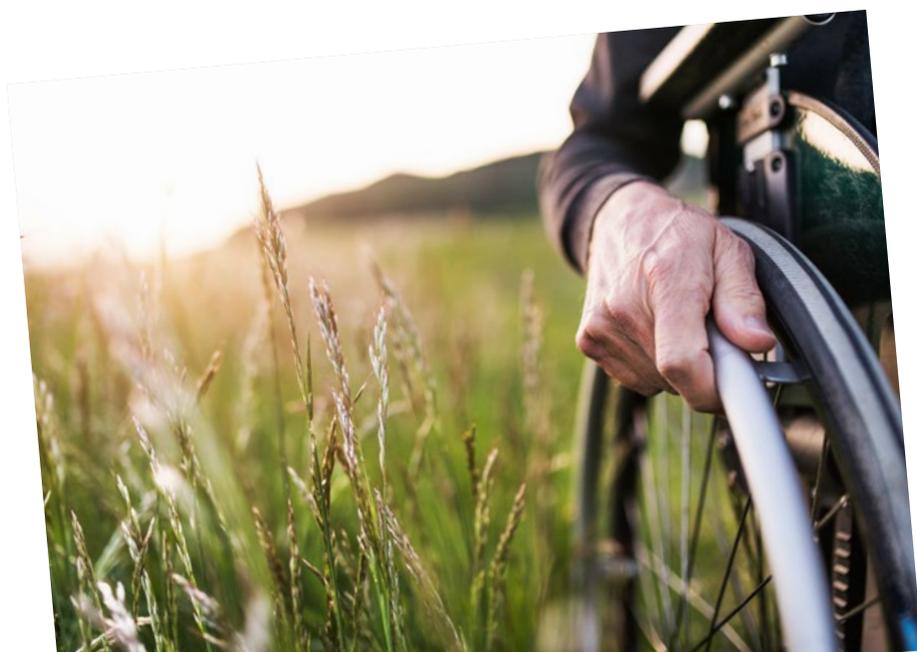


- Des actions de « Tourisme pour Tous » sont menées dans le cadre de plusieurs plans transversaux wallons : Plan de Sortie de la Pauvreté, du Plan d'accessibilité et Plan d'action des Droits de l'Enfant en étroite collaboration avec l'asbl Article 27, l'asbl Access-I, l'Agence wallonne pour une Vie de Qualité (AVIQ), le Service Public de Wallonie Intérieur et Action Sociale (SPWIS, IAS), et l'Office de la Naissance et de l'Enfance (ONE).
- Mise en œuvre d'une étude d'objectivation du poids économique, social et environnemental du tourisme social par l'Observatoire wallon du Tourisme (OwT), en collaboration avec le comité technique du tourisme social.



## Les défis

- > Offre touristique accessible à tous
- > Développement d'indicateurs de durabilité sociale
- > Visibilité de l'offre accessible à tous



## Le secteur touristique en chiffres aujourd'hui

**31,7%**

de ménages wallons n'ont pas la capacité financière de partir 1 sem. en vacances/an

**31%**

des touristes à besoins spécifiques

**40%**

de la population belge est à mobilité réduite

**190**

offres certifiées Access-i

**22**

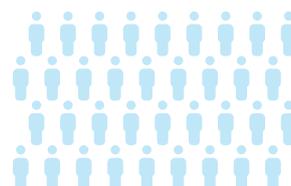
circuits vélo certifiés Access-i

**110**

opérateurs touristiques « Article 27 »

**12.029**

tickets Article 27 distribués



### Et si en 2035 ... ?

L'impact positif des activités de tourisme et de loisirs sur le bien-être de la population est pleinement pris en compte.

La Wallonie est reconnue internationalement comme une destination de détente et de ressourcement pour tous, accueillante et authentique.

Son offre est diversifiée et largement accessible à tous les types de publics, favorisant une mixité positive des populations, résidentes ou de passage.

Les opérateurs du secteur touristique se sont professionnalisés dans l'accueil des publics fragilisés et sont attentifs à la mise sur le marché d'une offre solidaire et inclusive.

Des indicateurs de durabilité sociale permettant de mesurer le bien-être des touristes, des habitants et des travailleurs ont été développés.

La promotion de ce type d'offre touristique est valorisée et encouragée, non seulement pour son impact positif sur l'expérience touristique mais aussi pour son rôle dans la mise en avant de l'égalité et de la diversité.





# UN FUTUR RESPONSABLE À L'ÈRE DU DIGITAL

LE NUMÉRIQUE A PROFONDÉMENT TRANSFORMÉ LE TOURISME. IL EST DEvenu UN ÉLÉMENT ESSENTIEL POUR LES ENTREPRISES, LEUR PERMETTANT DE S'ADAPTER AUX NOUVELLES ATTENTES DES VISITEURS, D'OPTIMISER LEURS OPÉRATIONS ET DE RESTER COMPÉTITIVES DANS UN MONDE DE PLUS EN PLUS CONNECTÉ.

Dépassant les seules réservations en ligne, le digital concerne l'ensemble du parcours client d'un touriste, y compris ses expériences sur le terrain.

Le recours au digital n'est toutefois pas sans écueil : perte de contact humain, uniformisation des expériences, confidentialité et sécurité des données, fracture numérique, renforcement des opinions et avis négatifs néfastes, impact environnemental destructeur. Des mesures doivent être prises pour permettre à tous, professionnels comme touristes, d'accéder aux possibilités offertes par ces outils tout en adoptant une démarche numérique responsable. Une réflexion est menée quant à l'opportunité et la plus-value des technologies utilisées par rapport aux services non digitalisés. Cela implique également une prise de conscience collective et individuelle sur l'importance de réduire notre dépendance aux technologies numériques et de repenser nos habitudes de consommation dans ce domaine, pour ne pas perdre l'essence même du tourisme, basée sur la rencontre et l'expérience humaine.

## ZOOM SUR LES ACTIONS DU CGT ET DE SES PARTENAIRES



- La base de données PIVOT développée par le CGT, qui mutualise l'ensemble de l'offre touristique wallonne, va être remplacée par une nouvelle plateforme transactionnelle qui vise à intégrer davantage les administrations, les organismes et les opérateurs touristiques wallons. Ce projet d'ampleur a pour objectif de créer un écosystème touristique connecté, en phase avec les habitudes des usagers, permettant un meilleur pilotage, une meilleure coordination et une plus grande efficacité dans la gestion et la promotion de l'offre touristique.
- L'outil régional de commercialisation (ORC) développé par VISITWallonia, permet aux opérateurs touristiques wallons de gérer professionnellement les séjours et activités et de capter un maximum de réservations en direct.
- Les destinations et opérateurs touristiques wallons testent les opportunités offertes par le digital dans l'enrichissement de leur offre touristique.

## Les défis



- > Maintien du lien humain
- > Fracture numérique
- > Impact carbone



## Le secteur touristique en chiffres aujourd'hui

**72%**

des réservations  
d'hébergement  
via Internet

**38%**

des touristes réservent  
leur hébergement  
via une plateforme  
de commercialisation

**31%**

des touristes  
réservent des activités  
de loisirs en ligne

**494  
sessions**

d'accompagnement  
numérique des  
opérateurs organisées  
par le CGT



### Et si en 2035 ... ?

Des mesures sont prises pour permettre à tous, professionnels comme touristes, d'accéder aux possibilités offertes par les outils numériques et l'intelligence artificielle, tout en vivant une expérience avant tout humaine, riche et authentique.

Les ressources naturelles sont respectées par un usage et une dépendance réduite des technologies.

Le recyclage des composants électroniques et l'optimisation des appareils pour prolonger leur durée de vie est favorisée et les équipements à faible impact environnemental sont privilégiés,

Les données générées par les outils technologiques, couplées à des données big data, sont valorisées et permettent de compléter les analyses menées et d'orienter les décisions stratégiques pour une gouvernance dynamique.

L'open data favorise la collaboration, la participation et l'innovation pour une croissance vertueuse du secteur.





# DYNAMIQUE COLLECTIVE DES TERRITOIRES

## LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE EST UNE OPPORTUNITÉ DE REVITALISATION POUR LES TERRITOIRES ET LES VILLES WALLONNES.

Il crée de l'emploi local, de la diversification économique, permet la valorisation du patrimoine et l'amélioration des infrastructures et des services. Il contribue à l'attractivité et à l'image de marque de la Wallonie. Les Maisons du Tourisme associant plusieurs communes jouent un rôle dynamique important au plus près des réalités particulières de chaque territoire et de ses acteurs.

L'augmentation parfois anarchique de l'offre, l'évolution des attentes des clientèles et l'abandon de projets ne répondant plus à la demande sont cependant potentiellement sources de risques pour l'équilibre territorial.

Des friches touristiques se créent, la pression touristique menace l'accès au logement dans certaines localités en raison de l'augmentation des résidences secondaires, des gîtes ou des locations de type "AirBnB" et est cause de nuisances diverses. L'établissement d'infrastructures touristiques dans des zones attractives mais non destinées à cette utilisation crée des conflits d'usage et, avec le changement climatique, la viabilité des sites et activités touristiques liées aux cours d'eau est remise en cause.

### Les défis

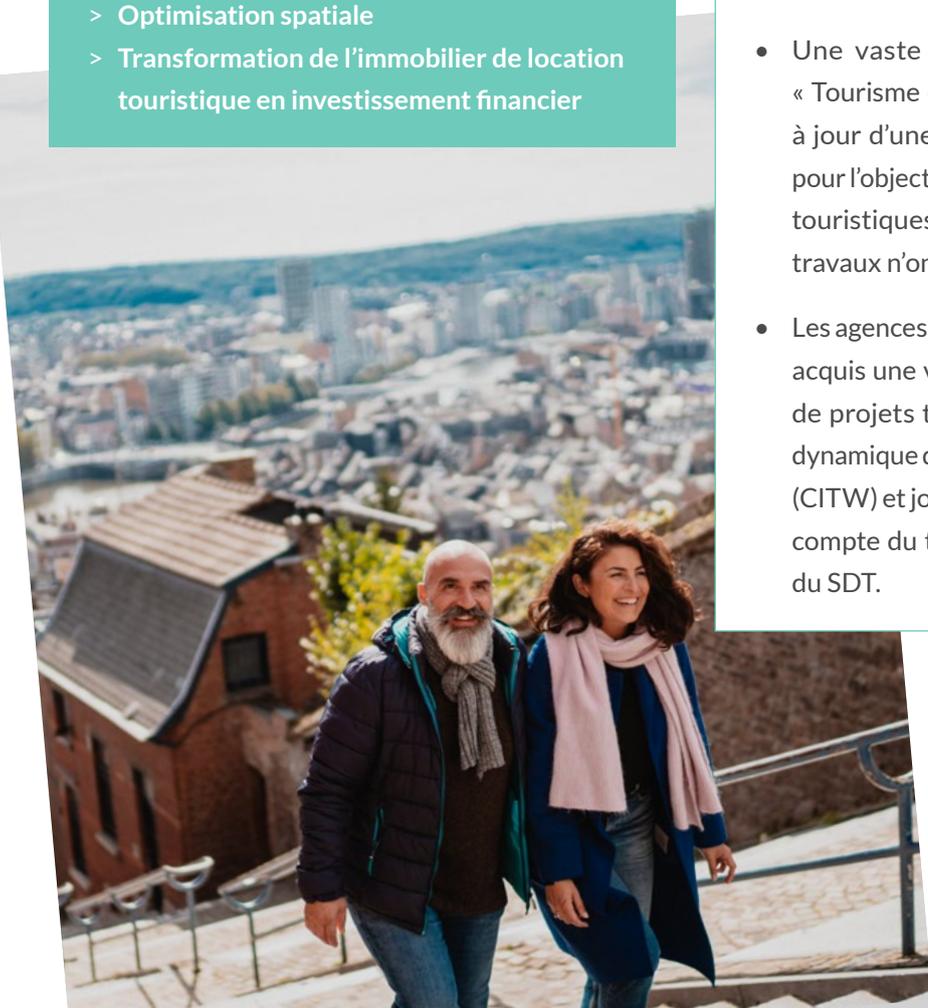
- > Objectivation des phénomènes touristiques
- > Optimisation spatiale
- > Transformation de l'immobilier de location touristique en investissement financier



### ZOOM SUR LES ACTIONS DU CGT ET DE SES PARTENAIRES



- Une collaboration avec la Conférence permanente de Développement territorial (CPDT) a permis la formation des conseillers communaux en aménagement du territoire et de l'urbanisme aux enjeux touristiques wallons pour un encadrement adéquat des situations rencontrées.
- Une vaste étude sur les relations entre « Tourisme et Territoires », a permis la mise à jour d'une série de données importantes pour l'objectivation de l'évolution des activités touristiques. Les moyens dégagés pour ces travaux n'ont pas été renouvelés.
- Les agences de développement territorial ont acquis une véritable expertise en ingénierie de projets touristiques dans le cadre de la dynamique du Centre d'Ingénierie touristique (CITW) et jouent un rôle actif dans la prise en compte du tourisme pour la mise en œuvre du SDT.



## Le secteur touristique en chiffres aujourd'hui

**230**

organismes  
touristiques

**3.237**

hébergements  
marchands reconnus  
par le CGT

**3.259**

hébergements  
marchands non  
reconnus par le CGT

**25.744**

résidences  
secondaires

**326**

attractions et sites  
touristiques

**8.570 ha**

zones de loisirs, dont  
55,6% libres et sans  
contraintes fortes



### Et si en 2035 ... ?

La production et l'analyse des données sur l'évolution du secteur sont développées et coordonnées pour permettre une meilleure connaissance des phénomènes à l'œuvre et la prise de mesures adaptées.

L'encadrement du développement touristique dans l'aménagement du territoire se fait en amont des projets avec l'ensemble des acteurs concernés, dont la mobilité, pour une stratégie efficiente.

Les enjeux de développement touristique sont intégrés dans les schémas de développement communaux.

La prise en compte des avis des habitants dans le développement de leur région permet de renforcer l'adhésion aux projets entrepris et ainsi réduire les potentiels conflits avec les visiteurs.

L'hybridation des lieux et des fonctions est encouragée pour permettre des économies d'échelle, une diversification des activités et l'optimisation des espaces et des ressources.



# AU CŒUR DES TRADITIONS

**LE PATRIMOINE, LE FOLKLORE ET LA CULTURE JOUENT UN RÔLE PRÉPONDÉRANT DANS LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA WALLONIE.**

Ils constituent des éléments clés pour promouvoir l'identité régionale, la transmission de valeurs, stimuler l'économie et les partenariats locaux. Ils permettent de faire vivre une expérience touristique authentique, chaleureuse et variée. La politique événementielle autour de produits phares typiquement wallons favorise l'attractivité et la visibilité de la destination, sa spécificité

et sa richesse. C'est au cœur des traditions locales que la vivacité de l'engagement et la cohésion des populations se manifestent et se transmettent de la façon la plus conviviale. Elles sont porteuses de sens, de fierté et d'une profonde connexion entre les individus.

Les habitudes de réservation préalable des activités et événements de plus en plus généralisées permettent une meilleure organisation du séjour, de l'accueil et de la gestion des flux mais enlèvent aussi une part de flexibilité et de spontanéité.



## ZOOM SUR LES ACTIONS DU CGT ET DE SES PARTENAIRES



- De nombreuses synergies existent entre tourisme et patrimoine pour exploiter au mieux le potentiel. La découverte du patrimoine wallon dès l'enfance, à l'école ou dans le cadre d'activités extra-scolaires doit être soutenue.
- Certaines pratiques sont modernisées pour être inclusives, tout en préservant leur essence et leur signification. Ces adaptations sont essentielles pour que le folklore reste vivant et pertinent, tout en étant un vecteur d'unité et de compréhension mutuelle dans une société de plus en plus diversifiée.

## Les défis

- > Différenciation de la destination
- > Transmission de valeurs
- > Cohésion sociale



## Le secteur touristique en chiffres aujourd'hui

**32**

Plus Beaux Villages  
de Wallonie

**4.000**

biens protégés  
par classement

**7**

sites inscrits au  
Patrimoine matériel  
de l'UNESCO

**27**

châteaux et citadelles  
reconnus comme  
attractions touristiques  
par le CGT

**8**

traditions inscrites au  
patrimoine immatériel  
de l'UNESCO

**600.000**

festivaliers/an

**180**

musées reconnus  
comme attractions  
touristiques par le  
CGT

**14**

demeures et monuments  
historiques reconnus  
comme attractions  
touristiques par le CGT



### Et si en 2035 ... ?

La mise en tourisme des biens patrimoniaux et de certaines offres culturelles est envisagée de manière transversale et coordonnée.

Les initiatives de tourisme participatif et immersif, où les visiteurs contribuent activement à la conservation du patrimoine, sont encouragées et renforceront l'attractivité de l'offre patrimoniale de la destination.

La commercialisation d'offres locales et durables est déployée dans les agences de voyages de Wallonie qui proposent une offre de proximité à côté des offres de séjours à l'étranger. Des offres packagées sont proposées et la promotion de l'offre de séjour est faite dans les sites, attractions touristiques et événements pour favoriser les revisites.