

Comment rebondir vers un tourisme durable et résilient après une crise?

Patrick Bontinck
CEO visit.brussels

Journée Pédagogique Tourisme
09/09/2021



visit.brussels 

BRUXELLES,
destination
touristique au
positionnement
unique

visit.brussels, c'est aussi...

agenda.brussels 

Plus de 18.000 événements culturels hébergés sur agenda.brussels en 2019.



Plus de 19.000 Brussels Cards vendues.



L'accompagnement du secteur touristique dans son développement en matière de durabilité (Top 10 au Global Destination Sustainability Index 2020).



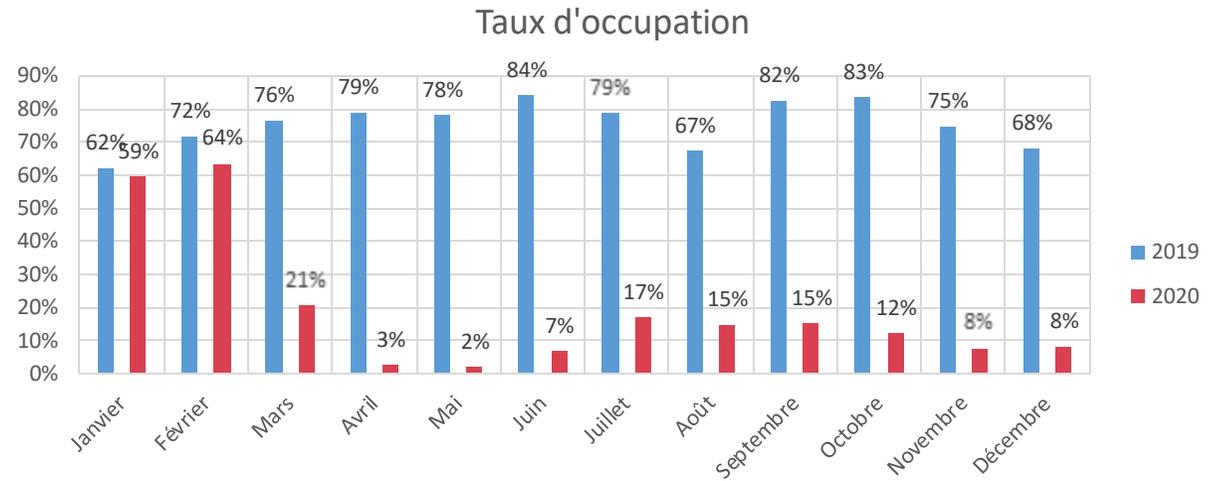
L'organisation et la coordination d'événements à la portée internationale (778.000 spectateurs accueillis lors du Grand Départ du Tour de France, 400.000 pour Bright Brussels 2020).



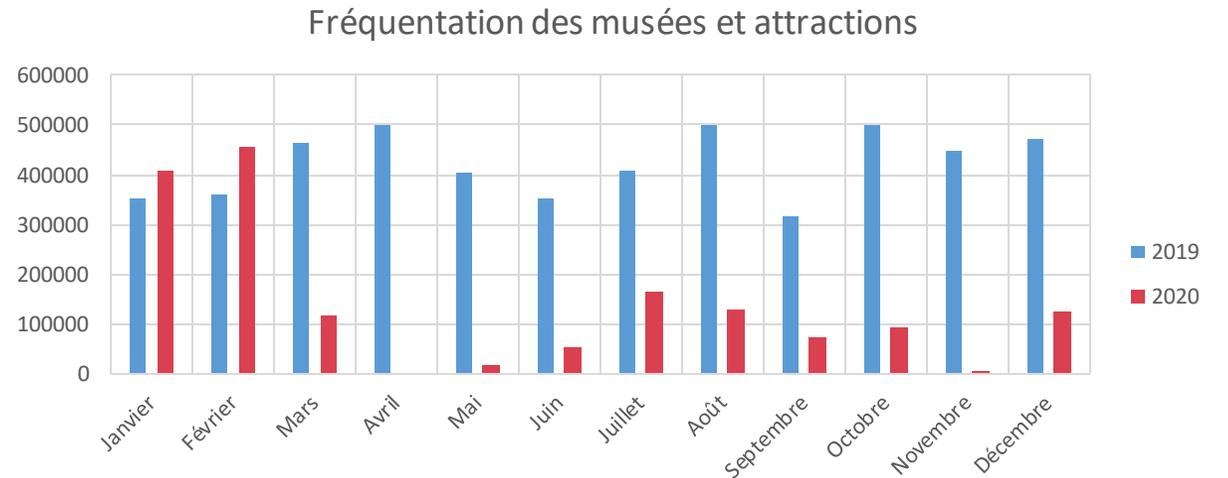
Impact du COVID-19 sur le tourisme bruxellois

Chiffres clés d'une crise sans précédent

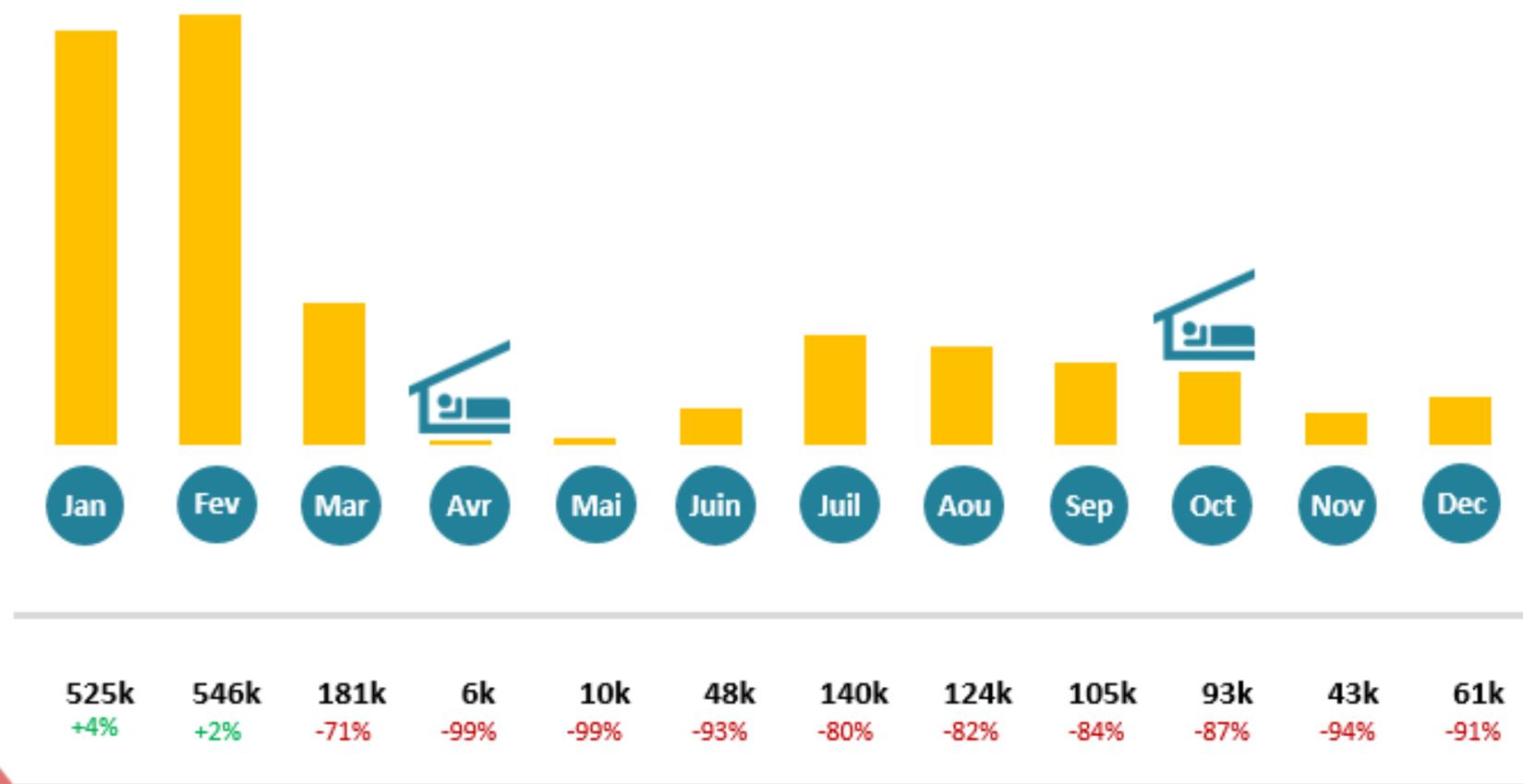
Taux d'occupation hôtels 2020
20% (-56 points vs 2019)



Visiteurs musées & attractions
1.633.759 (-68% vs 2019)

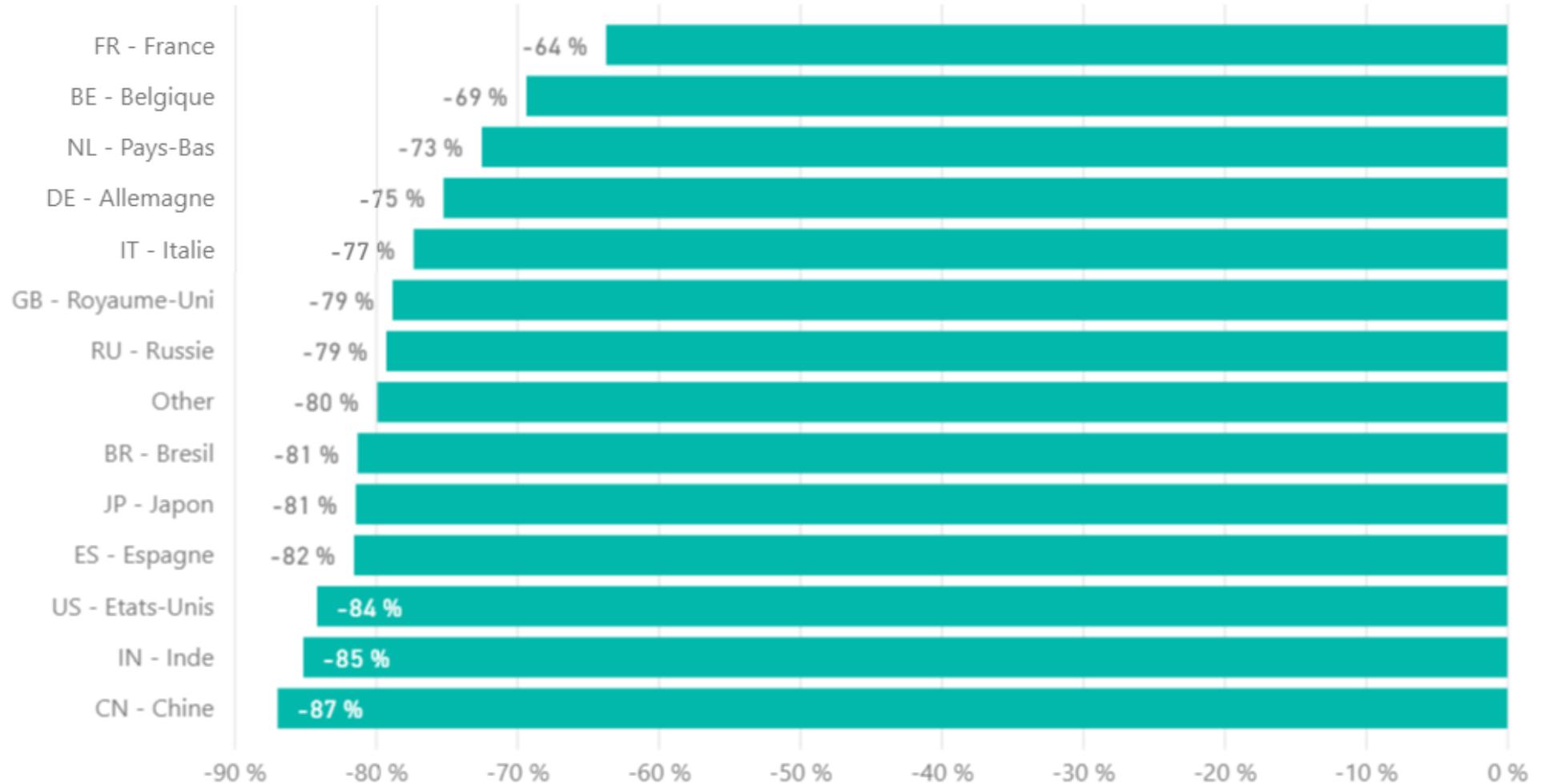


Tourisme de séjour - nuitées 2020



L'impact sur les différents marchés

Nuitées officielles (provisoires): **1.872.016** (-76%)



Enjeux du
secteur
touristique:
durabilité &
résilience

Nouveau paradigme du tourisme

Déclaration d'**urgence climatique**

Agenda 2030 des Nations-Unies (17 Objectifs de Développement Durable)

Evolution des **pratiques touristiques** et préservation de la qualité et de la diversité de l'**offre locale**

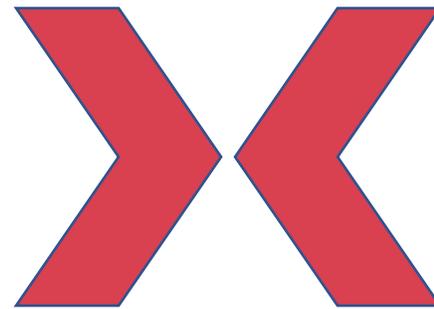
Crise sanitaire → Staycation, tourisme de proximité

 **Challenges environnementaux, sociaux et sanitaires**



Paradoxes

Digital
Authenticité
Inédit/Original
Désir d'indépendance



Humain
Apparence
Mainstream/Approuvé
Besoin de guidage



Challenge : vivre la résilience



AVANT

- Prévenir les crises ou les désastres , anticiper
- Repérer les signaux avant-coureurs



PENDANT

- Limiter les dommages
- Redémarrer les services
- S'entraider



APRÈS

- Réparer, autopsier, réinvestir
- Retour à un fonctionnement "normal" ou transformé

B.W. Ritchie, « Chaos, crises and disasters: a strategic approach to crisis management in the tourism industry », *Tourism Management*, vol. 25, n° 6, 2004, pp. 669-683.



Quel tourisme pour demain à Bruxelles?

Le tourisme doit se **réinventer**

L'enjeu : croissance du tourisme > développement
d'un tourisme durable à **impacts positifs**

Plan de relance du tourisme de [visit.brussels](https://www.visit.brussels)

Vision



3 axes majeurs

Faire de Bruxelles un « **must-see** » européen

Favoriser un tourisme durable au profit des

Bruxellois.e.s et de leur environnement

Donner la priorité absolue à l'**expérience client**



Ambition

Smart Tourism Destination : Sustainability, Accessibility, Digitalisation, Cultural heritage & creativity

Destination **zéro carbone**

Top 10 sustainable destinations (GDS-Index)



Vision stratégique à long terme

Accord du Gouvernement 2019-2024

Contrat de gestion de visit.brussels

Plan d'action 2021>2024 – stratégie marketing

La durabilité fait partie de nos valeurs : **people, planet, profit**



Plan d'action

Axes majeurs



People

Participation **citoyenne** (locaux/visiteurs)

Tourisme **social** (inclusif/accessibilité)

Planet

Promotion des **modes de transport durable** vers la destination (véloroutes européennes, trains -de nuit, etc.)

Promotion de la **mobilité douce** et active (e.a vélotourisme)

Promotion des **espaces verts**

Promotion du label **Clé Verte**

Organisation d'**événements B2B & B2C** de manière responsable :
audit environnemental, calcul empreinte carbone

Profit

Promotion de l'offre **locale**

Promotion des initiatives

en **économie circulaire**

Participation

Co-création plan d'action

Collaboration avec les autres **OIP** (BE, BM, CIRB, hub)

Transversalité au sein de visit.brussels

Accompagnement du secteur



Perspectives suite à la crise sanitaire du COVID-19

Transformer la crise en opportunité

La relance en 3 axes:



Le retour des touristes



Le maintien de l'offre



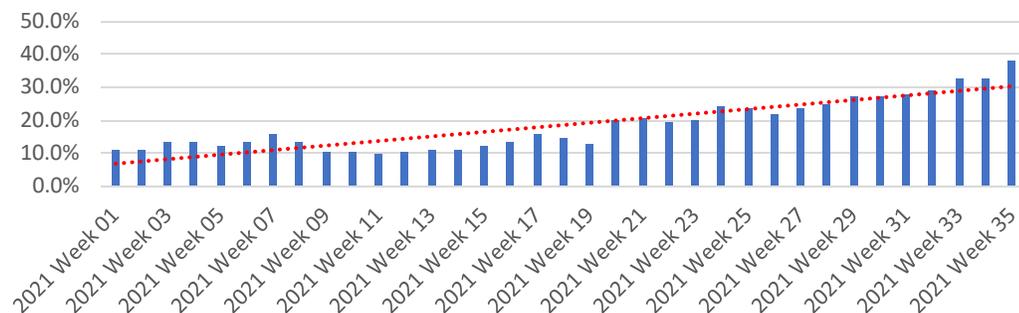
La diversification de notre clientèle



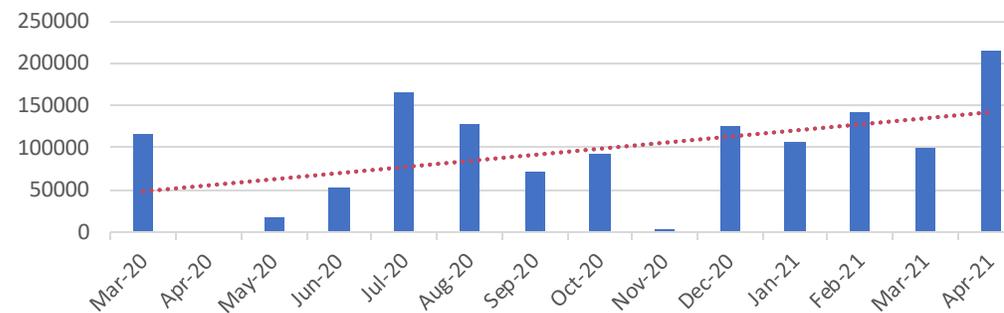


Le retour des touristes: premiers chiffres positifs

Occupation hôtelière hebdomadaire en progression (2021)



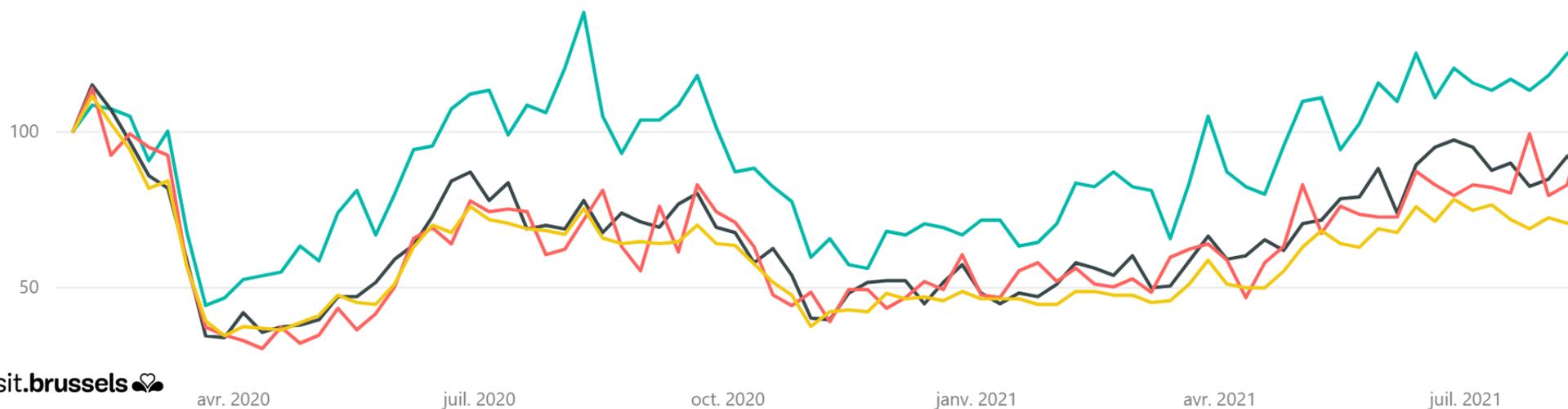
Musées: meilleurs résultats en avril depuis plus d'un an



Intérêt des visiteurs nationaux et internationaux en hausse (recherches Google relatives au tourisme à Bruxelles)

Reference: February 2nd 2020

Region ● Brussels ● Flanders ● Wallonia ● World





Le maintien de l'offre

visit.brussels et le **Gouvernement bruxellois** soutiennent le secteur touristique:

En 2020:

Campagne d'image dotée d'un budget de **1.800.000€**



5 Fonds de soutien



- Fonds aux investissements en **santé et sécurité** liés au **Label Hygiène & Sécurité**
- Fonds aux investissements dans les **technologies « touchless »**
- Fonds de soutien pour les **événements bruxellois B2C & B2B**
- Fonds de soutien pour les **congrès, réunions et événements B2B**
- Fonds de soutien aux investissements dans les **technologies numériques**



Le maintien de l'offre

En 2021:

Campagne d'image dotée d'un budget de 1.000.000€



2 Appels à projets

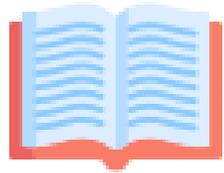


- Initiatives touristiques durables et inclusives
- Transformation digitale



Le maintien de l'offre

La pandémie est une problématique globale



Le plan de relance 2021 s'est donc aligné sur le **Manifesto du Tourisme Européen...**



... et réalisé en **cocréation** avec les partenaires



+ de 100

Idées concrètes générées lors de réunions individuelles



Le maintien de l'offre

Le soutien au secteur touristique passe aussi par:



La mise à disposition d'informations fiables et la formation des partenaires



Un accompagnement dans son développement durable



L'accomplissement de la transformation digitale de [visit.brussels](https://www.visit.brussels)





La diversification de notre clientèle

Nouvelle **segmentation des visiteurs**



Structurer l'offre selon les besoins des visiteurs et ainsi mieux faire se rencontrer l'offre et la demande

Expérience client: la satisfaction du visiteur au centre de la réflexion



Fidéliser la clientèle et la transformer en ambassadrice de la destination

Renforcer le **lien** entre les **Bruxellois**, les **Belges** et **Bruxelles**



Faire redécouvrir le patrimoine régional touristique, culturel et humain aux visiteurs belges et bruxellois

visit.brussels 