

Synergies Patrimoine – Tourisme

**Une collaboration de
VISITWallonia,
l'AWaP
et Tourisme Wallonie**

sous l'égide de



Sommaire

Contexte général

Les Journées de l'Archéologie et du Patrimoine 2025

Les cibles

Le projet

Produits d'appel touristiques patrimoniaux

Nos outils de communication

Pour conclure

Contexte général



©VISITWallonia Couchflucht, Sabrina Bechtold

Contexte

La Wallonie dispose d'un patrimoine culturel (et naturel) exceptionnel, mais souffrant encore d'une image parfois figée ou élitiste.

Il est essentiel de **repositionner le patrimoine comme un levier d'attractivité, d'inclusion et d'innovation**. Et d'en faire **un atout touristique majeur**.

- DPR : synergies patrimoine-tourisme
- Roland Berger 2030 : axe patrimonial est à développer
- Mise en avant des grands événements comme source d'attractivité pour la Wallonie
- Comment faire plus / mieux avec moins de moyens ?

Identités prioritaires sélectionnées

Authenticité, Folklore et Culture



Rationnel

Potentiel économique pour la région

- > **Premières activités pratiquées** (40-50% des touristes), notamment par les étrangers (+5% p.a.)
- > **Potentiel d'augmentation des dépenses, du volume de touristes "voisins"** et de la durée de séjour, **sur tous les territoires (villes ET villages)**
- > **Tendance** expérience et authenticité

'Atouts intrinsèques / Profondeur de l'offre')

- > Capitalisation sur des **sites historiques** et 17 sites classés UNESCO (Abbayes, beffrois...)
- > **Nombreux festivals musicaux** - Ardentes, Dour - et **folkloriques** - Doudou, Binche et **expositions en développement** (BAM, Boverie,...)
- > **Forces** : **convivialité, accueil et savoir vivre** Wallon pour rayonner au-delà de nos frontières
- > Faiblesse : **notoriété limitée** au-delà de la Belgique

Authenticité, folklore et culture – Pistes d'action préliminaires

Identité :

Un bouillon de cultures authentiques, chaleureuse et festive

Infrastructures : **Stimulation des synergies avec les villes / villages pour favoriser les retombées**

- > **Hybridation des sites culturels**
- > **Ville créative** pour refléter l'identité culturelle locale
- > **Intermodalité** organisée lors de grands événements

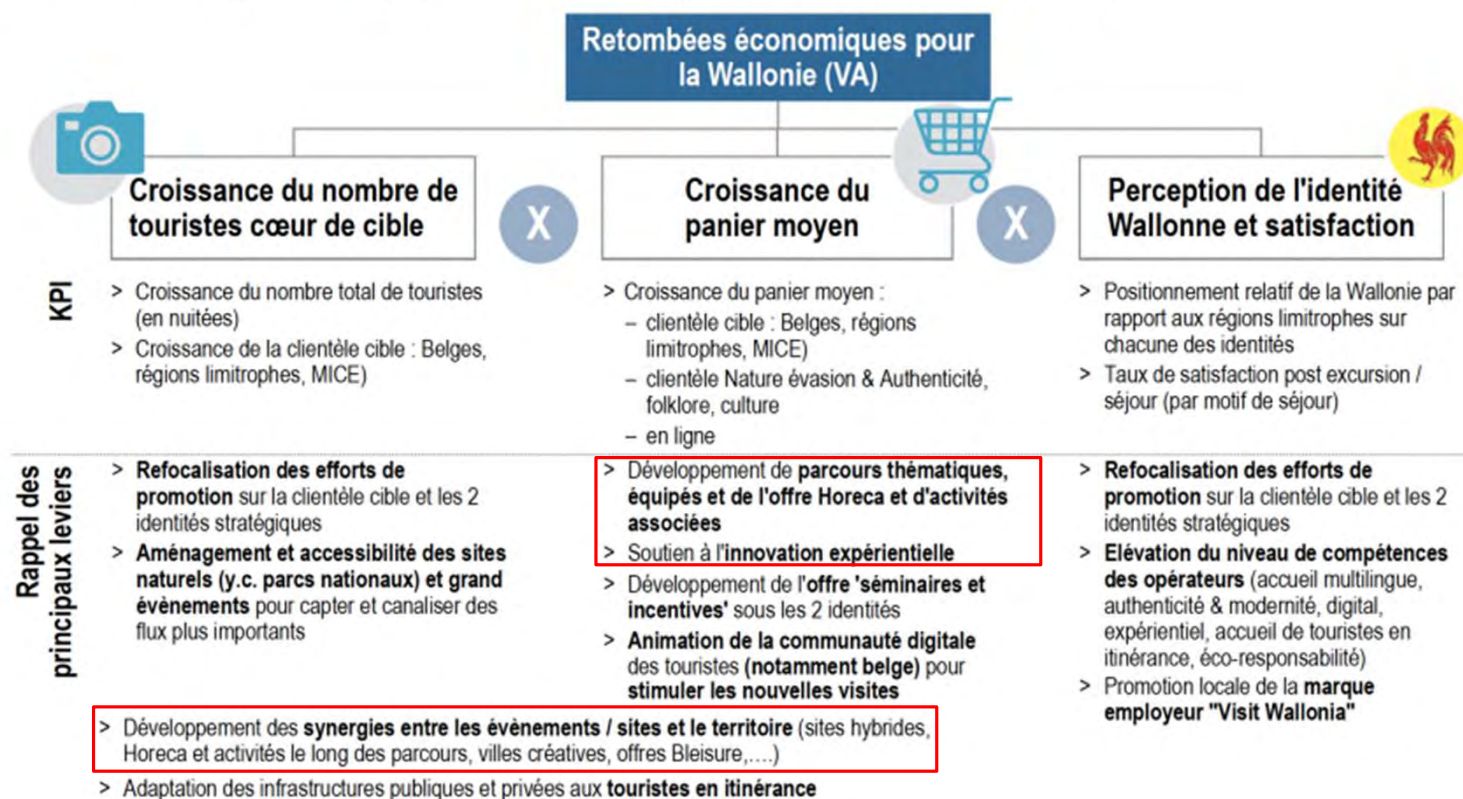
Offre : **Promotion et soutien des piliers de l'identité Wallonne**

- > **Promotion commune** de l'identité de la région à travers la **promotion des grands événements identitaires**
- > **Soutien au développement des locomotives autour des festivités et événements de la région**
- > Accompagnement des opérateurs pour le **une scénarisation plus moderne**

Compétences : **Soutien, à l'accueil, au digital et à l'innovation produit**

- > Accompagnement de la **montée en compétences des opérateurs**
 - Vendre **l'authenticité** en restant dans l'ère du temps
 - Innover dans le **digital et la scénarisation** (gamification, promotion digitale)
 - **Accueil international**

KPIs de pilotage stratégique de la stratégie tourisme 2030 et principaux leviers



Objectifs

- **Concrétiser les ambitions de la DPR et de la Stratégie 2030**
- **Moderniser l'image** du patrimoine wallon auprès des jeunes et des publics internationaux
- Créer un macro-produit « **patrimoine évènementiel** » intégrant la notion de « **spectacle** »
- **Créer du séjour** autour de ces événements patrimoniaux grâce à des **Produits d'appel** qui auront un impact sur l'ensemble du calendrier événementiel dans des lieux patrimoniaux
- **Renforcer la visibilité et augmenter la fréquentation** des sites à intérêt patrimonial, des sites patrimoniaux classés ou non
- **Valoriser aussi le patrimoine du XXe siècle**

Réflexion de la ministre

« Je souhaite enfin que le concept des Journées du Patrimoine évolue dès l'an prochain pour proposer davantage d'évènements en été, en lien avec le tourisme et faire du second week-end de septembre le point d'orgue d'une programmation ambitieuse. »

Valérie Lescrenier, Ministre du Patrimoine

- Concept des Journées du Patrimoine = notoriété bien ancrée mais il faut renforcer la cible touristique
- Création d'une ombrelle commune pour tous les évènements patrimoniaux de l'été "à portée touristique "
- Programmation pendant tout l'été et moment d'apothéose qui seront les Journées du Patrimoine

Les Journées de l'Archéologie et du Patrimoine 2025



Les grandes actions patrimoniales de l'AWaP

Les Journées de l'Archéologie

- 1ère édition
- Environ 10 000 visiteurs estimés
- 48 lieux patrimoniaux ouverts au public
- Gratuité ou payant pour les publics
- Des centaines d'organismes dont une bonne partie de bénévoles (soutenus par un système de subsides)
- Une brochure et une campagne de communication tous azimuts

Les Journées du Patrimoine

- 37 éditions
- Environ 70 000 visiteurs estimés
- Entre 300 et 400 lieux patrimoniaux ouverts au public
- Gratuité pour les publics
- Des centaines d'organismes dont une bonne partie de bénévoles (soutenus par un système de subsides)
- Une brochure, un site interactif et une campagne de communication tous azimuts



Les cibles

Cibles à fidéliser et à conquérir

- A** Le grand public wallon (à fidéliser)
 - Couples et familles sensibles au patrimoine
 - Majoritairement des couples de **35 à 60 ans**
 - Visiteurs principalement **locaux ou régionaux** (souvent dans leur province)
- B** Le public expert (à fidéliser)
 - Passionnés et connaisseurs du patrimoine
- C** Le Touriste culturel généraliste (à conquérir)
- D** L'Esthète urbain (à conquérir)
- E** Le Jeune créatif (à conquérir)



©WBT - Maxime Collin

Amateurs de culture & patrimoine

Travel Experience seekers

Le touriste culturel généraliste

Âge : 30 à 65 ans

Pouvoir d'achat : Faible – **Moyen** – **Élevé**

Description générale :

Adulte en couple, en famille ou entre amis, qui recherche des expériences authentiques, qui allient patrimoine, culture et art de vivre local.

Il apprécie les visites historiques, les balades dans des villages de caractère, les musées, ainsi que les événements culturels et gastronomiques.

VISITWallonia.be

Personnalité & envies :

- En quête de sens, d'authenticité et de découvertes humaines
- Aime comprendre l'histoire d'un lieu autant que vivre son ambiance
- Apprécie les visites guidées, immersives ou interactives
- Sensible à la beauté du patrimoine et à la qualité de l'accueil

Sources d'informations privilégiées & technologies utilisées :

- Sites touristiques officiels comme VisitWallonia.be ou les offices du tourisme locaux
- Plateformes d'avis (TripAdvisor, Google Maps) pour repérer les incontournables
- Réseaux sociaux (Instagram, YouTube) pour s'inspirer et suivre des influenceurs culturels
- Blogs de voyage et guides spécialisés (Le Routard, Lonely Planet, etc.)
- Recommandations d'amis, familles ou communautés en ligne

Freins & défis pour VISITWallonia :

- Difficulté à trouver des expériences culturelles bien mises en valeur
- Crainte de visites trop "classiques" ou manquant d'interactivité
- Volonté de sortir des sentiers battus sans se perdre dans la planification



©WBT - Bruno D'Alimonte

Scénario utilisateur :

Un couple de quinquagénaires cherche une idée d'escapade pour un long week-end.

Sur VisitWallonia.be, ils découvrent un itinéraire thématique comme "Vignobles et châteaux" par exemple.

Séduits par les photos et les avis positifs, ils réservent en ligne.

Sur place, ils explorent des sites patrimoniaux emblématiques, participent à une visite dans un château, et finissent la journée par un dîner local.

VISITWallonia.be



Amateurs de culture & patrimoine

Travel experience seekers

L'Esthète urbain

Âge : 25 à 50 ans

Pouvoir d'achat : Faible – **Moyen** – **Élevé**

Description générale :

Professionnels ou passionnés issus des métiers "créatifs" : architectes, designers, urbanistes, historiens de l'art, photographes ou créatifs culturels;

Ils vivent souvent en ville et se déplacent pour explorer des lieux inspirants, des quartiers réhabilités, des musées d'architecture ou des espaces culturels hybrides.

VISITWallonia.be

Personnalité & envies :

- Sensible à la beauté des formes, des espaces et des matériaux
- Attiré par les architectures oubliées, réhabilitées ou innovantes
- En quête d'inspiration visuelle et de narrations urbaines originales
- Aime croiser art, design, patrimoine et modernité
- Considère la visite comme une expérience esthétique et sensorielle
- Apprécie les événements exclusifs, les rencontres avec des créateurs et les lieux atypiques

Freins & défis pour VISITWallonia :

- Manque de visites exclusives ou d'accès privilégié à des lieux d'architecture contemporaine
- Difficulté à trouver des ressources centralisées sur les architectures remarquables d'une région
- Crainte de propositions trop généralistes
- Désir de contenus visuels qualitatifs, bien produits et cohérents sur le plan esthétique
- Recherche d'une cohérence entre patrimoine, innovation et créativité

Sources d'informations privilégiées & technologies utilisées :

- Instagram et Pinterest
- LinkedIn
- Revues spécialisées
- Magazines lifestyle et culturels
- Festivals et conférences d'architecture, d'art ou de design



Scénario utilisateur :

Un designer liégeois passionné d'architecture industrielle souhaite passer une journée d'inspiration.

Sur VisitWallonia.be, il découvre le site du Grand-Hornu, ancienne mine reconvertie en Centre d'Innovation et de Design (CID). Séduit par la programmation, il réserve une visite guidée architecturale et découvre une exposition sur la réhabilitation du patrimoine industriel en Wallonie. L'après-midi, il prolonge son escapade à Keramis (La Louvière), musée dédié à la céramique contemporaine installé dans les anciens bâtiments de la faïencerie Boch.

Il partage sur Instagram des clichés de détails architecturaux, d'installations artistiques et d'espaces lumineux.

VISITWallonia.be



©WBT - Maxime Collin

Amateurs de culture & patrimoine

Travel experience seekers

Le jeune créatif

Âge : 18 à 30 ans

Pouvoir d'achat : Faible – Moyen – Élevé

Description générale :

Jeunes étudiants ou actifs, freelances, issus de milieux urbains.

Ils se déplacent facilement pour participer à des festivals, ateliers ou expériences immersives.

Ils recherchent la créativité, la spontanéité et l'inspiration.

VISITWallonia.be

Personnalité & envies :

- Curieux et toujours en quête de nouvelles idées
- Aiment créer, partager et collaborer
- Attirés par les formats visuels, interactifs et immersifs
- Sensibles aux valeurs d'authenticité, de durabilité et d'inclusivité
- Préfèrent les expériences vivantes aux visites traditionnelles

Sources d'informations privilégiées & technologies utilisées :

- TikTok et Instagram Reels pour voir les tendances
- Spotify pour écouter des podcasts inspirants ou des sessions créatives
- Festivals et événements culturels : KIKK Festival (Namur), Biennale de l'Image Possible (Liège), See U (Bruxelles)
- Communautés en ligne de créatifs et makers
- Plateformes type Fever, ...

Freins & défis pour VISITWallonia :

- Manque d'offres culturelles adaptées à leurs codes numériques
- Expériences parfois jugées trop institutionnelles ou figées
- Difficulté à identifier des événements réellement interactifs ou créatifs
- Besoin de contenus visuels forts et dynamiques pour capter leur attention
- Pouvoir d'achat limité --> recherche d'activités gratuites ou abordables



©WBT - Benjamin Potie

Scénario utilisateur :

Une étudiante en graphisme à Namur découvre sur Instagram un événement patrimonial innovant.

Attirée par les visuels dynamiques et les installations interactives, elle achète un pass étudiant.

Sur place, elle partage ses impressions en stories et reels.

Le lendemain, elle rejoint un after créatif organisé par un collectif local, mêlant DJ set, mapping et expo photo.

VISITWallonia.be

Le projet



Manifeste du projet

Renouveler l'image du patrimoine wallon : un levier d'avenir pour l'attractivité touristique et l'ancrage citoyen

Dans un monde en mutation, il est impératif de **réenchanter / renouveler le regard porté sur notre patrimoine**. Il ne s'agit plus seulement de préserver les pierres, mais de **faire du patrimoine un vecteur d'attractivité territoriale, d'innovation, de cohésion sociale**.

Le patrimoine doit **plus que jamais être vivant** et **faire vibrer les récits** et **connecter les générations**. Il incarne la **fierté d'un territoire** et alimente le **sentiment d'appartenance** qui unit les Wallons autour de leur culture et de leurs valeurs communes.

Il doit participer à la **reconnaissance de la Wallonie comme destination touristique de choix pour son axe Culture – Patrimoine – Terroir et Talent**.

Le partenariat entre VISITWallonia, l'AWaP et Tourisme Wallonie, s'engage à impulser une dynamique nouvelle, en phase avec les ambitions de la DPR.

Cela passe par :

- **Une diversification de l'offre événementielle patrimoniale** qui rend le patrimoine vivant et ouvert.
- **Une communication renouvelée**, qui valorise ce caractère vivant du patrimoine.
- **Une esthétique contemporaine**, dans les supports de médiation, les événements et les outils numériques, pour séduire de nouveaux publics et renforcer le sentiment d'appartenance et l'attractivité.
- **Des récits participatifs**, co-construits avec les citoyens, les jeunes, les artistes et les acteurs locaux, pour faire émerger une mémoire collective partagée.

Par ce partenariat, il y a aussi une volonté de **renforcer les synergies avec la FWB :**

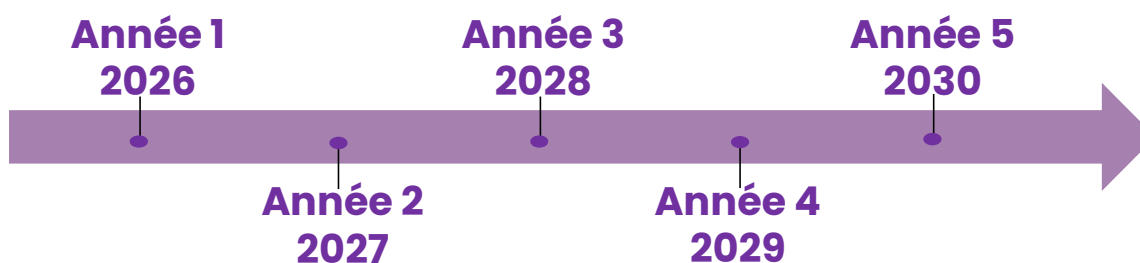
- Patrimoine mobilier
- Musées
- Cellule architecture
- Culture

Un projet stratégique en déploiement sur 5 ans

Favoriser la cohérence sur plusieurs années, avec des étapes claires

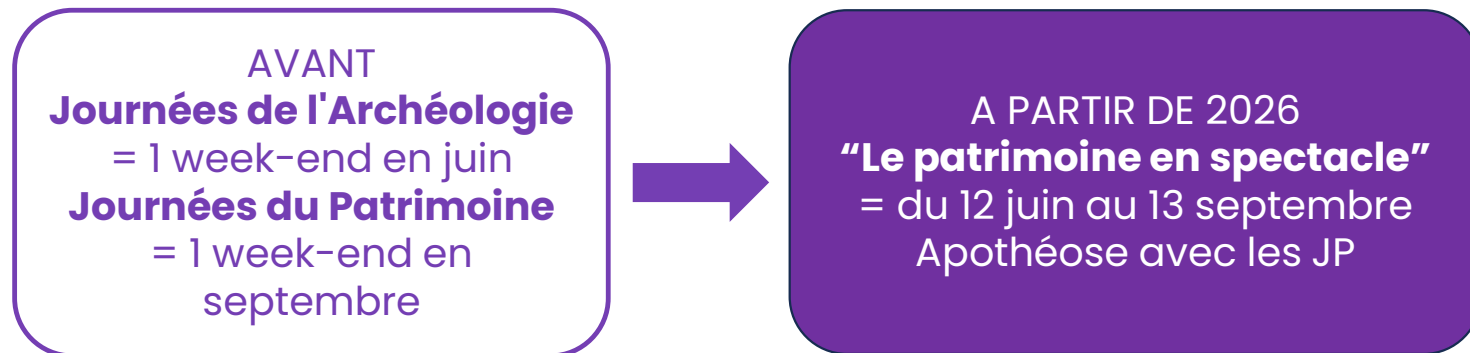
Nous prévoyons donc de travailler sur du temps long et de **monter en puissance sur 5 ans, avec des évaluations à chaque année**

- Pour avoir le temps du **renouvellement de la perception de l'image du patrimoine**
- Pour avoir l'opportunité de commencer par l'axe événementiel et, en fonction des moyens et des budgets qui pourraient se dégager, de travailler aussi sur les axes de communication de façon plus large



Année 1 – 2026

Ce qui est nouveau



- Un fil rouge commun : « **Le Patrimoine en spectacle** » → rendre le patrimoine vivant et attractif.
Activités dans un site patrimonial ou en lien avec le patrimoine.
- Communication mutualisée : une ombrelle pour tous les événements (JA + été + JP)
--> Visibilité renforcée via VISITWallonia & AWaP.
- **Plus de synergies** : encouragement à créer des parcours et offres combinées (hébergement, restauration, activités)
--> Objectif : **attirer locaux & touristes, élargir les publics.**

Pourquoi participer ?

- **Visibilité accrue** : intégration sous une ombrelle forte « *Le Patrimoine en spectacle* » avec communication mutualisée.
- **Nouveaux publics** : accès à des cibles élargies (plus larges, plus jeunes).
- **Synergies touristiques** : possibilité de créer des parcours thématiques et des offres touristiques combinées (hébergement, restauration, activités).
- **Valorisation du patrimoine** : mise en avant de votre site ou événement dans une programmation régionale attractive
- Valorisation accrue de la programmation estivale sous une ombrelle commune.
- **Effet levier** : partenariats avec VISITWallonia, AWaP et Tourisme Wallonie pour renforcer votre impact.

Comment ça marche pour les Journées de l'archéologie ?

1. Inscrivez-vous

- Ouverture des candidatures le 18 décembre --> site AWaP
- Journée des organisateurs de l'AWaP : 11 février 2026
- Clôture des inscriptions : 16 mars 2026

2. Ce que vous pouvez proposer

- Ouverture d'un site archéologique ou en lien avec l'archéologie (ex. Musée)
- Activités en lien avec l'archéologie : visite de site archéologique, conférence, projection, visite de réserve de matériel, collections muséales...

3. Dates clés

- 12-14 juin 2026

4. Validation des dossiers

- Dossier complet
- Lieu archéologique ou activité dans le domaine de l'archéologie

Comment ça marche pour intégrer son offre dans la coupole "Le patrimoine en spectacle" ?

1. Inscrivez-vous

- Ouverture des candidatures dès début janvier --> site AWaP via formulaire
- Clôture des inscriptions : 8 février 2026

2. Dates clés

- Les évènements se déroulant du 12 juin au 13 septembre 2025

Critères de sélection de base des événements du calendrier « Le patrimoine en spectacle »

Ces critères sont en lien avec la ligne éditoriale touristique de VISITWallonia.be et sont liés au thème « Patrimoine en spectacle »

- Localisation : **événement organisé en Wallonie** (y compris les Cantons de l'Est)
- Période : **entre mi-juin et mi-septembre.**
- **Lieu à intérêt patrimonial** : abbaye, château, site UNESCO, lieu à intérêt patrimonial ou en lien avec le patrimoine culturel matériel/immatériel.
- **Lien clair avec le patrimoine** (classé ou non, y compris XX^e siècle).
- Public cible : **portée régionale ou supra-régionale** (éviter les événements trop locaux).
- Durée : **idéalement plus d'un jour** (exclure les micro-événements, ex. : balade unique).
- Type d'événement : **festivals ; spectacles ; folklore & traditions ; reconstitutions historiques ; événements culturels organisés dans des lieux patrimoniaux.**
- Exclusions : ateliers, conférences, événements très locaux ou à faible audience.
- **Mise en scène artistique ou immersive** : son & lumière, théâtre, danse, musique, costumes, scénographie immersive, etc.

--> Complémentarité avec les Maisons du Tourisme à organiser pour la valorisation des événements plus locaux

Comment ça marche pour les Journées du Patrimoine ?

1. Inscrivez-vous

- Ouverture des candidatures le 18 décembre --> site des Journées du Patrimoine
- Journée des organisateurs de l'AWaP : 11 février 2026
- Clôture des inscriptions : 8 mars 2026

2. Ce que vous pouvez proposer

- Dans un site patrimonial, à intérêt patrimonial ou en lien avec le patrimoine culturel matériel/immatériel.
- importance des lieux d'exception / ouverts exceptionnellement.

3. Dates clés

- 12-13 septembre 2026
- Moment festif lors du week-end

4. Validation des dossiers

Dossier complet

Lieu patrimonial ou d'intérêt patrimonial

Gratuit

FOCUS: Journées européennes de l'archéologie et Journées du Patrimoine ?

1. Nouveautés

Réflexion sur les supports de communication notamment la brochure programme.
Comment valoriser autant le Programme des JDP que de l'ensemble de la programmation "Patrimoine en Spectacle" ?

2. Spectacle festif

Un grand moment festif sera présenté le weekend des Journées du Patrimoine

3. Subsidés aux organisateurs

Fixés par le Code du Patrimoine

4. Validation des dossiers

Dossier complet

Lieu patrimonial ou d'intérêt patrimonial

Gratuit



Produits d'appel touristiques patrimoniaux

Critères de sélection de base des événements du calendrier « Le patrimoine en spectacle »

Ces critères sont en lien avec la ligne éditoriale touristique de VISITWallonia.be et sont liés au thème « Patrimoine en spectacle »

- Localisation : **événement organisé en Wallonie** (y compris les Cantons de l'Est)
- Période : **entre mi-juin et mi-septembre.**
- **Lieu à intérêt patrimonial** : abbaye, château, site UNESCO, lieu à intérêt patrimonial ou en lien avec le patrimoine culturel matériel/immatériel.
- **Lien clair avec le patrimoine** (classé ou non, y compris XX^e siècle).
- Public cible : **portée régionale ou supra-régionale** (éviter les événements trop locaux).
- Durée : **idéalement plus d'un jour** (exclure les micro-événements, ex. : balade unique).
- Type d'événement : **festivals ; spectacles ; folklore & traditions ; reconstitutions historiques ; événements culturels organisés dans des lieux patrimoniaux.**
- Exclusions : ateliers, conférences, événements très locaux ou à faible audience.
- **Mise en scène artistique ou immersive** : son & lumière, théâtre, danse, musique, costumes, scénographie immersive, etc.

--> Complémentarité avec les Maisons du Tourisme à organiser pour la valorisation des événements plus locaux

Critères de sélection pour déterminer le potentiel de mise en tourisme

Organisation & faisabilité

- Expérience et fiabilité des organisateurs
- Logistique, sécurité et capacité d'accueil adaptées
- Nombre total de visiteurs attendus
- Nombre de visiteurs attendus hors Wallonie

Durée de séjour potentielle & retombées locales

- Potentiel séjour : potentiel d'hébergement, restauration, commerces partenaires de l'évènement
- Contribution à l'économie locale
- Contribution à la création d'offres touristiques intégrées
- Synergie : possibilité de créer un parcours ou des partenariats en lien avec d'autres événements

Innovation / originalité

- Approche nouvelle dans la mise en valeur du patrimoine
- Capacité à attirer des publics jeunes ou internationaux pour conquérir de nouvelles cibles

Critères de sélection de mesures du potentiel de mise en tourisme

Visibilité de la marque VISITWallonia.be & promotion conjointe

- Participation à la structuration des contenus et au partage de contenus avec VISITWallonia.
- Prêt à s'appuyer sur l'analyse marketing & communication de VISITWallonia.
- Rôle d'ambassadeur de la destination Wallonie et de la marque VISITWallonia.be ainsi que des autres événements partenaires qui seront choisis.
- Renforcement de la visibilité des sites patrimoniaux et des Journées du Patrimoine.
- Potentiel médiatique / communication pour valoriser le patrimoine wallon.



Proposition d'expérience

Un week-end au cœur de l'Histoire à Waterloo



Événement de départ : Reconstitution de la Bataille de Waterloo



Séjourner à Waterloo dans un hôtel ou une maison d'hôtes permet de rester proche du site et de profiter d'un confort adapté pour un court séjour. Ce choix facilite la conversion d'une simple sortie en une expérience immersive.



Visiter le Musée du Domaine de la Bataille et suivre la Promenade 1815 offre une immersion historique complète, tout en proposant une activité accessible et agréable pour les couples.



Prendre un repas à la Brasserie de la Ferme Mont-Saint-Jean permet de savourer des produits locaux dans un cadre lié à l'histoire napoléonienne, renforçant la cohérence du séjour.



Les Napoléoniennes à Ligny prolongent la découverte historique et créent un parcours patrimonial cohérent pour inciter à revenir.

Proposition d'expérience

Un week-end entre vignobles et chœurs dans une abbaye



Événement de départ : La Nuit de Chœurs



Un gîte rural à Villers-la-Ville ou le Gîte des Trois Tilleuls offre un cadre authentique et calme, idéal pour les passionnés qui souhaitent vivre au rythme de l'abbaye.



La visite du vignoble Villers-la-Vigne et la randonnée en forêt permettent d'approfondir la compréhension du site cistercien et de son environnement naturel.



Un repas à la Brasserie des Hostieux Moines valorise la tradition brassicole monastique et complète la thématique patrimoniale.



La visite chez Larosée (roses et gin belge) ajoute une dimension artisanale et sensorielle qui séduira les connaisseurs.





Proposition d'expérience

Un week-end musical et patrimonial au château de Bouillon



Événement de départ : Les Musicales de Bouillon



L'auberge de jeunesse de Bouillon est une solution conviviale et économique, parfaite pour un public en découverte qui souhaite tester la destination.



Bouillon Medieval Experience, le Tombeau du Géant et la Bergerie d'Acremont offrent un mélange équilibré entre patrimoine, paysages spectaculaires et terroir.



Une dégustation à la Bergerie d'Acremont apporte une touche gourmande et authentique qui marque le séjour.



Le Fantôme de Berthe à La Roche-en-Ardenne prolonge la dimension spectaculaire et patrimoniale pour enrichir l'expérience.



Proposition d'expérience

Un week-end élégant entre costumes vénitiens et jardins historiques



Événement de départ : Les Costumés de Venise



La maison d'hôtes Les 4 Lunes offre un cadre raffiné et intimiste, en parfaite adéquation avec les attentes d'un public sensible à l'esthétique et au confort.



Le Rochefort City Tour est idéale pour les amateurs de beaux paysages.



Un repas à l'Abbaye Notre-Dame de Saint-Rémy marie patrimoine monastique et gastronomie raffinée, pour une expérience sensorielle complète.



Le Festival de l'Été Mosan ajoute une dimension artistique et musicale dans des lieux remarquables, renforçant l'attrait culturel du séjour.



Proposition d'expérience

Escapade autour du patrimoine contemporain à Liège



Événement de départ : Van Gogh – The ImmersiveExperience



La maison d'hôtes YUST Liège offre un cadre design et convivial, à deux pas de la gare Calatrava, idéal pour un public sensible à l'esthétique et à la modernité.



Le parcours trendy dans Liège propose une approche contemporaine du patrimoine : depuis la gare Liège-Guillemins en passant par la passerelle Belle Liégeoise et La Boverie, jusque dans les quartiers créatifs et concept-stores.



Un repas à La Boverie ou dans un restaurant "sharing food" marie art de vivre et gastronomie locale, pour une expérience sensorielle complète.



La Cité Miroir ajoute une dimension culturelle et immersive dans un lieu patrimonial réhabilité : Expo Illusions (printemps-été) pour un regard original sur le patrimoine du XXe siècle.



Proposition d'expérience

Un week-end entre légendes médiévales et nature en Ardenne



Événement de départ : Le Fantôme de Berthe



Un gîte rural à Rendeux offre espace et authenticité pour les familles, tout en proposant un cadre photogénique pour les créateurs de contenu.



Le parc à gibier et le lac de Nisramont combinent activités ludiques pour les enfants et spots visuels pour la création de contenus.



Un goûter terroir avec les baisers de La Roche apporte une touche gourmande et locale, facile à partager et à mettre en scène.



Les animations estivales à Saint-Hubert prolongent l'expérience et offrent de nouvelles opportunités créatives.



Proposition d'expérience

Un week-end gourmand et authentique dans le bocage du Pays de Herve



Événement de départ : Festival Rue du Bocage



L'Hôtel des Étangs à Herve offre confort et proximité, idéal pour convertir une sortie en week-end et profiter pleinement de l'événement.



Les balades nature guidées permettent de découvrir la richesse écologique et culturelle du bocage, en lien avec les traditions locales.



L'Apéronade bollandaise et la visite de la Fromagerie La Meule du Plateau valorisent les produits AOP et le terroir, pour une expérience gourmande authentique.



La visite de l'Abbaye de Val-Dieu complète le séjour par une découverte patrimoniale et brassicole.

Nos outils de communication



Un plan de communication mutualisé

- Selon la spécificité des publics de **l'AWaP** / de **VISITWallonia**
- **Complémentarité**
- **Scénario "touriste"** et "visiteur"
- **Mutualisation** des moyens et des forces vives
- Aussi à **l'étranger** mais à évaluer selon l'offre événementielle et son attrait sur les marchés étrangers
- **En plus des actions déjà opérées par VISITWallonia** sur le thème du Patrimoine

Quels supports?

Communication écrite/matérielle

- Brochure
- Affiches A0
- Affiches A3
- Visibilité de l'événement jour J
- Encarts publicitaires presse quotidienne
- Encarts publicitaires presse féminine
- Encarts publicitaires presse familiale
- Publicités sur les bus TEC

Communication radiotélé

- Radios diverses
- Pré-roll sur les plateformes télés
- Displays sur les plateformes télés

Communication digitale

- Site Internet interactif **AWaP**
- Site VISITWallonia.be
- Site des événements choisis
- Site internet JP
- RS JP
- RS **AWaP**
- RS VISITWallonia.be
- Boosts RS
- E-nl VISITWallonia.be
- Affichage digital Delhaize et malls

Presse

- Belga
- Médias externes

Exemples concrets de supports (VISITWallonia)

Thuin

ville batelière et millénaire



Cette petite ville du passé médiéval ne manque pas de charme. Sur les hauteurs, se développent l'ancienne cité médiévale, son beffroi, son vignoble et ses jardins suspendus se situant en terrasse. Elle est ponctuée d'œuvres d'art contemporaines. La ville basse, ville, porte le quartier des bateliers. Au confluent de la Sambre et de la Sclameille, Thuin est en effet connue pour être la capitale de la batellerie. Le long des petites rues pavées, la décoration de certaines maisons fait écho à cette histoire.

particulière. Les clients de la ville méritent eux aussi le détour, tant au niveau du patrimoine qu'au niveau des bateliers.

Infos pratiques
Office du Tourisme de Thuin
Place Albert 1^{er} 2
6530 Thuin
www.tourismethuin.be

La ville est accessible en train (gare de Thuin). Cependant, différentes activités proposées se situent en dehors du centre.



43 - escapades urbaines

À voir, à faire

Jardins suspendus et parcours d'art

Reconnus Patrimoine escarpé de Wallonie, environ 100 jardins en terrasse sont à découvrir le long des rues pavées qui serpentent. Ce cadre insolite est parsemé d'œuvres d'art.

Place du Chapitre 3
6530 Thuin
www.tourismethuin.be

Beffroi

Ce monument reconnu par l'UNESCO a été construit au XVIII^e s. Il a la particularité d'avoir assumé à la fois une fonction religieuse et communale. Du haut de ses 126 marches, il offre un panorama idéal pour admirer Thuin et la région.

Place du Chapitre 3
6530 Thuin
www.beffroithuin.be

Ecomusée Thudo et quartier des bateliers

Imbriquées à bord d'une péniche-musée, l'Ecomusée Thudo et découvrez l'univers de la batellerie et la vie à bord. Promenez-vous ensuite dans le quartier des bateliers, dans la partie basse de la ville.

Quai de Sambre
Rue Y. Stenstevens
6530 Thuin
www.tourismethuin.be



Musée du Tram (ASV)

Ce musée est consacré au tramway sous ses formes : à vapeur, électrique et diesel. Vous pourrez y admirer une vingtaine de tramways anciens ou encore effectuer des parcours en tram sur la ligne de Thuin vers Lobbes.

Rue du Forteau 2 à
6530 Thuin
www.museumtramwallonia.be

Abbaye d'Aulne

Découvrez le cadre enchanteur de l'abbaye et son hertoir. Le site, entouré d'un parc verdoyant, d'étangs et de bois est idéal pour se promener et se détendre. À proximité, vous pouvez jouer au minigolf, profiter des salles et restaurants ou faire une balade en bateau électrique.

Rue Émile Vandervelde 231
6530 Soesbe (Thuin)
www.abbayedaulne.be



44 - escapades urbaines - 45

À voir, à faire

Distillerie de Biercée

Installée dans une ancienne ferme historique, la distillerie produit l'eau de Vieille ou encore la Mandarine Napoléon. Venez découvrir leur secret de fabrication et leur savoir grâce à une visite multiséculaire qui se clôture par une dégustation des produits phares.

Rue de la Raquette 35 • 6532 Ragnies (Thuin)
www.bierceedistillery.com

Collégiale Saint-Urmer de Lobbes et jardin de Folcuin

Dotant du XII^e s., il s'agit de la plus vieille église de Belgique. C'est à quel que soit la première illustration de la cloche antérieure. Détails amusants à découvrir : les deux clochers sont de styles différents, du pied de l'église, le jardin de Folcuin vous permet de lier entre les fleurs et les plantes médicinales.

Rue de l'Église 1 • 6530 Lobbes
www.collegethulin.be



À découvrir dans la région

À 5,5 km
Ragnies, labellisé Plus Beau Village de Wallonie
www.beauvillagede.be

À 15 km
Musée International du Carnaval et du Masque de Sinche
www.museumducarneval.be

À 25 km
Charleroi
(voir page 20)
www.visitwallonia.be/charleroi

Où dormir

Hôtel Auberge de l'Abbaye

Rue Émile Vandervelde 235
6530 Soesbe (Thuin)
www.aubergedelabbaye.be

Hôtel Relais de la Haute Sambre

Rue Fontaine Pépin 12
6540 Lobbes
www.rhs.be

Gîte du Haut-Marteau

Rue du Haut-Marteau 1
6530 Thuin
www.giteduhautmarteau.be

Gîte L'École de Flore

Chemin du village 43
6530 Thuin
www.giteedewallonia.be




Poursuivez la découverte sur
www.visitwallonia.be/thuin



46 - escapades urbaines - 47

Exemples concrets de supports (VISITWallonia)




Exemples concrets de supports (AWaP)








À LA DÉCOUVERTE DE L'ORGUE (VISITE, AUDITION, ACCÈS À LA TRIBUNE)


Agenda du Patrimoine T4 - 15/10/2025-14/01/2026

 **Visite guidée** : sam. 29/11, à 18h30, PAF : 12 €/pers.

 **place Saint-Jacques 8, 4000 LIEGE**




 info@festivalorgueliege.be


 <http://festivalorgueliege.be/>

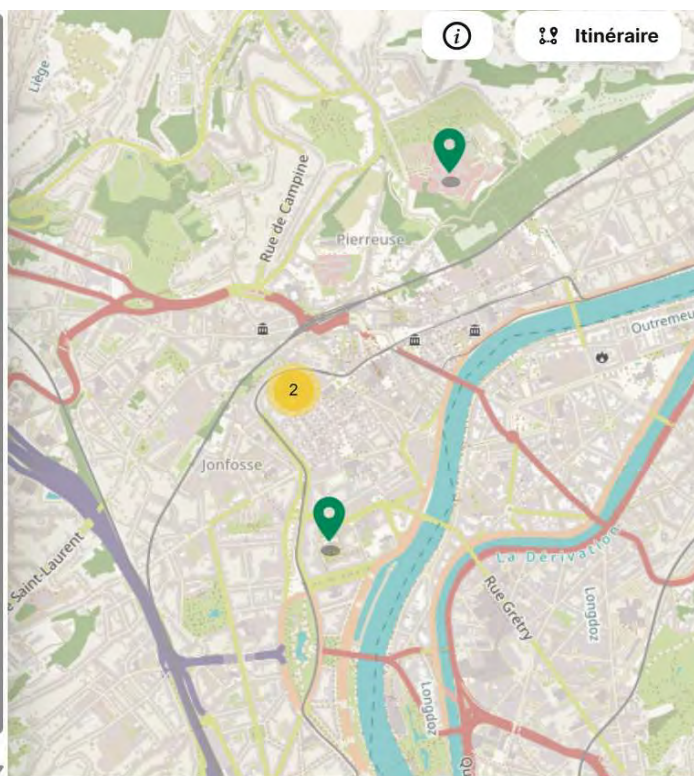
 Les Amis de l'orgue de Saint-Jacques de Liège

Accessibilité

Bus : arrêt tram « Charlemagne ». Train : gare des Guillemins.



 Ajouter à mon itinéraire



ITINÉRAIRE

Vos activités :

- 1 LIEGE - À la découverte de l'orgue (visite, audition, accès à la tribune) (fermée)
- 2 LIEGE - Les fortifications de la citadelle de Liège (fermée)
- 3 AUBEL - Visite guidée de Val-Dieu (fermée)
- 4 PEPINSTER - Visite guidée de Tancremont (fermée)

☒ Boucle la plus rapide ☐ la plus courte



Leaflet | © OpenStreetMap

RS – Story au départ d'un évènement lié au patrimoine





Pour conclure

Dates à retenir

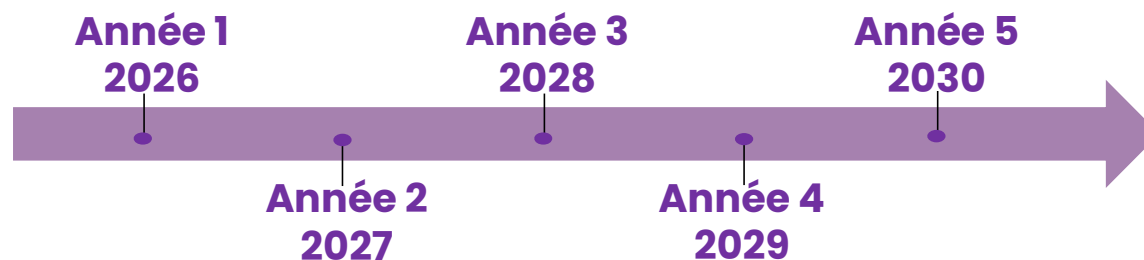
Début Janvier 2026	Lancement des inscriptions aux événements
8 février 2026	Fin des inscriptions Été du patrimoine
11 février 2026	Journées des organisateurs AWaP
8 mars 2026	Fin des inscriptions Journées du Patrimoine
16 mars 2026	Fin des inscriptions Journées européennes de l'archéologie
12 juin 2026	Été du patrimoine – Ouverture : Journées de l'archéologie (12-14 juin)
13 septembre 2026	Été du patrimoine – Apothéose : Journées du Patrimoine (12-13 septembre)

Un projet sur 5 ans

Ce projet s'inscrit dans une vision **à long terme** : cinq années pour bâtir une nouvelle image du patrimoine wallon.

2026 sera la première pierre de cet édifice, avec le lancement du concept « Le Patrimoine en spectacle ».

Chaque édition viendra renforcer la notoriété, enrichir l'offre et faire monter en puissance la programmation, jusqu'à créer un rendez-vous incontournable qui allie tourisme et patrimoine.



Merci de votre attention !

Avec ce projet, nous souhaitons donner une **nouvelle dynamique au patrimoine wallon**, en le rendant **plus vivant, plus accessible et plus attractif pour un public élargi**.

« Le patrimoine en spectacle » s'inscrit dans une **logique collective**, où chaque acteur contribue à une **programmation cohérente et renforcée**.

Nous proposons:

- Un cadre clair, qui mutualise les moyens et renforce la visibilité des événements.
- Des étapes concrètes, pour avancer ensemble dans un calendrier maîtrisé.
- Une **approche collaborative**, qui crée des synergies avec le tourisme et l'économie locale.

L'objectif est de moderniser la perception du patrimoine, d'augmenter la fréquentation et de **consolider son rôle dans la vie citoyenne, culturelle et touristique de la Wallonie**.

Merci de votre attention !

En plus des moyens humains mis à disposition par l'AWaP et VISITWallonia et la mutualisation des outils de valorisation et des plans de communication, VISITWallonia bénéficie d'une mission complémentaire de **250.000 euros** pour soutenir cette initiative.

La ventilation du budget reste à faire en concertation avec les équipes de la Ministre Valérie Lescrenier qui est à l'initiative de ce projet.

Nous restons à votre disposition maintenant ou plus tard !

Des questions ?

Nous sommes demandeurs de partage d'idées, de process, de bonnes pratiques, ... pour construire ensemble ce projet long terme.

Pour nous contacter



Sandrine Delcourt

Directrice marketing

sandrine.delcourt@VISITWallonia.be



Sophie Denoel

Inspectrice générale

sophie.denoel@awap.be