

Maison du Tourisme Meuse Condroz Hesbaye ASBL - Quai de Namur, 1 - 4500 Huy
BCE : 0667.978.721 - BE47 0689 3182 6180 - RPM : Liège (Division Huy)



TERRES
DE MEUSE
MAISON DU TOURISME

RAPPORT D'ACTIVITÉS

2025



www.terres-de-meuse.be - 085 21 29 15 - info@terres-de-meuse.be

SOMMAIRE

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 1. Organisation et fonctionnement | p. 2 |
| 1.1. Subventions et financements | |
| 1.2. Gestion des ressources humaines | |
| 1.3. Statistiques de fréquentation du bureau d'accueil | |
| 2. Gouvernance et concertation | p. 3 |
| 2.1. Assemblée générale | |
| 2.2. Organe d'Administration | |
| 2.3. Bureau Exécutif | |
| 2.4. Journée des opérateurs touristiques (réseautage) | |
| 2.5. Journée d'équipe | |
| 3. Coordination territoriale | p. 5 |
| 3.1. Vérification du label « Bienvenue Vélo » | |
| 3.2. Réseaux professionnels | |
| 3.3. Implication dans le développement du territoire | |
| 4. Services aux communes et partenaires | p. 6 |
| 4.1. Sacs d'accueil pour les nouveaux habitants | |
| 4.2. Prêt et location de matériel | |
| 4.3. Tournées de distribution de documentation | |
| 4.4. Agenda annuel | |
| 4.5. Goodies WEF | |
| 4.6. Outil collaboratif Notion | |
| 5. Communication digitale | p. 8 |
| 5.1. Site web | |
| 5.2. Module de promenades | |
| 5.3. Outil roadBOOK | |
| 5.4. Réseaux sociaux | |
| 5.5. Newsletter mensuelle | |
| 6. Communication imprimée | p. 11 |
| 6.1. Magazine touristique | |
| 6.2. Sets de table | |
| 7. Projets de développement touristique | p. 12 |
| 7.1. Gamification | |
| 7.2. Véloexploreurs | |
| 7.3. Bon appét'HUY | |
| 7.4. Fiche projet FEADER : « D'un accueil innovant à des séjours stimulants » | |
| 8. Mise en valeur du terroir | p. 14 |
| 8.1. Espace produits locaux au bureau d'accueil | |
| 8.2. Sac « Bon app' ! » | |
| 8.3. Box de fin d'année | |
| 8.4. Galette des rois | |
| 9. Relations publiques et visibilité | p. 15 |
| 9.1. Presse | |
| 9.2. Médias | |
| 9.3. Salons | |

1. Organisation et fonctionnement

1.1. Subventions et financements

En 2025, Tourisme Wallonie nous a octroyé :

- un subside de fonctionnement de 215.875€ - justifiable à 100%
- un subside de promotion de 54.500€ - justifiable à 100%
- un subside « petit matériel » de 3.382,27€ - justifiable à 50%

En 2025, la FTPL¹ nous a octroyé :

- un subside de promotion de 15.000€ - justifiable à 100%
- des subventions « projets touristiques » à hauteur de 500€

En 2025, l'asbl a également bénéficié de financements pour la réalisation de la fiche projet FEADER (sous-mesure 372) et de points APE.

1.2. Gestion des ressources humaines

En 2025, l'équipe de la MT² était composée de 6 personnes (de gauche à droite) :

- Louise Hoffer - 1 ETP³ - chargée de projet pour la réalisation de la fiche projet FEADER⁴
- Marc Houbart - 4/5 ETP
- Elodie Keyzers - 1 ETP
- Michaël Notte - 1 ETP
- Anne Javaux - 1/2 ETP
- Annick Braekers - 3/5 ETP



Diverses formations ont été suivies par les membres du personnel afin de se professionnaliser davantage :

- Créer des photos percutantes avec un smartphone - CCT⁵ (E. Keyzers)
- Les fondamentaux du management d'équipe - CCT (E. Keyzers)

¹ Fédération du Tourisme de la Province de Liège

² Maison du Tourisme

³ Équivalent temps-plein

⁴ Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural

⁵ Centre Compétence Tourisme (Marche-en-Famenne)

- Webinaire : une autre vision de mon site internet, nouveaux cas d'usages (M. Notte)
- Webinaire : Savoir utiliser l'IA pour optimiser sa réputation en ligne (L. Hoffer)
- Webinaire : accessibilité site web (M. Notte)
- Webinaire : l'IA au service de l'entreprise touristique (L. Hoffer & M. Notte)
- Webinaire : l'IA dans le tourisme (L. Hoffer & M. Notte)
- Webinaire : l'IA dans le parcours d'achat (L. Hoffer & M. Notte)
- Webinaire : 10 astuces gratuites pour améliorer l'expérience utilisateur de son site internet (L. Hoffer)
- Webinaire : 10 astuces pour favoriser l'accessibilité numérique pour tous (L. Hoffer)
- TourismePro : Airtable (A. Braekers & L. Hoffer)
- Webinaire : IA dans Fairguest (L. Hoffer & M. Notte)

1.3. Statistiques de fréquentation du bureau d'accueil

En 2025, le bureau d'accueil enregistre 11 269 visiteurs.

Le public belge constitue 72 % de la fréquentation, dont 57 % de francophones et 15 % de néerlandophones. Parmi les visiteurs wallons, 63 % proviennent de la province de Liège.

La clientèle internationale se répartit entre les Pays-Bas (9 %), la France (8 %), l'Allemagne (5 %) et les pays anglophones (1,6 %). Les autres nationalités, issues de nombreux pays, comptent pour 4 % de la fréquentation.

- 2017 : 15.680 visiteurs (Huy + P-D)
- 2018 : 14.241 visiteurs (Huy + P-D)
- 2019 : 10.932 visiteurs (Huy)
- 2020 : 5.775 visiteurs (Huy)
- 2021 : 7.643 visiteurs (Huy)
- 2022 : 14.099 visiteurs (Huy)
- 2023 : 13.878 visiteurs (Huy)
- 2024 : 13.891 visiteurs (Huy)
- **2025 : 11.269 visiteurs (Huy) => passage de 360 jours d'ouverture à 300 jours.**

2. Gouvernance et concertation

2.1. Assemblée générale

L'assemblée générale s'est tenue le 22 mai au Village du Saule à Hosdent (Braives). Comme chaque année, une découverte du site était prévue avant la réunion. Celle-ci a permis de mieux se rendre compte des installations et des services offerts par la MMER¹. Après la réunion, un repas était proposé au restaurant sur place « Al Molino d'Oro ».

¹ Maison de la Meuse et de l'Environnement Rural

2.2. Organe d'Administration

4 réunions se sont tenues en 2025 :

- 24 mars
- 21 avril (par mail)
- 22 mai (après AG)
- 07 octobre

2.3. Bureau Exécutif

En 2025, le Bureau Exécutif s'est rassemblé 7 fois à la MT afin de traiter de la gestion journalière :

- 8 février
- 8 mars
- 21 avril (par mail)
- 10 mai
- 1^{er} juillet
- 2 septembre
- 4 novembre
- 2 décembre

2.4. Journée des opérateurs touristiques (réseautage)

Le 9 octobre, la MT a réuni ses partenaires pour une journée de réseautage au Château de Fallais (25 participants). Après une matinée de présentation par Tourisme Wallonie des nouveautés au sujet de la certification de promenades balisées, une présentation des SGR (Sentiers de Grande Randonnée) a permis de mettre à jour nos connaissances et de savoir à qui s'adresser en cas de questions. S'en est suivi un lunch (sandwiches) et une visite du château et de ses jardins, tant au niveau historique qu'anecdotique.

En fin de journée, échange de bons procédés et de documentation, pistes pour l'année suivante.

2.5. Journée d'équipe

Le 16 octobre, après une réunion d'équipe dans les locaux administratifs de la Maison du Tourisme, l'équipe s'est rendue à l'Hôtel des Touristes au Pont de Bonne pour une dégustation de braserade, une cuisson de viande sur mini barbecue à table.

L'après-midi a été consacré à la découverte des combles du Château de Modave. Cette visite, offerte par le château, a permis un accès exceptionnel à des espaces habituellement fermés au public. L'activité favorise le partage entre collègues tout en offrant une expérience privilégiée dans un cadre patrimonial remarquable.

3. Coordination territoriale

3.1. Vérification du label « Bienvenue Vélo »

En 2025, des évolutions attendues depuis longtemps ont été mises en place concernant la labellisation des hébergements et prestataires touristiques souhaitant obtenir le label Bienvenue Vélo. Un nouveau dossier d'adhésion et des formulaires actualisés sont désormais facilement accessibles sur le site Tourisme Wallonie/Bienvenue Vélo.

Bien que ce label existe depuis plus de dix ans, son développement reste progressif en raison des ressources limitées qui y sont consacrées. Dans ce cadre, chaque Maison du Tourisme accompagne la cellule Bienvenue Vélo de la Wallonie dans le suivi des dossiers relatifs à son territoire.

Pour 2025, trois vérifications de dossiers déposés par des hébergeurs ont été effectuées : « La Grange » (gîte à Chapon-Seraing), « La Maison d'Alfred » à Marneffe et le « Gîte de la Petite Ferme » à Verlaine. La mission consiste à constater sur place la conformité des réponses fournies dans les questionnaires et la capacité réelle des structures à accueillir les cyclistes dans de bonnes conditions.

3.2. Réseaux professionnels

- Fb#pro

Ce groupe constitue une plateforme dédiée aux acteurs touristiques du territoire (hébergeurs, producteurs, attractions, etc.) qui favorise l'échange et le partage d'informations. Fin 2025, le groupe compte 194 membres.

Avec un rythme de deux à cinq publications par mois, les membres y trouvent des informations variées telles que les évolutions législatives, les appels à projets, les offres d'emploi, les opportunités de formation, ainsi que des nouveautés et des astuces pratiques.

- Newsletter – Communauté pro

La newsletter professionnelle, intitulée « Tous ensemble ! De la Hesbaye au Condroz », rassemble environ 600 abonnés. Non récurrente, elle est diffusée dès qu'un contenu pertinent est disponible, assurant une communication adaptée aux besoins du réseau touristique.

3.3. Implication dans le développement du territoire

L'équipe de la MT contribue activement au développement touristique du territoire, en lien avec des partenaires institutionnels et régionaux. Elle participe à plusieurs groupes de travail tels que la plateforme du PNBM, le Hesbiclub Économie, la Task Force hutoise, etc. mais aussi aux réunions de la FTPL, de Tourisme Wallonie et de VISITWallonia.

Elle assure et accompagne également les partenaires dans la création et la reconnaissance de nouvelles promenades.

Enfin, la structure s'investit dans la formation, à travers l'accueil de stagiaires, l'organisation de visites guidées pour les étudiants et la participation à des jurys externes.

4. Services aux communes et partenaires

4.1. Sacs d'accueil pour les nouveaux habitants

La MT propose et fournit gratuitement aux communes des sacs de documentation destinés à leurs nouveaux habitants. Ces sacs, remis directement par les élus communaux lors de journées d'accueil ou d'événements dédiés, ont pour objectif de favoriser l'intégration des nouveaux arrivants et de les sensibiliser à l'offre touristique locale.

Conçus aux couleurs de Terres-de-Meuse, ces sacs contiennent une sélection de supports informatifs et promotionnels : le magazine touristique, la carte touristique du territoire, une ou plusieurs fiches balades, des cartes postales illustrées, ainsi que quelques goodies pratiques ou ludiques.

En 2025, un total de 540 sacs a été remis aux communes de Berloz, Braives, Burdinne, Faimés, Remicourt.

4.2. Prêt et location de matériel

La MT met à disposition un ensemble de matériel destiné à soutenir l'organisation d'événements ou d'activités locales. Deux modalités sont proposées :

- le prêt, exclusivement réservé aux communes partenaires ayant versé leur cotisation annuelle,
- la location, accessible aux comités et associations locales.

Le stock disponible comprend 45 transats, 2 tonnelles avec leurs accessoires, 3 guirlandes lumineuses et 100 plaids.

En 2025, les demandes enregistrées se détaillent comme suit :

- Les transats ont été empruntés ou loués à 9 reprises, pour un total de 149 unités utilisées.
- Les guirlandes lumineuses ont été prêtées 5 fois, soit 15 guirlandes au total.
- Les tonnelles ont été prêtées à 2 reprises, correspondant à 4 tonnelles utilisées.

Ce service, apprécié pour sa souplesse, renforce la capacité d'action des acteurs locaux tout en assurant une visibilité cohérente de l'identité Terres-de-Meuse sur le territoire.

4.3. Tournées de distribution de documentation

La MT organise régulièrement des tournées de distribution afin d'assurer le réapprovisionnement des supports touristiques sur l'ensemble du territoire.

Deux tournées de distribution ont permis, en 2025, d'alimenter en documentation les 14 présentoirs officiels, installés dans des sites touristiques, attractions majeures, mais aussi dans d'autres lieux stratégiques.

Le magazine touristique constitue le support principal distribué, mais ces tournées intègrent également :

- des supports produits par les partenaires (brochures locales, programmes événementiels),
- des outils de communication liés aux activités de la MT
- des supports payants commandés par certaines structures : cartes IGN, fiches-balades thématiques, etc.

De même qu'une tournée en fin d'année distribue les agendas édités par la MT et offerts aux administrations communales et autres partenaires qui en ont fait la demande. Cette tournée a aussi permis de récupérer des lots offerts par nos partenaires pour le concours "Galette des Rois" de début 2026.

Une autre tournée a permis de distribuer des sets de table aux communes demandeuses et à une association locale en vue de faire la promotion de la MT grâce à ce support lors d'activités.

Un dépôt de "Carnets du paysage" et de guide découverte du Patrimoine a aussi été réalisé cet été, 4 librairies du territoire ont pris en dépôt les divers carnets proposés par la MT.

Ce travail logistique contribue à renforcer la présence terrain de la MT, à garantir une diffusion homogène et actualisée des contenus et à soutenir la visibilité des événements portés tant par la structure que par les acteurs locaux.

4.4. Agenda annuel

L'agenda annuel édité par la MT est destiné aux partenaires touristiques et aux élus communaux. Plus qu'un simple outil de planification, il constitue un support de valorisation et de visibilité, diffusé chaque année en fin d'année civile.

L'édition 2026, préparée courant 2025, est consacrée à la MT elle-même, avec une mise en lumière de ses missions, des services rendus aux communes et opérateurs touristiques ainsi que de ses outils de communication, de coordination et de promotion.

Cette thématique vise à mieux faire connaître le rôle structurant de la MT et à renforcer les liens avec les acteurs du territoire.

La quantité imprimée, soit 300 exemplaires, correspond aux bons de commande reçus avant la clôture des demandes (15/09).

4.5. Goodies WEF

Dans le cadre du concept « La Wallonie en Folie », chaque commune a validé en 2024 un jeu de mots identitaire, décliné en 2025 à travers différents supports touristiques, articles de presse et contenus médias.

Afin de prolonger cette démarche de valorisation, la MT propose désormais des goodies personnalisés (badges, magnets, miroirs de poche, décapsuleurs) reprenant ces jeux de mots.

Ces objets peuvent être distribués ou vendus lors d'événements locaux, animations scolaires ou actions communales, contribuant ainsi à renforcer le sentiment d'appartenance au territoire.

4.6. Outil collaboratif Notion

Mis à disposition par la MT en 2023, l'outil Notion est un répertoire numérique collaboratif, régulièrement alimenté et enrichi.

Il rassemble des contacts utiles pour l'organisation d'événements, d'animations ou de projets à l'échelle locale : guides et animateurs, artistes et grimage, foodtrucks et traiteurs, services de location (vélos, trottinettes), ateliers itinérants, photographes et vidéastes, graphistes, imprimeurs, influenceurs, traducteurs, etc.

Accessible aux opérateurs touristiques et aux communes, cet outil favorise l'accès à des ressources locales fiables, renforce les synergies territoriales et contribue à professionnaliser les démarches.

La MT veille à assurer une mise à jour régulière de cet outil et effectue, de temps à autre, un rappel de son existence auprès des partenaires afin d'encourager son utilisation et son enrichissement continu.

5. Communication digitale

5.1. Site web

Le site en chiffres (du 1er janvier au 31 décembre 2025)

- 147.000 utilisateurs actifs
- 76.000 nouveaux visiteurs
- 231.000 pages vues
- 59 secondes de durée moyenne d'engagement

Le site est un point d'entrée majeur pour découvrir et préparer une visite en Terres-de-Meuse.

Un levier d'attractivité puissant

- 129.000 sessions¹ via le référencement naturel
- Le SEO = 1er canal d'acquisition

- Visibilité sur les recherches liées aux balades, randonnées et activités

Le site capte les visiteurs au moment où ils cherchent quoi faire sur le territoire.

¹ Une session correspond à une période durant laquelle un utilisateur navigue sur le site web. Elle débute lorsqu'un visiteur arrive sur le site et se termine après une période d'inactivité ou lorsqu'il quitte le site. Une même personne peut donc générer plusieurs sessions au fil du temps.

Un rayonnement local et international

- Belgique : cœur de l'audience
- Visiteurs en provenance de plus de 100 pays étrangers
- Notoriété du territoire au-delà des frontières

Un site local... avec une portée internationale.

Une vraie plus-value pour le territoire

- Mise en avant des balades, itinéraires et loisirs
- Outil d'inspiration et de préparation de séjour
- Soutien direct à la fréquentation touristique

Le site transforme l'intérêt en envie de découvrir le territoire.

5.2. Module de promenades

En 2025, plusieurs promenades pédestres ont été évaluées sur le terrain puis encodées sur le site web avec écriture des pas-à-pas. La rédaction des POIs est un processus continu de complément et d'amélioration, réalisé en partie sur 2025 et continué en 2026.

Geer : A la découverte des réserves naturelles.

Marchin : Chemin des Cathédrales (nouveau circuit reconnu en 2024).

Modave : Froide Fontaine.

Héron : De Marsinne à Wanhériffe, Promenade des châteaux.

Verlaine : Circuit des chapelles (mise en ligne en 2026).

La partie "Cyclo-VTT" de la page "promenades" a également été améliorée par l'ajout d'une promenade basée sur les parcours points-nœuds : "Chapelles et châteaux de Hesbaye" au départ de Haneffe.

Un accompagnement des partenaires dans l'élaboration et la reconnaissance par Tourisme Wallonie de nouvelles promenades est également réalisé par la MT. En 2025, on peut citer :

- La Promenade de Scry (Tinlot)
- La Promenade L 127 (Hannut - Villers-le-Peuplier)

Le suivi du projet de parcours de descente, de freestyle et d'enduro sur la commune d'Amay.

La MT participe également aux groupes de travail visant à la promotion du parcours Eurovélo 19 en Wallonie, le long de la Meuse (2 réunions, le 20/11 et le 11/12/2025).

5.3. Outil roadBOOK

Créé en 2020 par l'agence Raccourci, cet outil est un véritable allié de l'agent d'accueil. Grâce à un encodage ciblé au préalable, il est désormais possible de répondre à une demande de façon complète et entièrement personnalisée. roadBOOK permet une diminution des impressions papier. Une cotisation carbone est payée dans le cadre de cet outil ce qui permet de compenser la pollution numérique.

- Formation des agents d'accueil à travers des exercices à réaliser.
- Amélioration de l'outil sur base des retours d'expérience des agents d'accueil.
- 370 roadBOOKs créés.
- Types de demandes les plus sollicitées : hébergement, activités, restaurants, balades, ...

5.4. Réseaux sociaux

En 2025, la page **Facebook** de la MT a connu une progression significative au niveau de ses performances. Avec plus de 328 000 vues cumulées sur l'année, les contenus ont bénéficié d'une large visibilité.

L'engagement a fortement augmenté (+109,6 %), traduisant un intérêt croissant du public pour les publications liées au territoire, aux activités et aux événements locaux.

Facebook s'affirme également comme un levier de trafic efficace, avec une hausse marquée des clics vers des contenus externes (+122,8 %) et plus de 17.500 visites de la page.

Enfin, la communauté continue de s'élargir, avec 540 nouveaux abonnés sur l'année (+46,3 %).

Le compte **Instagram** de la MT a enregistré 5.100 vues et une couverture de 1.700 comptes. L'engagement progresse avec 70 interactions sur les contenus (+100 %) et 104 nouveaux abonnés sur l'année.

5.5. Newsletter mensuelle

La MT diffuse chaque mois une newsletter à ses abonnés, mettant en avant une sélection d'événements à venir, des expériences touristiques comme la balade du mois, ainsi que la valorisation des produits locaux.

Notre newsletter compte 14.827 abonnés soit plus de 3.000 de plus par rapport à 2024. Les collaborations avec VISITWallonia lors de jeux-concours sont pourvoyeuses de nombreux nouveaux inscrits.

Le taux d'ouverture moyen de l'e-mail est de 38,06%, le taux de clic est de 5,15%. Le taux de désinscription est de 0,32%.

6. Communication imprimée

6.1. Magazine touristique

Le magazine regroupe plusieurs supports précédemment publiés et s'aligne à la communication globale, notamment celle du site web.

Il valorise le territoire à travers des activités, balades, terroir, artisanat et conseils pratiques. L'édition 2025 met en avant la thématique « La Wallonie en Folie » avec des jeux de mots pour chaque commune, valorisant ainsi une spécificité locale.

Composé d'interviews et d'articles, il a été imprimé à 4.000 exemplaires en français et 2.500 en néerlandais et est régulièrement distribué dans les points d'information et sites touristiques. Un exemplaire a aussi été transmis par Poste à chaque hébergement certifié.

En 2025, la préparation de l'édition 2026-2027, valable pour deux ans, a été lancée dans une optique d'optimisation de la diffusion et de réduction des coûts de production.

6.2. Sets de table

Des sets de table aux couleurs des Terres-de-Meuse ont été imprimés aux formats A2 et A3, à destination des restaurants et des communes organisant des événements ou animations. Cette action vise à renforcer la visibilité du territoire dans des lieux de convivialité et de passage.

Au total, 56.500 sets ont été produits pour répondre à la demande des restaurants suivants (informés de la démarche par courrier et par mail) : Al Molino d'Oro à Braives, Le Coune'Ke à Hannut, la brasserie L'esplanade et la cafétéria du Mont Mosan à Huy, Le Café de la Place à Marchin, l'Hôtel des Touristes à Modave, le bateau Val Mosan à Huy. 6 communes partenaires (Lincen, Oreya, Berloz, Faimés, Remicourt, Geer). De même que le SI « Entre Eaux et Châteaux » (Condroz), l'ADL d'Engis, Le Château de Fallais, l'OT de Hannut.

Tout comme le Musée de Hesbaye à Remicourt, Latitude 50 à Marchin, le Musée d'Amay, Belgian Owl à Fexhe-le-Haut-Clocher ... et une association locale à Berloz pour participer à des activités Télévie. Ceux-ci sont également utilisés comme carte touristique à remettre aux visiteurs.

7. Projets de développement touristique

7.1. Gamification

En 2025, la MT a poursuivi le projet de gamification entamé en 2024, avec pour objectif de connecter les villes de Hannut, Huy et Waremme à travers une expérience ludique et immersive.

Développé en collaboration avec l'agence Furet Company, le jeu s'appuie sur l'application mobile « Piste et Trésor », permettant aux visiteurs d'explorer les centres-villes à travers un parcours interactif en réalité augmentée, ponctué d'énigmes, de défis et de découvertes touristiques.

Une intrigue originale commune aux trois villes, construite autour de l'univers du territoire, guide les participants tout au long de leur exploration. Après plusieurs repérages sur le terrain, les équipes ont conçu les mécanismes de jeu, les étapes et les éléments visuels en réalité augmentée.

En février, un concours Facebook a permis aux abonnés de la page Fb de participer au choix du nom de la mascotte écureuil, désormais fidèle compagnon de chaque parcours. C'est Alistair de Meuse qui a été choisi.

Pour accompagner le lancement, des supports de communication ont été déployés (roll-up, affiches, stickers, badges), renforçant la visibilité du projet sur l'ensemble du territoire.

La conférence de presse s'est tenue le 13 mai à la MT, suivie du lancement simultané des trois parcours le 25 mai, à Hannut, Huy et Waremme.

En 2025, il y a eu 492 téléchargements des jeux (en moyenne 2 à 3 personnes par groupe) : 135 à Hannut, 198 à Huy et 159 à Waremme témoignant d'un véritable engouement pour cette forme de découverte innovante et participative.

7.2. Vélexploreurs

Le concept « Les Vélexploreurs » est une activité proposée par la MT depuis plusieurs années, alliant sport doux, découverte de paysages et immersion dans l'histoire locale.

En 2025, l'activité s'est déclinée autour du thème de l'agriculture, au passé et au présent. Comme en 2024, chaque promenade s'est déroulée un dimanche matin (avec une exception le samedi) et à chaque fois dans le cadre d'une activité organisée par un partenaire. La large couverture publicitaire de l'événement a permis de renouveler le public, qui provenait à nouveau cette année des 4 coins de la Wallonie.

Quatre dates étaient programmées :

- Dim. 18/05 - « Cœur de Hesbaye » - Marché d'artisans et de producteurs - Château de Waleffe - Rue de Borlez 45 - 4317 Faimés
- Dim. 25/05 - Fête du Vélo à Waremme - Place du Roi Albert Ier - 4300 Waremme
- Sam. 28/06 - Fête du Parc naturel - Rue du Temple, 9 - 4520 Wanze
- Dom. 06/07 - Fête de la Ruralité à Vyle-et-Tharoul - rue du Parc - 4577 Marchin

L'inscription de 10€ par participant comprenait la balade guidée et une surprise, comme une visite ou la dégustation de produits locaux.

Compte tenu de conditions climatiques parfois difficiles cette année, 52 personnes ont pris part à l'activité.

7.3. Bon appét'HUY

En collaboration avec l'OT de Huy, le service Événements de la Ville et l'asbl Devenirs, l'activité Bon appét'HUY proposait une balade gourmande alliant produits locaux et découverte de Huy et de ses alentours. Après avoir récupéré un sac pique-nique à l'épicerie de la Halle (rue du Pont), les participants choisissaient un circuit de 2,5 km ou 5 km, incluant la prise du téléphérique. L'activité a rassemblé 18 participants le 19 juillet et 40 le 23 août.

7.4. Fiche projet FEADER

Intitulée « D'un accueil innovant à des séjours stimulants », la fiche a été rentrée en 2023 et approuvée en 2024. L'objectif de la fiche est d'étendre l'outil de personnalisation de séjours « roadBOOK » à d'autres MT wallonnes.

Une chargée de mission a été engagée à temps plein en octobre 2024 et un membre du personnel travaille à mi-temps sur cette fiche

La fin d'année 2024 a permis la prise en main de l'outil pour la chargée de projet mais aussi un premier contact avec les MT de Wallonie.

En 2025, de nombreuses actions ont été menées :

- Rédaction d'un cahier des charges pour valider le prestataire ;
- Attribution du marché et validation de celui-ci par Tourisme Wallonie ;
- Rédaction d'une convention de partenariat avec les MT adhérentes au projet ;
- Échanges avec l'agence Raccourci pour l'évolution de l'outil statistiques intégré à roadBOOK ;
- Présentation de l'outil roadBOOK aux rencontres wallonnes du e-Tourisme ;
- Présentation de l'outil roadBOOK dans l'émission Technominds (Bouké Média) ;

- Présentation de la fiche projet dans le cadre de la séance d'information concernant « Mon Bagage Numérique » ;
 - Démonstration de l'outil roadBOOK dans les bureaux d'accueil des MT wallonnes (9) ;
 - Démonstration de l'outil roadBOOK dans les bureaux de VISITWallonia ;
 - Rencontre avec la représentante de la Ministre du tourisme au Cabinet Ministériel ;
 - Appel téléphonique avec l'Attachée de cabinet de Mr Drèze (Échevin de l'attractivité commerciale et touristique de Liège) ;
- => Total = 15 présentations
- Réalisation d'un dépliant de présentation distribué lors de chaque rencontre.

Fin 2025, 3 MT (Brabant Wallon, Ourthe-Vesdre-Amblève et Pays de Charleroi) ont intégré le projet en plus des 3 structures déjà équipées (Terres-de-Meuse, Explore Meuse, Spa Hautes-Fagnes).

8. Mise en valeur du terroir

8.1. Espace produits locaux au bureau d'accueil

Un espace dédié aux produits locaux est aménagé dans le bureau d'accueil, sous la forme d'une étagère partagée avec l'OT de Huy avec qui un accueil conjoint est mis en place. Celle-ci présente un assortiment varié mettant en valeur le savoir-faire des producteurs du territoire : huiles, moutardes, chips, apéritifs, vins, bières, jus, chocolats, confitures, cafés, thés ou encore confiseries. Un roulement régulier des références permet de faire découvrir la diversité des acteurs locaux tout au long de l'année. En complément, une étagère goodies propose des articles promotionnels tels que cartes postales, magnets, parapluies, gourdes, crayons en saule ...

8.2. Sac « Bon app' ! »

Le sac Bon app'!, proposé au tarif de 10€, associe découverte du territoire et valorisation des produits locaux. Il comprend un jus, une bière, un sachet de chips, 5 fiches-balades, une carte IGN au choix (PNBM, Huy, Rando Condroz) ainsi qu'un sac à dos isotherme réutilisable. En 2025, 71 exemplaires ont été écoulés via la MT et les partenaires touristiques que sont le Syndicat d'Initiative Entre Eaux et Châteaux, le Château féodal de Moha, le Moulin de Ferrières et le Village du Saule.

Ce support pratique et attractif renforce la visibilité de l'offre touristique tout en encourageant les balades en autonomie.

8.3. Box de fin d'année

À l'occasion des fêtes de fin d'année 2025, des box et packs gourmands ont été proposés à la vente, valorisant les produits du terroir à travers une approche culinaire. Chaque composition s'est articulée autour d'un livret de recettes créé

pour l'occasion, mettant en avant des préparations accessibles et inspirées du territoire. Le contenu des box reprenait les principaux ingrédients nécessaires à la réalisation de recettes, sélectionnés auprès de producteurs locaux. Cette initiative a permis de soutenir les circuits courts tout en offrant une idée cadeau originale et authentique. 4 packs étaient proposés : Vin blanc à la fleur de sureau, vinaigrette, mousse au chocolat et la box avec une dizaine de produits permettant la réalisation de plusieurs recettes issues du livret.

8.4. Galette des rois

Pour l'édition 2025 de l'action Galette des Rois, le dispositif a été revu afin de favoriser l'engagement du public et d'optimiser la remise des lots. En 2025, les fèves numérotées ont été remplacées par des couronnes numérotées, remises par les boulangers partenaires avec chaque galette vendue. Chaque couronne comporte un numéro unique et les informations nécessaires pour consulter la liste des numéros gagnants (lieu et date de publication). Ce changement vise à simplifier la participation tout en renforçant la visibilité du jeu et de la MT.

Au total, 5.000 couronnes ont été distribuées dans 15 boulangeries du territoire (Amay, Burdinne, Braives, Crisnée, Engis, Hannut, Héron, Huy, Marchin, Modave, Nandrin, Remicourt, Wanze), mettant en valeur le savoir-faire des artisans boulangers locaux. Les lots proposés incluent notamment des nuitées en hébergements insolites et diverses activités ou visites à vivre en Terres-de-Meuse.

9. Relations publiques et visibilité

9.1. Relations presse

Six communiqués de presse ont été rédigés et diffusés au cours de l'année pour assurer la visibilité des actions menées : concours pour trouver un nom à la mascotte de la MT, appel aux boulangeries du territoire pour participer à l'opération Galette des Rois 2026, lancement du sac "Bon app!", promotion de l'activité Véexplorateurs, communication autour de la vente de box terroir à l'approche des fêtes et annonce de l'édition 2026 de la Galette des Rois au grand public.

Divers articles ont également été publiés dans la presse locale et régionale, à la suite des communiqués ou de manière spontanée :

- En avril, « Dites bonjour à Alistair, l'écureuil des Terres-de-Meuse » par l'Avenir.
- En mai, 2 articles sur la Gamification à Hannut, Huy et Waremme.
- En juillet, La Meuse (Sud-presse) : "Idées escapades à Huy-Waremme.
- En fin d'année, Journal du Parc naturel Burdinale-Mehaigne, en novembre, "Des saveurs locales à offrir pour les fêtes" + dans le Huy Mag "Paniers et produits locaux".
- En décembre "Des galettes des rois à cadeaux pour soutenir les boulangers" par l'Avenir.

9.2. Médias

La MT a mené une campagne médiatique ciblée, utilisant divers supports adaptés aux thématiques à valoriser et aux publics à atteindre. Cette stratégie a permis d'optimiser la diffusion des messages en fonction des caractéristiques de chaque canal.

- De mi-mars à mi-mai : homepage du site web Petit Futé – vue générale du territoire.
- Mars : Fier d'être belge – agenda printemps via jeux de mots Wallonie en Folie.
- Avril : Max Magazine – agenda + expériences à vivre + Wallonie en Folie.
- Avril : Deuzio (via IPRAM-VISITWallonia) – programme Vélexploreurs + concours VISITWallonia.
- Avril : interview Nostalgie – Sac Bon app' ! + Alistair.
- Mai : Maximum FM (Liège) – Aperçu général du territoire, de l'agenda et des activités.
- Mai : 7Dimanche – Inauguration gamification.
- Juin : Route.nl (via IPRAM-VISITWallonia) – potentiel balades à pied et à vélo en TdM.
- Juin : Flair NL (via IPRAM-VISITWallonia) – Terres-de-Meuse, the place to be (balades, wellness, terroir et terrasses).
- Juin : Femmes d'Aujourd'hui – gamification + Vélexploreurs.

La MT joue également un rôle d'intermédiaire régulier entre les médias (radio, télévision) et ses partenaires, qu'elle met en relation pour la réalisation de reportages et d'interviews.

9.3. Salons

En 2025, la MT a participé/a été représentée dans des salons locaux et régionaux :

- 11 et 12 janvier : Salon Léonard à Barchon
- 19 et 20 avril : Relais des Voyageurs à la citadelle de Namur
- 27 mai : Salon des Aînés à la Ferme Limbort à Braives
- 28 juin : Fête du Parc naturel aux Jardins de Longpré à Wanze