

# VISITWallonia.be



**Une destination Nature !**



**01**

# **Contexte général**



# Un constat

En décembre 2024, la direction du développement stratégique de **Tourisme Wallonie** faisait au cabinet le constat suivant :

« Avec ses espaces naturels, nombreux et diversifiés, la Wallonie dispose d'un indéniable potentiel d'attractivité pour ces activités de nature. Ses richesses peuvent séduire et fidéliser de nouveaux visiteurs et contribuer ainsi à l'attractivité de notre région.

La nature a été reconnue comme un des atouts touristiques prioritaires à développer en Wallonie dans l'étude « *Stratégie Tourisme 2030* », de Roland Berger en 2021.

Selon les « *Données du Tourisme wallon 2023* », les promenades à pied représentent 29 % des activités pratiquées par les visiteurs externes et les Belges francophones, et les visites de sites naturels de 26% à 28 % des activités pratiquées par les néerlandophones (NL/VL) et 18 % par les Belges francophones. (...)

Le tourisme nature wallon présente cependant un écosystème peu structuré, comme cela a été souligné dans l'étude pour la définition d'une marque « Parcs nationaux ». Il en résulte une organisation touristique complexe et floue, avec un pilotage de la thématique peu organisé. Ce constat souligne l'intérêt de se doter d'une stratégie de tourisme nature globale et coordonnée. »



# Une définition

En décembre 2024, la direction du développement stratégique de **Tourisme Wallonie** faisait au cabinet le la définition du tourisme nature wallon :

«Le tourisme nature inclut toutes les formes de tourisme axées sur les ressources naturelles de notre territoire et dans lesquelles la principale motivation du touriste est, soit d’observer (faune et flore), de contempler (paysages) ou d’apprécier la nature (bien-être, ressourcement, reconnexion), soit de pratiquer une activité ou un loisir actif dans la nature (randonnée, sports de « nature » ...).

Les activités proposées sont variées et doivent avoir deux objectifs principaux communs dans le respect d’un développement durable : la mise en avant des richesses naturelles et culturelles spécifiques des régions visitées et la limitation de leur impact sur l’environnement. »

# Projet FEADER

## Coordonner la création et la promotion de produits « Nature » en Wallonie

- **Structurer une communication cohérente des produits touristiques nature** issues des Parcs nationaux, Parcs naturels, Massifs forestiers, réserves naturelles et Géopark.
- **Soutenir l'innovation de produits « nature » durables**
- **Valoriser les produits touristiques nature** au sein de l'écosystème VISITWallonia.be
- **Créer du contenu** pour optimiser l'expérience client et nourrir la communication
- Coordination partagée avec Tourisme Wallonie via une **cellule tourisme** commune



# Projet FEADER

## L'ambition du projet

- Positionner la Wallonie comme **destination nature incontournable en Europe**
- **Développer une identité Nature** au niveau régional
- Faire de VISITWallonia.be une **vitrine du tourisme nature wallon**
- **Incarner les expériences** en produisant du contenus inspirants (photos, vidéos, textes, podcasts,...)
- **Agréger tous les parcours officiels** dans un outil de cartographie évolutive et personnalisable
- **Diversifier la clientèle** touristique (famille, senior, baroudeurs de luxe,...)
- **Sensibiliser et responsabiliser** au respect de la Nature en créant une communication positive et impactante

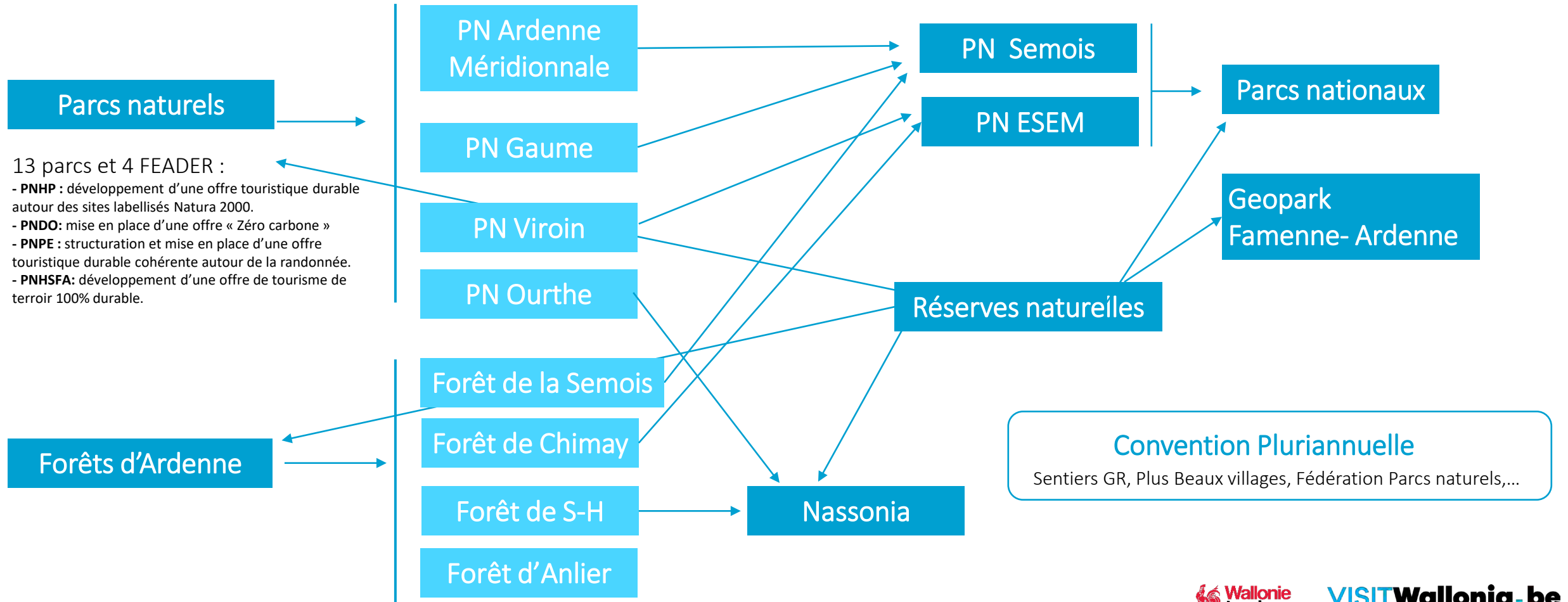




02

**Partenaires « Nature »**

# Les partenaires « Nature »





03

**Tendances 2025–2035**

# Tendances 2025-35

« Le froid, le silence et la solitude sont des états qui se négocieront demain plus chers que l'or »

1. **Se déconnecter (« Off line »)**, déconnecter pour se reconnecter : offre sans réseau, sans téléphone, s'encabaner
2. **Rechercher la solitude (et le silence)** dans une nature brute
3. **Retrouver l'Authentique et frugal** », le voyage simple et authentique : Le classe et le pas cher, le local,...
4. **Prendre un bon « bol d'air »** : faire du sport et/ou sortir de sa zone de confort
5. **Hors «Sentiers battus »** : des hébergements insolites, des randonnées peu connues, des activités innovantes

Source : Prédications de Booking

<https://partner.booking.com/fr/click-magazine/trends-insights/travel-predictions-2025>

<https://fr.slideshare.net/slideshow/etude-sur-le-futur-du-tourisme-d-ici-a-2035/278825560>



VISITWallonia.be

# Recommandations

- Valoriser la nature comme moyen d'accès au silence, à la déconnexion et au sauvage
- Développer des offres en itinérance avec bivouac ou hébergement en dur
- Miser sur le développement des hébergements simples adaptés au besoin du public itinérant
- Sensibiliser le public à la biodiversité et à la nature pour garantir sérénité et déconnexion en pleine nature
- Développer des expériences déconnectée (au propre comme au figuré)
- Structurer un lieu unique pour les expériences nature en Wallonie.
- Miser sur de grands événements internationaux (UTMB) pour positionner la Wallonie comme destination Nature.



An aerial photograph of a valley at sunrise. The sun is low on the horizon, creating a bright glow and long, golden sunbeams that stream down through the mist. The valley floor is covered in a thick layer of white mist, with patches of green fields and clusters of trees visible. In the foreground, there are dark evergreen trees on the left and several small buildings, including a prominent white house with a dark roof, on the right. The background shows rolling hills and distant towns under a pale blue sky with some clouds.

# 04

## Cibles



# Généralistes

## N&S Lovers

**Âge :** 25 - 40 ans

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

### Description générale :

Jeunes actifs en quête de ressourcement, ils aiment se **reconnecter à la nature à travers le sport et les grands espaces**. Randonnée, vélo, bain de forêt leur permettent de décompresser et de profiter pleinement des paysages.

Ils privilégient les **expériences authentiques, vraies, immersives et durables**, avec des hébergements au vert, cabanes ou campings, parfois en camping-car.

**Personnalité & envies :**

- Besoin de nature et de déconnexion digitale
- Sensible à l'authenticité, à l'écologie, au local et au "vrai"
- Sportifs occasionnels ou réguliers, motivés par le bien-être plus que la performance
- Attirés par les activités outdoor : randonnée, vélo, trail,
- Envie d'expériences simples, ressourçantes, parfois hors des sentiers battus

**Sources d'informations privilégiées & technologies utilisées :**

- Instagram, YouTube, TikTok pour l'inspiration outdoor
- Blogs, guides nature, plateformes sport/outdoor
- Recommandations d'amis, communautés sportives, clubs, groupes Facebook
- Sites de destinations, cartes, apps outdoor (Komoot, AllTrails, Strava, etc.)

**Freins & défis pour VISITWallonia :**

- Manque d'informations pratiques sur les parcours ou le niveau requis
- Crainte du "trop touristique" ou du manque d'authenticité
- Besoin d'être rassuré sur l'accessibilité, la sécurité et l'infrastructure (douches, parkings, vélo...)
- Budget pouvant être un frein si l'offre ne reflète pas de vraies valeurs durables



## Leviers d'engagement – Produits :

- Randos longues
  - Randos courtes
- Randos**
- Packraft
  - Itinérance en bivouac
- Aventure**
- PBVW
  - Balades Château
  - SAT
  - Points du vue
- Balades et découvertes**



# Amateurs de randonnées

N&S Lovers

**Âge :** 25 - 60 ans

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

## Description générale :

Amoureux de nature et de découvertes, ils utilisent la **randonnée comme moyen de s'évader**, rester actifs et explorer la Wallonie autrement.

Souvent en couple, ils recherchent le bon **équilibre entre marche, plaisir et authenticité**, privilégiant les coins calmes, les beaux panoramas et les bonnes tables locales.

Les plus jeunes sont plus aventureux et les plus « âgés » plus conventionnels.

**VISITWallonia.be**



### **Personnalité & envies :**

- Allier nature, culture et gastronomie
- Sortir des sentiers battus
- Préférence pour de l'itinérance et de longs itinéraires
- Randonneurs aguerris et habitué
- Sensibles aux paysages, à la biodiversité et au patrimoine
- Néanmoins, amateurs de bonnes tables et de produits locaux

### **Sources d'informations privilégiées & technologies utilisées :**

- Instagram, YouTube, TikTok pour l'inspiration outdoor
- Blogs, guides nature, plateformes sport/outdoor
- Recommandations d'amis, communautés sportives, clubs, groupes Facebook
- Sites de destinations, cartes, apps outdoor (Komoot, AllTrails, Strava, etc.)
- Apprécie les guides papiers et cartes/brochures touristiques

### **Freins & défis pour VISITWallonia :**

- Faible connaissance des outils numériques proposés par VISITWallonia (ex. planificateurs d'itinéraires)
- Habitudes bien ancrées : guides papier, recherche "manuelle", app perso.
- Besoin de suggestions personnalisées et qualitatives : randonnées moins connues, avec options resto et hébergement proches
- Sensibilité au confort et à la clarté des informations logistiques (parking, accessibilité, dénivelé, niveau de difficulté)



## Leviers d'engagement – Produits :

- Randos longues
  - Randos courtes
- Randos**
- Packraft
  - Itinérance en bivouac
- Aventure**
- PBVW
  - Balades Château
  - SAT
  - Points du vue
- Balades et découvertes**



# Outdoor challenge Seekers – Sportifs

N&S Lovers

**Âge :** 30 - 50 ans

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

## Description générale :

Sportifs passionnés, ils utilisent le sport comme moyen de découvrir de nouveaux lieux et de se dépasser.

En solo ou en petit groupe, ils choisissent leurs escapades en fonction d'événements sportifs et recherchent un juste équilibre entre challenge, découverte et plaisir du voyage.



### Personnalité & envies :

- Défi personnel ou dépassement de soi
- Amateurs de nouvelles destinations à explorer
- **Urbains** : city run, l'énergie, l'événementiel
- **Trail lovers** : attirés par la nature et les territoires préservés
- Apprécient combiner : **sport + découverte + moment convivial**

### Sources d'informations privilégiées & technologies utilisées :

- Réseaux sociaux sport : Instagram, Strava, Facebook (groupes running/trail)
- Sites et plateformes de sport, d'événements et d'inscriptions
- Recommandations de clubs, amis sportifs, communautés locales
- Blogs sportifs, reviews d'événements, YouTube

### Freins & défis pour VISITWallonia :

- Besoin de **logistique claire** (parcours balisé, accès, hébergement, douches, transports)
- Pour les trails : inquiétude sur la difficulté ou le manque de sécurité
- Manque d'informations sur la qualité des infrastructures post-épreuve physique (repos, food)



## Leviers d'engagement – Produits :

- Marathon
  - Trails
  - Urban Trail
- Running**
- Micro-aventure
  - Itinérance ++
  - Parcours permanents
- Aventure**
- GR en itinérance
  - La Venntrilogie
  - Cyclo-sportive
  - Trails Centers
- Rando & Vélo**

# Déclinaisons spécifiques



## Coureurs urbains actifs

- Voyages planifiés autour d'événements sportifs
- Sportifs assidus, cherchent à battre leurs chronos
- Motivation : relever des défis personnels
- Préfèrent découvrir de nouvelles villes via le sport
- Apprécient une ambiance urbaine dynamique et stimulante



## Sportifs occasionnels

- Courent régulièrement sans objectif compétitif
- Pratiquent le sport en duo ou en groupe d'amies
- Motivés par l'expérience ludique et festive et le bien-être
- Recherchent des activités sportives adaptées aux city breaks et aux vacances



## Trailleur Solo

- Sportif expérimenté, pratique principalement la course à pied mais aussi ski, randonnée, crossfit
- Motivation : dépassement de soi et immersion dans la nature
- Recherche des territoires préservés avec du dénivelé
- Préfère des séjours de 1 à 2 nuits



## Accompagnateurs

- Vient avec un participant sans courir
- Profiter du séjour pour découvrir la région
- Activités complémentaires : visites, balades, gastronomie, shopping, détente
- Est un facteur multiplicateur du séjour
- Apprécient les offres combinées "sport & découverte" adaptées à tous les publics

A photograph of a winter forest. The trees are covered in a thick layer of snow, creating a white and grey scene. The sky is a pale, overcast blue. The ground is covered in dry, brown grass and snow. The overall mood is quiet and serene.

05

**Stratégie « Nature »**



# Plan D'actions 2026

1. **Actions d'opportunités** en partenariat avec les BTO (presse et influence)
2. **Planificateur « Pts nœuds » & Couches surfaciques** : 30 000€
3. **Développer des rubriques « Wallonie nature »**, sur la plateforme VISITWallonia.be
  1. Création d'articles inspirants d'expériences nature
  2. Création d'articles de sensibilisations à la biodiversité et projets nature des institutions partenaires « Forêts d'Ardenne », « Parcs nationaux », « Parcs naturels ».
  3. Présentation de balades d'exceptions, digitalisation des brochures VISITWallonia
4. **Partenariat avec FINN** : 50000€
  1. Prix VISITWallonia
  2. Présence stand
5. **Réalisation d'un film inspiration « Wallonie nature »** : 20000€
6. **Partenariat « Jardins Extraordinaire »**
7. **Partenariat AS Adventure** : 30000€

# Rubrique Wallonie Nature

1. **Affirmer la place de la Wallonie comme destination Nature**
2. **Présenter les grands territoires naturels**
  1. Parcs nationaux
  2. Forêts d'Ardenne
  3. Géopark Famenne-Ardenne
  4. Parcs naturels
  5. Réserves naturelles
3. **Centraliser les itinéraires :**
  1. Parcours rando balisés
  2. Parcours points nœuds
  3. Parcours trail permanent
  4. Parcours Packrafts / Canoë
  5. GR
  6. ...
4. **Offrir un levier pour les territoires et les partenaires**
  1. Aborder des thématiques de niches (biodiversité, patrimoine, Gravel, packraft,...)
  2. Valoriser des territoires "moins connus", "hors des sentiers battus"
  3. Sensibiliser à la nature
5. **Rationaliser les outils existants (centralisation de la donnée)**
  1. Intégrer les informations de chasse / inondations / sécheresse / Rivière ...





# Produits prioritaires

2026-2027

## 2026 :

- Grande Traversée du Parc national de l'Entre-Sambre-et-Meuse (GR)
- Echappée belle en Canoë dans le Parc national de la Semois
- Randonnée itinérante inter-massifs
- 1er Parcours Packraft reconnu dans la vallée de l'Ourthe
- Parcours Trail permanents : Godinne, Profondeville, Haute Ardenne
- Tour des Micro-brasseries de la Haute Ardenne (Rando, trail ou Gravel)
- Venn Trilogie (rando) et Venn Bann (vélo)

## 2027 :

- GR 16, vallée de la Semois : bivouacs, passerelle himalayenne, points de vue...
- Parcours permanents de randonnée à cheval
- VTT- Center



# 06

## Reporting



# Rapport D'activités 2025

1. Inventaires des offres nature
2. **Création de contenus** (photos, vidéos, copy) :
  1. Photos/vidéos Nature avec Martin Dellicour
  2. Shooting Trail Automne
3. **Actions d'opportunités**
  1. **Radio & TV**
    1. [Participation à l'émission « Wunderschön » \(12/05/2025\)](#)
    2. Tournage « Plateau Jardin Extraordinaire » : PN Semois
    3. « Agence Tourisme » sur la Première :
      1. Valorisation du produit « Entre Lesse et Lomme
      2. [Tourisme équestre d'expérience](#) (04/10/2025)
4. **Presse & Influence :**
  1. Article sur le [bivouac en Wallonie](#) sur « Sentiers du Phoenix (19/08/2025)
  2. Accompagnement PASAR : vallée de l'Ourthe et Plateau des Tailles (5 et 6 août 2025)
  3. Valorisation du Parc national de la Semois dans le [WAB Mag 47](#)
  4. Accompagnement Clara Fotomania : brome et tourbières
    1. <https://wildroad.fr/week-end-automne-belgique/>
    2. <https://wildroad.fr/itineraire-une-semaine-wallonie-que-voir-que-faire/>
4. **Participation groupes de travail convention pluriannuelle** (Sentiers GR, Parcs naturels,...)
5. **Définition de l'arborescence de la rubrique « Nature »** de VISITWallonia.be



On part à  
l'aventure ?