

# Les réservations pour Bruxelles reprennent et visit.brussels compte bien faire encore mieux

Le Vif - Source : Belga - 10/12/15

*Après un recul très marquant des réservations de vols pour Bruxelles, culminant le 25 novembre dernier à 2.000 annulations par jour après les attentats de Paris, le 13 novembre dernier, et le relèvement du niveau 4 à Bruxelles, une semaine plus tard, la tendance est à l'amélioration avec en ce début de semaine, 6.000 réservations par jour pour 7.500 au même moment de l'année dernière, a indiqué jeudi Patrick Bontinck, directeur général de visit.brussels*

Aux côtés de la présidente de visit.brussels, Laurette Onkelinx, celui-ci a présenté jeudi le plan stratégique de ce bras articulé de la Région bruxelloise dans le domaine du tourisme désormais régionalisé. L'hébergement dans les hôtels a connu une évolution parallèle, au cours des dernières semaines, avec une chute à 30% aux alentours du 25 novembre et une remontée 70% de réservations au début de la semaine, encore 10 à 15% en deçà des chiffres de l'an dernier au même moment, a précisé M. Bontinck.

Selon lui, visit.brussels a constamment adapté son plan d'actions depuis le déclenchement de l'alerte de niveau 4 en ayant en point de mire, dans un premier temps la volonté de dédramatiser la situation à travers la diffusion d'images de 'lol cats' à travers les médias, et, depuis le retour en niveau 3, à rassurer et à convaincre.

Depuis mardi, la stratégie mise sur l'incitation à venir à Bruxelles via le recours à des jeux concours lancés en direction des pays voisins et des Etats-Unis, via la presse, les professionnels et les médias sociaux. D'ici quelques semaines, une vaste campagne de communication sera organisée pour redorer l'image de Bruxelles à l'échelle internationale. "Cette Région est au moins aussi sûre que les autres", a commenté pour sa part la présidente de visit.brussels, Laurette Onkelinx ouvrant la présentation du plan stratégique 2016 de cet organe renforcé et restructuré la suite de la réforme de l'Etat.

Elaboré au cours des derniers mois en concertation avec les acteurs économiques,

sociaux et culturels de la capitale, le plan décline en divers axes des objectifs et actions pour atteindre les 10 millions de nuitées par an d'ici 2020 (près de 7 millions en 2015 dont un peu plus de la moitié liées au tourisme d'affaires). L'enjeu est de taille, a rappelé Mme Onkelinx: le secteur représente 8,1% des emplois (51.316 salariés et 5.916 indépendants) et près de 4 % du PIB de la Région bruxelloise. Le volet marketing du plan stratégique est articulé autour de deux piliers principaux: la gestion de la destination Bruxelles pour les conventions et les associations et celle de la destination pour la culture et le "city life".

Visit.brussels entend développer une stratégie allant de l'accueil des visiteurs jusqu'à la promotion internationale avec un déploiement accru du numérique, de sites internet et le recours aux médias sociaux. La volonté est aussi de mettre l'accent sur le tourisme pour tous, en misant sur plusieurs événements de la vie culturelle et des loisirs programmés en 2016 et d'intégrer le territoire des 19 communes dans la stratégie, dans la perspective d'un tourisme durable. A terme, visit.brussels souhaite par ailleurs réduire les périodes creuses (janvier février mars; juillet-août) en renforçant l'offre événementielle et la promotion.