

Workshop 365.be : autocaristes et associations (re)découvrent la Wallonie

Quatre raisons pour lesquelles les exploitants participent

Fin novembre, **dix exploitants d'autocars** ont rassemblé quelque 460 représentants d'associations à Dinant dans le cadre du **workshop d'Attractions & Tourisme**, au cours duquel une cinquantaine d'entreprises wallonnes et bruxelloises actives dans le secteur du tourisme se sont présentées. Une initiative qui, selon les exploitants d'autocars, porte ses fruits.

RAISON 1 : chercher des formules pour toutes les associations

L'entreprise [B&V Reizen](#) d'Hechtel-Eksel a participé au workshop, accompagnée de plus de 100 représentants d'associations et de groupes. « Cela fait environ quatre ans que nous participons à ce workshop, qui rencontre un vif succès », explique **Jos Berckmans**. « Nous avons même dû refuser l'inscription d'une trentaine de personnes car les places ont été prises d'assaut. »

« Bon nombre de Flamands ne connaissent pas encore la Wallonie, et un tel workshop est donc l'occasion de trouver de « nouvelles » destinations pour des excursions de groupes, comme [Spa](#). Lors de ce workshop, nous cherchons également des idées en fonction des associations avec lesquelles nous collaborons, même si ces dernières ne sont pas présentes. Notre public est très large puisqu'il va du club des amis des perroquets aux associations féminines en passant par les clubs de marche. Nous cherchons des formules qui plaisent davantage aux hommes qu'aux femmes, ou inversement. Nous nous assurons d'avoir quelque chose à proposer à toutes les associations. Elles savent que nous présentons nos excursions pour les groupes en janvier et les réservations affluent ensuite. »

RAISON 2 : emmener de nouveaux clients au workshop

Christian Delange d'[Atlas Cars](#), établi à Rocourt (Liège), figure depuis quelques années déjà parmi les participants fidèles du [workshop](#). « Ce workshop nous plaît vraiment et donne de beaux résultats. Cette excursion est également l'occasion idéale de rencontrer des responsables de groupes connus et des clients potentiels. À l'occasion du workshop, nous prenons contact avec toutes les associations figurant déjà parmi notre clientèle. Nous nous adressons également aux associations que nous ne connaissons pas encore. Cette année, nous nous sommes rendus au workshop de Dinant avec 25 associations, parmi lesquelles figuraient **les représentants de 10 groupes ne faisant pas encore partie de nos clients.** »

« Pour la création de voyages et d'excursions, nous nous inspirons souvent de ce que nous avons vu et des personnes que nous avons rencontrées aux workshops. [Le château et les jardins de Freyr](#) valent la peine d'être visités. Ce workshop de 365.be est une belle initiative pour les voyages en Wallonie et à Bruxelles. **Les retours étaient très positifs, à tel point que nous avons déjà reçu, juste après le week-end, des demandes de la part de certaines associations ayant voyagé avec nous.** »

RAISON 3 : attirer l'attention des associations sur de nouvelles attractions et initiatives

Patrick Deblire, des [Autocars Deblire](#) de Godinne, a participé pour la huitième fois déjà au [workshop](#). « Je ne pense pas que ce workshop apporte plus d'activités à notre entreprise d'autocars. Je le vois surtout comme une initiative nous permettant de remercier nos groupes de clients et de les rencontrer. Autrefois, le contact était plus personnel, tandis qu'aujourd'hui, il se fait davantage par Internet ou par téléphone. Ce workshop est l'occasion idéale de rencontrer nos clients au moins une fois par an. »

« Il présente une réelle utilité pour les associations, puisqu'il leur permet de découvrir de nouvelles attractions et initiatives. Certains groupes ont déjà visité tant de lieux qu'ils sont constamment à la recherche de nouveautés. En outre, le workshop est l'occasion rêvée de développer ses réseaux. Les associations échangent sur les lieux visités, sur la qualité d'un endroit et décident ensuite d'organiser une excursion similaire. Selon nous, il est intéressant d'entretenir la relation commerciale avec les exposants. C'est ainsi qu'on apprend par

exemple qu'une formule « groupe » a été modifiée ou supprimée et que l'on peut dès lors l'adapter dans notre offre d'excursions. »

RAISON 4 : rencontrer personnellement des responsables de groupes

« Nous avons déjà participé au workshop d'[Attractions & Tourisme](#) à quelques reprises, et c'est toujours une belle occasion de rencontrer personnellement des responsables de groupes », indique **Jean-François Peeters** des [Voyages Peeters](#) de Hannut. « S'il nous arrive d'en croiser certains à l'agence, les contacts avec d'autres responsables en vue d'élaborer un programme se font par téléphone et par mail. Mais ici, nous passons la journée en leur compagnie, notamment à [la citadelle de Dinant](#), où le workshop est organisé, et à l'[abbaye de Maredsous](#). Les visites organisées dans le cadre de ce workshop valent vraiment la peine. Encore une fois, les inscriptions se sont très bien déroulées et l'autocar s'est vite rempli. »

« Lors du workshop, nous essayons de rencontrer la plupart des exposants ou nous établissons en tout cas des contrats préliminaires. **Nous sommes également attentifs aux réactions des responsables de groupes présents.**

Nous rassemblons ensuite toutes les informations et organisons dix excursions d'une journée dans diverses régions. On a par exemple suggéré [le musée de Mariemont](#), plus grand musée de Wallonie, et le parc attenant. Nous élaborons ces dix journées d'excursion en formules standard et nous en calculons le prix. Nous proposons ensuite ces formules à des associations ou à des entreprises. Nous devons parfois les adapter à la demande, mais l'activité permet de toute façon la création de plusieurs excursions. »