

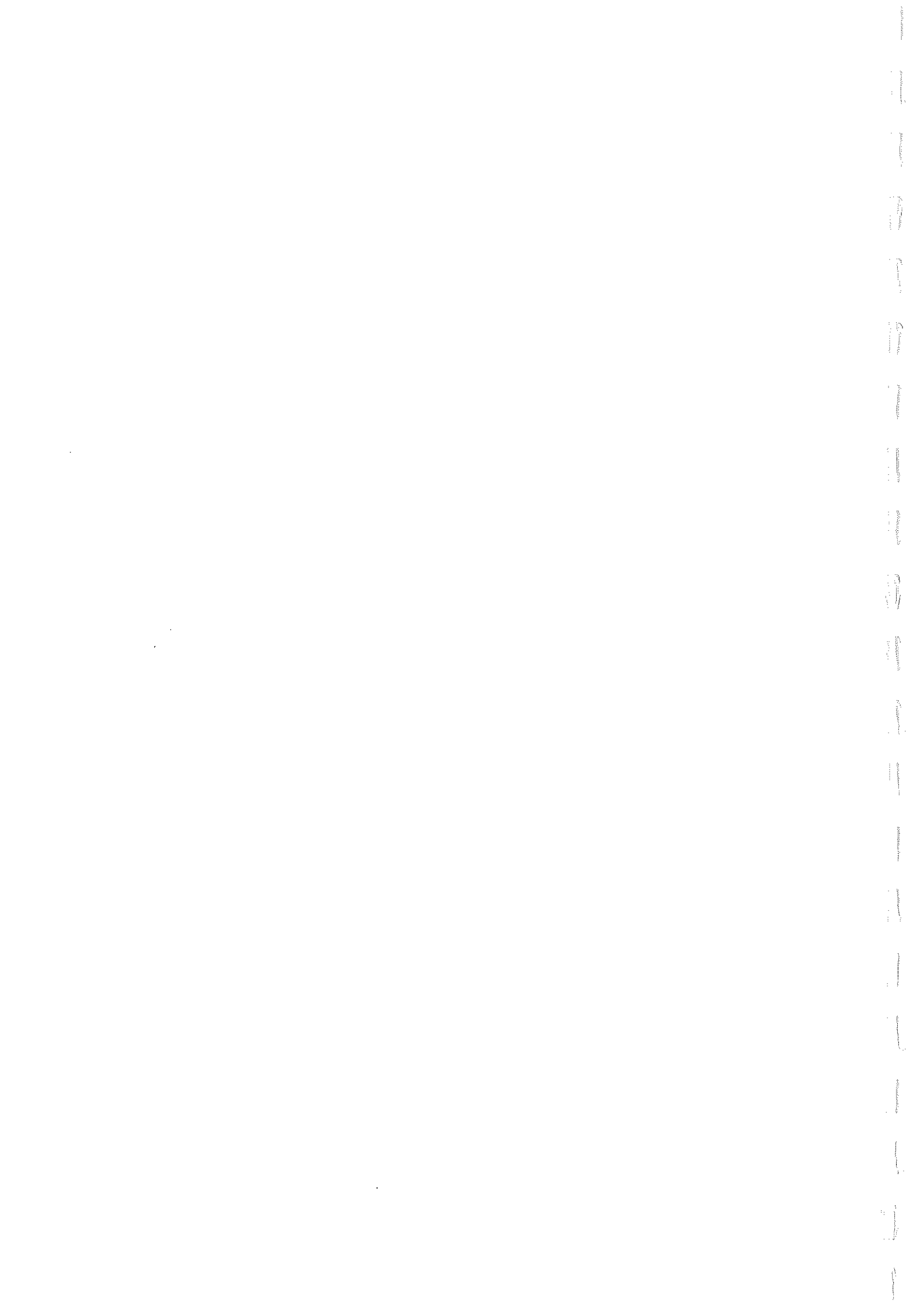
# RAPPORT D'ACTIVITÉS 2020

**Office du Tourisme de la Ville de Mons**

Grand-Place 27

7000 Mons





<b>1. INTRODUCTION.....</b>	<b>5</b>
Chiffres-clés de 2020 .....	6
<b>2. ACCUEIL.....</b>	<b>7</b>
Espace d'accueil .....	7
Expositions sur la mezzanine.....	8
Nouveaux services à l'accueil .....	8
Boutique officielle .....	9
Accueil à visitMons en chiffres .....	15
Location de vélos .....	19
Le réseau des greeters.....	20
Journées d'accueil d'étudiants .....	21
<b>3. COMMUNICATION .....</b>	<b>23</b>
Stratégie de marque visitmons.....	23
Communication online .....	23
Facebook.....	29
Communication offline.....	39
<b>4. TRADE – COMMERCIALISATION .....</b>	<b>42</b>
Guides touristiques officiels .....	42
Visites guidées .....	45
Visites non guidées .....	51
Journées de détente.....	53
Spectacles .....	53
Petit train touristique.....	57
Visites organisées.....	58
Prospection et promotion .....	59
<b>5. MICE - TOURISME D'AFFAIRES .....</b>	<b>62</b>

<b>6. ACTIONS SPECIALES .....</b>	<b>62</b>
Visibilité visitMons dans les Grands'Prés.....	62
L'Art habite la ville .....	63
Destination Mons.....	68
Journées du Patrimoine 2020 – 12 & 13 septembre .....	77
Mons Cœur en Neige.....	79
<b>7. MARCHES PRIORITAIRES : PROMOTION, PROSPECTION ET RESULTATS.....</b>	<b>82</b>
La Belgique francophone.....	82
La Belgique néerlandophone.....	86
La France .....	98
L'Allemagne .....	101
Les Pays-Bas .....	103
La Grande-Bretagne .....	105
L'Espagne .....	109
La Chine .....	110
<b>8. OBSERVER ET QUALIFIER LA DESTINATION .....</b>	<b>111</b>
Offre culturelle et événementielle .....	111
Événements .....	115
Hébergements touristiques.....	116
<b>9. ORGANISATION ET RESSOURCES HUMAINES .....</b>	<b>117</b>
Personnalité juridique.....	117
Réunions des instances .....	117
Ressources humaines .....	118
Organisation - COVID 19.....	119
Transmission .....	121

# 1. Introduction

L'Office du Tourisme de la Ville de Mons, dont le siège social est situé Grand-Place 27 à 7000 Mons, est constitué en ASBL, Association Sans But Lucratif depuis le 24 mars 1950. L'association est administrée par un Conseil composé d'un Président, d'une Directrice et de douze Administrateurs ; l'assemblée générale se compose quant à elle de 18 membres.

Les métiers de base de l'Office du Tourisme sont les suivants :

- Accueil et information du public : assurés dans les locaux sis Grand-Place 27 à 7000 Mons, ouverts en 2020 du lundi au dimanche de 9h30 à 17h30 avec une fermeture plus tôt (16h30) les dimanches et jours fériés de novembre à avril. La permanence est fermée les 25 et 26 décembre et les 1er et 2 janvier.
- Diffusion, promotion et communication : ces activités couvrent la gestion des projets médias, notamment ceux en collaboration avec WBT (Wallonie-Bruxelles Tourisme), la réalisation et l'impression des brochures touristiques, la présence en foires et salons, l'envoi de newsletters, la gestion des réseaux sociaux, le site Internet, les relations avec la presse, etc.
- Ingénierie touristique : elle regroupe l'assistance et le conseil dans la mise en valeur d'équipements touristiques en lien avec la gestion de patrimoine ou de territoire.
- Le développement du tourisme d'affaires et l'élaboration de produits de visites guidées et packages à destination des groupes et individuels.
- La veille touristique : elle permet d'anticiper les besoins des visiteurs afin de répondre au mieux à leurs demandes.

L'année 2020 a été marquée par la crise sanitaire liée à la pandémie du covid-19 qui a fondamentalement impacté le secteur touristique. Malgré cette situation, les équipes de l'Office du tourisme ont fait preuve de créativité et d'adaptation par rapport aux mesures imposées (confinement, fermetures, annulations, restrictions,...) et ont continué à œuvrer au développement de l'attractivité de la Ville et à sa notoriété au niveau national et international. Elles ont proposé des actions "covid friendly" qui ont permis de faire (re)découvrir la ville aux visiteurs locaux mais aussi aux visiteurs venant des 4 coins de la Belgique. Même si la plupart des chiffres liés à l'accueil des publics sont à la baisse, une augmentation significative de la fréquentation de nos outils online est à noter, ce qui a contribué à entretenir et à développer la notoriété de la Ville de Mons extra-muros.

## Chiffres-clés de 2020

- 25.931 visiteurs à l'accueil et à la boutique, soit – 58,5%
- 6.717 réponses aux appels téléphoniques, soit – 25,7%
- +7% de Français à l'accueil de l'Office du Tourisme
- + de 660.000 nuitées dans les hébergements de la Province du Hainaut, soit - 50%
- 225 vélos loués, soit -11%
- 56 Mons Card vendues, soit -37%
- 28.829 utilisateurs uniques sur le site web visitMons, soit + 7,18%
- 1.126.307 pages vues sur le site, soit +36,62%
- 23.945 "j'aime" sur la page Facebook visitMons, soit +18,45%
- + de 85.000 personnes dans les musées de la ville de Mons, soit – 38%
- Grand succès populaire du Festival de Printemps (Covid)
- 65.000 visiteurs aux activités organisées pour Destination Mons en été
- Grand succès populaire des Jardins d'Hiver (Covid)

## 2. Accueil

### Espace d'accueil

L'Office du Tourisme de la Ville de Mons dispose d'un espace d'accueil dans les mêmes locaux que son partenaire la Maison du Tourisme de la Région de Mons. Situé au n°27 de la Grand-Place, financé à 90% par l'Europe et la Wallonie et à 10% par la Ville de Mons, ce lieu baptisé visitMons a fait l'objet d'une inauguration officielle le 19 décembre 2014.



Le bâtiment est pensé pour coller au mieux aux besoins touristiques actuels. Grâce à un travail approfondi de scénographie, le lieu a été rendu interactif et pédagogique. Divers outils, applicatifs interactifs et multimédias ont été réalisés pour l'optimisation du fonctionnement de cet outil touristique et pour en accroître la convivialité et l'attractivité. Parmi lesquels : des tables tactiles, des écrans, des bornes multimédias, des postes de billetterie, un serious game pour enfants, un espace de projection et d'exposition ainsi qu'un call-center et depuis l'été 2020, la boutique de souvenirs.

Les visiteurs sont accueillis par des agents au minimum trilingues à même d'informer sur l'offre touristique et culturelle de la région de Mons. Cet espace de promotion culturelle et touristique vise à optimiser l'accueil des visiteurs d'un jour et des touristes en séjour à Mons en réunissant en un même lieu les services de promotion touristique et culturelle ainsi que la vente de produits de merchandising depuis le 13 août 2020. De nombreux présentoirs permettent aux visiteurs d'avoir accès à une documentation variée et facilement accessible. En outre, visitMons centralise la vente de tickets, de pass, etc pour l'ensemble des attractions touristiques et culturelles de la ville de Mons et de MARS grâce à la billetterie mutualisée. visitMons est également devenu en juillet 2019 un point de vente TicketMaster avec notamment la vente des spectacles du Théâtre Royal de Mons. Ces services sont disponibles au guichet, via le call center ou encore en ligne sur le site [www.visitmons.be](http://www.visitmons.be).

### Accessible à tous !

Le bâtiment visitMons a été imaginé avec l'ambition de pouvoir rendre son accès facile pour tous. Quelques exemples concrets : un ascenseur pour que chacun puisse profiter de la mezzanine, des meubles spécifiquement adaptés aux chaises roulantes et même un bureau d'accueil adapté pour un membre du personnel éventuellement en chaise roulante. visitMons est un lieu d'accueil pour tous les visiteurs.

## Expositions sur la mezzanine

En raison de la pandémie du coronavirus, il n'y a pas eu d'exposition organisée sur la mezzanine de visitMons en 2020.

## Nouveaux services à l'accueil

L'agent d'accueil a pour mission première d'accueillir et de renseigner les visiteurs. Ses activités au sein de visitMons sont variées car il doit notamment assurer :

- la promotion des activités touristiques et culturelles de la Ville
- la vente des tickets pour les musées et spectacles
- la vente des produits de merchandising

Jusqu'en mars 2020, la prise de contact entre les agents d'accueil et les visiteurs se faisait uniquement au comptoir d'accueil, par téléphone, par mail ou par courrier.

Cependant, suite à la pandémie de coronavirus, nous avons dû faire face à des mesures prises par le Gouvernement où le télétravail devenait la norme. Nous avons dû fermer au public les portes de l'accueil et de la boutique de visitMons à deux reprises en 2020.

Les mesures de confinement ont donc remis en question le contact entre les agents d'accueil et le public. Les habitudes des visiteurs et les moyens qu'ils souhaitent mettre en œuvre pour contacter les offices du tourisme ont déjà changé et sont amenés à évoluer. C'est pourquoi, il a été essentiel de repenser aux missions des agents d'accueil et aux services proposés au public.

Nous avons donc mis en place une série de nouveaux services :

### 1) Crisp

L'outil « Crisp » sert à centraliser tous les messages reçus du public vers une seule plateforme afin de faciliter les réponses. Les messages peuvent provenir de :

- la Chatbox = nouveau système de messagerie instantanée installée sur le site web de visitMons
- Messenger

Mis en place en octobre 2020, Crisp a permis de répondre à 178 messages sur 3 mois.

## 2) Click & Collect :

En novembre 2020, le service « click & collect » a été mis en place pour continuer à pouvoir vendre nos produits malgré la fermeture imposée de la boutique. Tous les jeudis, de nouveaux produits sont proposés dans notre catalogue sur notre page Facebook et sur notre site web [www.visitmons.be](http://www.visitmons.be). Pour commander, rien de plus simple : envoyer un mail à [boutiquetourisme@ville.mons.be](mailto:boutiquetourisme@ville.mons.be) en précisant les articles souhaités et les coordonnées du client (nom, prénom, numéro de téléphone). Un email de confirmation est envoyé une fois la commande prise en compte. Les articles sont à récupérer dès le lendemain entre 9h30 et 17h30, du lundi au dimanche à visitMons. Le paiement se fait sur place lors du retrait et de préférence par carte bancaire.

## 3) RDV en ligne à distance :

Un service de prise de rendez-vous en ligne à distance a été mis en place afin de continuer à offrir un service d'accueil touristique (virtuel) et répondre aux demandes du public de manière plus personnalisée qu'un appel téléphonique ou un mail, comme par exemple :

- poser une question sur les spectacles reportés
- en savoir plus sur les modalités de remboursement
- poser une question sur le service de click & collect
- connaître les possibilités de balades et randonnées
- les lieux encore ouverts
- etc.

## Boutique officielle



La boutique officielle se trouve depuis le jeudi 13 août 2020 dans l'espace d'accueil de visitMons, sur la Grand-Place au n°27. En effet, visitMons souhaitait retravailler son espace d'accueil ouvert en 2015 en y incluant

la boutique qui se trouvait jusque-là à la maison de la Toison d'Or, sur la Grand Place au n°22. L'ancienne boutique (qui abritait les anciens locaux de l'office du tourisme avant 2015) avait été inaugurée en 2015 dans le cadre de Mons 2015, capitale européenne de la culture. Après 5 ans, notre volonté était d'avoir un espace unique où le visiteur peut aussi bien avoir tous les renseignements qu'il souhaite sur l'offre touristique et culturelle du territoire mais aussi acheter des tickets de spectacles/musées et des produits de merchandising.

L'ancienne boutique a donc fermé ses portes le mardi 11 août 2020 et accueillera à l'avenir une belle sélection d'œuvres issues du Musée François Duesberg.

Cependant, visitMons garde toujours un accès au bâtiment de la Maison de la Toison d'Or dont la salle de projection pour accueillir des groupes et un bureau au premier étage pour le stockage des marchandises.

Afin de mettre en place la nouvelle boutique, la première démarche a été de faire appel à un prestataire externe (Le Blic – le Bistrot Labo des Initiatives Créatives) pour réfléchir au nouvel espace d'accueil-boutique et à des actions concrètes à mettre en place dans cet espace. Pour cela, nous avons travaillé sous forme de trois ateliers participatifs de design thinking avec l'ensemble des agents de visitMons :

- Se fédérer autour d'une vision commune : vision - valeurs et missions de visitMons : comment les traduire concrètement dans notre espace accueil ?
- Un espace centré sur les usagers : identifier les publics cibles, comprendre leurs besoins et attentes. Modéliser les parcours au sein de l'espace de visitMons, identification des points de contacts, idéation sur des pistes d'amélioration.
- L'espace boutique : imaginer l'idéal et le rendre tangible (espaces -produits et services).

Chaque atelier a fait l'objet de la réalisation d'une synthèse écrite et en images afin de pouvoir valider chaque étape de façon claire et concrète. Une synthèse a également été réalisée afin de lister toutes les actions à mettre en place par l'équipe de visitMons dans le cadre de nouveaux marchés de fournitures.



Ensuite, nous avons notamment fait appel à un peintre pour rafraîchir et apporter de la luminosité dans tout l'espace accueil-boutique-mezzanine. Par la suite, nous avons travaillé avec un menuisier pour réaliser différents meubles sur mesure :

- des panneaux et étagères « pegboard » pour la présentation et le rangement des produits de merchandising dans la partie boutique
- un espace « shop enfant » dans la partie boutique
- une bibliothèque pour présenter tous les livres en vente dans la partie boutique
- des armoires à brochures avec rangement pour la partie accueil
- un photo-call dragon pour les enfants pour la partie accueil



Des néons "Boutique" et "On va sketter l'boutique" ont également été réalisés sur-mesure pour décorer et créer une signalétique pour l'espace boutique.



L'Office du Tourisme de la Ville de Mons assure la gestion de la Boutique dont les missions sont les suivantes :

- La recherche et sélection du merchandising.
- La rédaction des cahiers spéciaux des charges et le suivi des appels d'offres.
- La gestion des fournisseurs et des stocks.
- L'intégration des produits dans le logiciel de vente RSI.
- La gestion de la comptabilité mensuelle.
- La vente des produits en boutique du lundi au dimanche de 9h30 à 17h30 en haute saison et de 9h30 à 16h30 uniquement le dimanche et jours fériés en basse saison.
- La vente d'une large sélection de produits en click & collect du lundi au dimanche de 9h30 à 17h30 en haute saison et de 9h30 à 16h30 uniquement le dimanche et jours fériés en basse saison.

Différents produits sont proposés aux visiteurs : livres, jeux pour enfants, affiches, produits d'artisans locaux, objets de décoration, accessoires et bijoux en référence à Mons, son patrimoine et son folklore mais aussi des objets de la ligne Van Gogh et de la première guerre mondiale, divers alcools et bières du territoire, etc.

Promouvoir le savoir-faire des Montois et renvoyer les visiteurs vers les commerces, les artisans locaux ainsi que d'autres sites touristiques sont les principaux objectifs de la boutique. L'objet de merchandising est pensé comme un vecteur de communication, conçu comme un outil de marketing, et intègre totalement à ce titre la stratégie de visitMons.

## Articles

Les produits mis en vente à la boutique sont:

- Soit des articles mis en dépôt par des fournisseurs du territoire suite à la signature d'une convention entre eux et l'Office du Tourisme (ces articles constituent la majorité de la marchandise proposée).
- Soit des articles commandés et achetés par l'Office du Tourisme.

La provenance des articles est identifiée dans le logiciel de vente par un code :

- OT = les dépôts des fournisseurs ou « dépôt-ventes »
- FOT = les articles produits par l'Office du Tourisme ou achats visitMons.

### LE TOP 10 DES ARTICLES LES PLUS VENDUS EN 2020 EN COMPARAISON À 2019 :

<b>Dépôt-vente 2019</b>	<b>Dépôt-vente 2020</b>
Magnet photographe Barré (278)	Magnet photographe Barré (137)
Tresse Doudou (192)	Carte postale Coraï (79)
Carte postale Petrella (157)	Totebag Ducasse 2020 (62)
Badge Coraï (113)	Affiche Ducasse 2020 A3 (62)
Porte-clés dragon (90)	Chant d'Eole (60)
<b>Achats visitMons 2019</b>	<b>Achats visitMons 2020</b>
Singe en étain petit (1.001)	Drapeau blason 146x60cm (1.408)
Carte postale visitMons (996)	Carte postale visitMons (637)
Singe en étain grand (419)	Singe en étain grand (376)
Porte-clé singe (143)	Totebag visitMons (296)
Jeu Lumeçon (96)	Singe en étain petit (266)

## Fréquentation & Ventes

Entre le 1er janvier 2020 et le 31 décembre 2020, la boutique a accueilli 9.169 visiteurs. Cependant, il est important de noter que la boutique dû fermer ses portes à deux reprises à cause de la pandémie de coronavirus (cela représente +/- 3 mois et demi de fermeture) :

- du samedi 14 mars 2020 au jeudi 28 mai 2020
- du lundi 1<sup>er</sup> octobre 2020 au samedi 31 octobre 2020

Il est important de noter que dès la réouverture de la boutique après le premier confinement (fin mai 2020), nous avons eu beaucoup de visiteurs grâce à la vente des drapeaux avec le blason et aux couleurs de la ville durant la période de la Ducasse malgré l'annulation de l'édition 2020.

Au niveau des ventes, nous constatons une diminution du nombre d'articles vendus en 2020 par rapport à 2019. En effet, nous avons vendu 7.401 articles en 2020 contre 8.640 en 2019. Cependant, malgré que le nombre d'articles vendus soit en diminution, la marge bénéficiaire est en très belle augmentation. Ce phénomène s'explique par le fait que visitMons a développé et acheté de nouveaux produits de merchandising qui ont plu au public:

- 900 cartes postales photos
- 1.200 magnets photos
- 540 post-it « hôtel de ville »
- 620 crayons « beffroi »
- 600 gommes « blason »
- 600 tailles-crayons « car d'or »
- 1.000 bics « singe du grand garde »
- 800 mugs en céramique « dragon », « blason » et « beffroi »
- 600 magnets « dragon », « singe du grand garde » et « beffroi »
- 1.000 sacs en toile avec les nouveaux éléments graphiques
- 2.000 oriflammes avec le blason et les couleurs de la Ville de Mons
- 120 oriflammes avec le blason et les couleurs de la Ville de Mons
- 500 pin's à l'effigie du blason de la Ville de Mons
- 500 peluches dragon
- 1.000 posters Ducasse de Mons
- 600 masques à l'effigie du blason de la Ville de Mons
- 100 packs Noël édition 2020

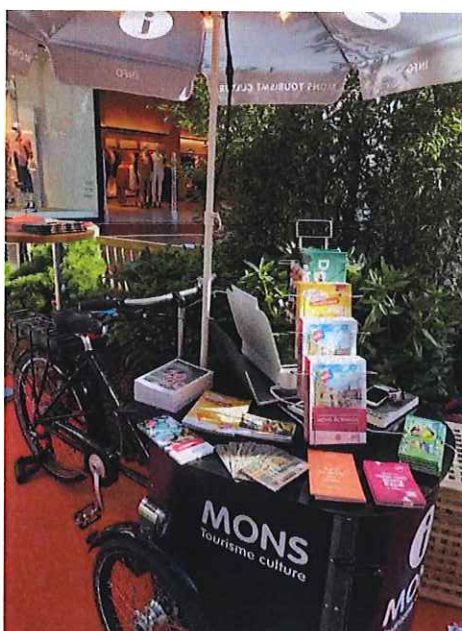
## Click & collect

Le service "click & collect" a été mis en place en novembre 2020. Au total, 84 commandes ont été traitées pour 420 articles commandés en novembre et décembre 2020.

	Nbr de commandes	Nbr d'articles vendus
<b>Novembre 2020</b>	37	152
<b>Décembre 2020</b>	47	268
<b>TOTAL</b>	84	420

## Triporteur

En mars 2020, visitMons a fait l'acquisition d'un triporteur ayant pour objectif la décentralisation de son service de diffusion de l'information touristique, culturelle et événementielle auprès de nouveaux publics. Dans un premier temps, le triporteur a été installé aux Grand-Prés dans le cadre d'un partenariat avec le centre commercial montois afin d'informer et d'inviter les visiteurs à se rendre en centre-ville. Malheureusement, nous n'avons pas eu le succès attendu étant donné que le stand et le triporteur ont été installés la semaine précédant le début du premier confinement (du 09/03 au 14/03).



Cependant, dans le cadre de la relance de l'activité touristique en juin 2020 et du nouveau programme de Destination Mons, le triporteur a été installé à deux reprises sur les marchés du centre-ville avec la présence d'un agent d'accueil :

- Vendredi 17 juillet au Marché aux poissons (9h-13h) : **une quarantaine de personnes** se sont arrêtées au stand pour demander des informations ou prendre de la documentation dont notamment le programme hebdomadaire de Destination Mons, des guides touristiques et la brochure bière.
- Dimanche 16 août à la Place du Béguinage (8h-13h) : **95 personnes** se sont arrêtées au stand. Les principales brochures distribuées sont : le programme hebdomadaire de Destination Mons, le plan de la balade des éléphants, le jeu de l'été « Tous à l'arène » et la brochure bière.

## Mons Cœur En Neige

Suite à la participation de visitMons à l'édition 2018 et 2019 de Mons Cœur en Neige, la gestion centre-ville nous a à nouveau sollicité pour participer à l'édition 2020 afin d'y vendre des articles souvenirs et de faire la promotion des activités culturelles et touristiques du territoire au sein d'un chalet sur la Grand-Place.

La candidature a été remise fin juin 2020. Cependant, étant donné le contexte sanitaire dû à la pandémie de la covid-19, l'édition 2020 de Mons Cœur en Neige n'a pas pu être maintenue dans sa forme habituelle et aucun chalet n'a pu être installé.

## Accueil à visitMons en chiffres

En 2020, visitMons conforte sa position de point d'information et de vente de produits touristiques et culturels, démarche initiée en 2015 lors de la Capitale Européenne de la Culture.

### Nombre de visiteurs

- ✓ 16.762 visiteurs à l'Office du Tourisme
- ✓ 9.169 visiteurs à la boutique

Pour l'année 2020, on relève un total de 25.931 visiteurs (hors groupes). Il s'agit d'une diminution de fréquentation de plus de 58% par rapport à l'année 2019, s'expliquant par la crise liée à la pandémie mondiale de coronavirus qui a contraint l'Office du Tourisme à fermer ses portes pendant près de 16 semaines sur l'année 2020.

A l'accueil de l'Office du Tourisme en 2020, on dénombre 25.931 visiteurs ce qui fait en moyenne 2.161 personnes par mois et 71 personnes par jour. De plus, d'après les chiffres de fréquentation de l'accueil de l'Office du Tourisme en 2020, un pic de fréquentation est à constater en juillet et en août, même si les chiffres sont moins élevés que les années précédentes. Ce pic s'explique notamment par des mesures moins restrictives afin de lutter contre la covid-19 et un tourisme belgo-belge.

Hormis l'année 2020 qui restera une année particulière au vu des conditions sanitaires, les statistiques de fréquentation de l'Office du Tourisme de Mons restent relativement stables d'année en année. En effet, depuis 2013 les chiffres restent dans une fourchette de fréquentation comprise entre 45.000 et 65.000 visiteurs (sauf pour 2020).

Il faut noter que la très grande majorité du trafic provient de Facebook. Les résultats générés par Youtube sont la résultante de l'intégration des vidéos issues de notre chaîne. Il est par contre intéressant de constater le classement des Instagram Stories qui s'explique par l'invitation de blogueurs internationaux qui ont la possibilité -vu leur nombre important de followers- de faire des liens (Swipe Up) dans leurs stories. Sinon, Instagram n'a pas vocation à générer des flux vers un site web, ce qui explique son absence du top 5.

#### Provenance de l'audience

Top 10 des utilisateurs de nos sites Web visitMons.be, .co.uk.de et .nl par pays. Cela correspond globalement aux marchés prioritaires ciblés.

2020		
Pays	%	Utilisateurs
1 Belgium	77,88 %	256 445
2 France	9,13 %	30 056
3 United States	3,46 %	11 407
4 Netherlands	2,58 %	8 480
5 United Kingdom	2,16 %	7 105
6 Germany	0,58 %	1 920
7 Canada	0,48 %	1 575
8 Italy	0,29 %	953
9 Spain	0,27 %	882
10 China	0,24 %	792

2019		
Pays	%	Utilisateurs
1 Belgium	72,43 %	223.102
2 France	14,41 %	44.385
3 Netherlands	3,07 %	9.459
4 United States	2,65 %	8.176
5 United Kingdom	2,18 %	6.703
6 Germany	0,77 %	2.374
7 Canada	0,41 %	1.249
8 Spain	0,35 %	1.084
9 Italy	0,35 %	1.072
10 Suisse	0,25 %	758

#### Intérêt de l'audience

Top 5 des pages vues (hormis la page d'accueil)

1. Réserver
2. Billetterie musées et expos
3. Yann Arthus-Bertrand Legacy (page de contenu)
4. Exposition Roy Lichtenstein (fiche SIT)
5. Sites et musées

## Facebook

Facebook est un média indispensable de la stratégie touristique car il permet à des coûts raisonnables de toucher des publics ciblés sur des marchés prioritaires ou de niche.

La page officielle visitMons a été créée le 21 mars 2013.

L'année 2020 a été marquée par la crise sanitaire qui a profondément touché le secteur touristique. C'est dans ce cadre particulier que l'Office du Tourisme a évolué avec pour objectif de départ de faire vivre la page et ne pas perdre sa communauté de fans. En ce sens, Facebook a une nouvelle fois démontré son intérêt car il a véritablement permis de se connecter au public.

Les résultats sont finalement très bons avec une progression en termes d'abonnés de l'ordre de 20% par rapport à l'année précédente.

### Résultats page Facebook

Les fans de la page sont majoritairement des adultes entre 25 et 44 ans ; trentenaires pour la plupart. 60% des fans de la page sont des femmes, phénomène qui s'accroît d'année en année. Hormis la Belgique francophone, naturellement représentée, les fans proviennent surtout d'Espagne et d'Italie mais visitMons crée des publications boostées pour toucher d'autres publics, notamment sur pour toucher des cibles néerlandophones et anglophones.

**+18,40% de mentions « J'aime »**

	2016	2017	2018	2019	2020
Mentions « J'aime »	12.079	17.619	18.648	20.269	23.945

## Posts du mois

31/01/2020

Nouveau Président de l'Asbl Procession du Car d'Or

- ✓ 291.000 Personnes touchées
- ✓ 8.262 Réactions, commentaires et partages
- ✓ 138.082 vues de la vidéo



- ✓ 3.058 Personnes touchées
- ✓ 129 Réactions, commentaires et partages
- ✓ 227 Clics sur la publication

31/03/2020

Mons Chez Vous – serrure de Mons



- ✓ 5.657 Personnes touchées
- ✓ 210 Réactions, commentaires et partages
- ✓ 490 227 Clics sur la publication

28/02/2020

Doudou j-100 – partage d'une vidéo



18/04/2020

Mons Chez Vous – Roland de Lassus



- ✓ 2.855 Personnes touchées
- ✓ 64 Réactions, commentaires et partages
- ✓ 138 Clics sur la publication

10/05/2020

Mons Chez Vous –pavé en hommage à Georges Raepers



- ✓ 5.692 Personnes touchées
- ✓ 158 Réactions, commentaires et partages
- ✓ 210 Clics sur la publication

7 juin 2020

Jour du Doudou annulé



- ✓ 12.303 Personnes touchées
- ✓ 444 Réactions, commentaires et partages
- ✓ 340 Clics sur la publication

07/07/2020

L'Art Habite la Ville



- ✓ 20.382 Personnes touchées
- ✓ 924 Réactions, commentaires et partages
- ✓ 2.042 Clics sur la publication

20/08/2020

Parade des éléphants



- ✓ 32.863 Personnes touchées
- ✓ 1.870 Réactions, commentaires et partages
- ✓ 2.962 Clics sur la publication

26/09/2020

L'Art Habite la Ville : nouvelle fresque à Cuesmes par Noir Artist

Vieille Mons  
26 septembre 2020

L'Art habite la ville 2  
Petit aperçu de la dernière fresque en date ✨ Pour la voir entièrement, rdv Rue Fenier à Cuesmes ✨ Merci à NOIR Artist pour son travail de qualité ✨

Plus de J'aime, de commentaires et de partages  
En boostant cette publication, vous la montrerez à plus de monde

74 759 Personnes touchées 3 036 Interactions

28 commentaires 121 partages

- ✓ 74.759 Personnes touchées
- ✓ 1.721 Réactions, commentaires et partages
- ✓ 1.315 Clics sur la publication

22/10/2020

Annnonce des Jardins d'Hiver

Vieille Mons  
22 octobre 2020

Cette année, Mons vous propose de découvrir un jardin d'hiver sur la Grand-Place ! Au programme : illuminations féeriques, sapins, boules glorieuses, chalet alsacien... Tout sera fait pour laisser la magie de Noël envahir la Place mais aussi les allées commerçantes et les villages du Grand-Mons !  
La Ville de Mons - Page officielle a, en effet, décidé de revoir sa traditionnelle édition du marché de Noël, Mons Coeur en Hiver, en raison des dernières mesures prises par le gouvernement. Il n'y aura malheureusement pas de traditionnel village d'Alsans cette année.

Plus de J'aime, de commentaires et de partages  
En boostant cette publication, vous la montrerez à plus de monde

21 248 Personnes touchées 1 059 Interactions

15 commentaires 44 partages

- ✓ 21.248 Personnes touchées
- ✓ 355 Réactions, commentaires et partages
- ✓ 734 Clics sur la publication

25/11/2020

Mise en avant du livre « Mais papa, c'est quoi le Doudou » (article boutique)

Vieille Mons  
24 novembre 2020

Vous voulez apprendre l'histoire du Doudou à votre enfant ? Rien de plus simple avec notre petit livre "Mais Papa, c'est quoi le Doudou ?" Avec ses 70 pages, il convient aux enfants dès 4 ans. En plus, c'est bientôt la Saint-Nicolas !  
Rdv sur notre CMACollect pour commander <https://www.vieillemons.be/doudou-collect>

Plus de J'aime, de commentaires et de partages  
En boostant cette publication, vous la montrerez à plus de monde

4 243 Personnes touchées 161 Interactions

4 commentaires 11 partages

- ✓ 4.243 Personnes touchées
- ✓ 71 Réactions, commentaires et partages
- ✓ 90 Clics sur la publication

26/12/2020

Photos des Jardins d'Hiver pour annoncer la fin dans quelques jours



- ✓ 3.802 Personnes touchées
- ✓ 83 Réactions, commentaires et partages
- ✓ 142 Clics sur la publication

### TOP 3 POSTS BOOSTÉS



Montant dépensé : 63 euros

- ✓ 27.325 Personnes touchées
- ✓ 967 Réactions, commentaires et partages
- ✓ 2.004 Clics sur la publication



Montant dépensé : 150 euros

- ✓ 9.697 Personnes touchées
- ✓ 319 Réactions, commentaires et partages
- ✓ 1.130 Clics sur la publication



Montant dépensé : 150 euros

- ✓ 42.692 Personnes touchées
- ✓ 250 Réactions, commentaires et partages
- ✓ 1.202 Clics sur la publication

## Publications sponsorisées sur Facebook en 2020

Nom de la campagne	Fin de publication	Impressions	Couverture	Interactions	Budget dépensé (€)
Campagne MCN fr	05/01/2020	44.302	38.344		70.24
Publication : « Van vrijdag 28/02 1/m zondag... »	01/03/2020	3.394	2.158	88	30
Publication : « Affichez votre fierté d'être montois... »	03/06/2020	37.506	16.396	981	63
Publication : « Connaissez-vous notre Jeu "Lumeçon" »	14/06/2020	13.039	8.376	514	30
Campagne expo Yann Arthus Bertrand marché NL	05/07/2020	51.186	27.512	399	151.99
Campagne expo Yann Arthus Bertrand marché FR	31/08/2020	386.595	114.688	2.649	646.51
Campagne expo Yann Arthus Bertrand marché UK	31/08/2020	216.317	124.063	941	640.55
Campagne expo Yann Arthus Bertrand marché NL	31/08/2020	328.644	125.153	1.460	639.64
Campagne vidéo Destination Mons FR	31/08/2020	295.567	126.911	4.169	468.20
Campagne vidéo Destination Mons UK	31/08/2020	181.498	79.040	3.341	447.82
Campagne vidéo Destination Mons NL	31/08/2020	136.580	59.200	3.341	447.55
Campagne Roy FR	04/08/2020	92.551	40.024	505	29.98
Campagne Roy UK	03/09/2020	375.364	132.863	1.851	263.47
Campagne Roy NL	03/09/2020	444.347	126.304	2.446	263.85
Campagne ambassadeurs Mons	12/11/2020	12.264	7.058	527	47.27
Publication : « Click&Collect »	27/11/2020	55.381	5.586	557	150
Publication : « Ambassadeurs Mons »	16/11/2020	15.918	6.232		29.41
Publication « Cadeaux Saint-Nicolas »	02/12/2020	11.134	6.542	574	18
Campagne Pack Noël	16/12/2020	229.200	39.968	294	150
Campagne Cadeaux Noël	24/12/2020	152.263	27.496	100	102.06

Ces campagnes payantes ont été diffusées tout au long de l'année dans le contexte de la crise sanitaire. 4.690 euros ont été dépensés pour les résultats suivants:

- **3.083.050 impressions**
- **1.113.914 vues uniques**
- **4.196.964 interactions**

Publications sponsorisées sur Facebook en 2020 par l'agence Follow us (via gestionnaire de publicités de visitMons)

Campagne	Fin	Clics	Impressions	Couverture	Interactions	Budget dépensé (euros)
21 juillet NL	24/07	80	29370	21452	54	55
21 juillet FR	24/07	66	24499	18608	34	55
		<b>146</b>	<b>53869</b>	<b>40060</b>	<b>88</b>	<b>110</b>

## Instagram

L'ouverture du compte Instagram date du 30 mai 2013.

visitMons y publie des photos « destination » en utilisant des filtres et avec l'objectif de créer une identité visuelle forte autour de thématiques stratégiques. Ce réseau développe sans cesse ses outils avec des nouveautés telles que les vidéos en direct (utilisée lors du Doudou), l'effet boomerang ou encore les story. Instagram est en plein essor depuis son rachat par Facebook et c'est aujourd'hui un media indispensable de la stratégie sur les réseaux sociaux, en particulier au niveau des blogueurs et influenceurs pour lesquels visitMons prépare des programmes spécifiques.

	2016	2017	2018	2019	2020
Nombre d'abonnés	620	893	1.184	1.666	2.138

### Stories Instagram

visitMons publie régulièrement des « stories » pour interagir avec son public. Différents types de stories sont publiées : sondage, quiz, questions ouvertes, photos, vidéos, live. Elles permettent de toucher un public qui ne regarde pas nécessairement les photos de son fil d'actualité et d' « humaniser » le compte.

En moyenne, entre 5 et 15 stories sont publiées chaque jour.

### Top 3 des publications avec le plus d'interactions

Séquence vidéo de l'artiste Gangolphe au travail lors de l'Art Habite la Ville.



visitmons  
Rue Des Capucins - Mons

visitmons 📷 L'art habite la ville #2

Céleste Gangolphe @celeste\_bxl, en plein travail sur la façade du magasin de Françoise Ladeuze Cache-Mire, à la Rue des Capucins 📍  
Avec son œuvre, l'artiste rend hommage aux hommes de feuilles 🌿

#arturbain #arturbainmons #artdeville #contemporaryart #arturbaincontemporain #streetarteverywhere #streetartiseverywhere #streetphotography #instart #artmural #urbanart #muralart #streetartlovers #streetartoties #publicart

648 vues  
18 JUILLET

Ajouter un commentaire... Publier

### L'Art habite la Ville, œuvre de Farm Prod



visitmons  
Rue de la Halle

visitmons 📷 L'art habite la ville #2

Encore une œuvre magnifique vient s'implanter Rue de la Halle 📍  
Découvrez l'art urbain à travers Mons grâce à l'application 100% gratuite @streetartoties 📱

#arturbain #arturbainmons #artdeville #contemporaryart #arturbaincontemporain #streetarteverywhere #streetartiseverywhere #streetphotography #instart #artmural #urbanart #muralart #streetartlovers #streetartoties #publicart #streetartistry #streetartnews #streetartglobe #streetartbelgium #haln/mstreetart #hoastiffstreetart

Almé par mundaneumasbl et 215 autres personnes  
18 AOÛT

Ajouter un commentaire... Publier

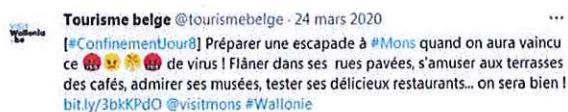
## Vidéo du Beffroi et de l'exposition Yann Arthus Bertrand.



## Twitter

Le compte Twitter a été ouvert le 21 janvier 2014.

visitMons y tweete ou retweete des publications de partenaires touristiques tels que Wallonie Belgique Tourisme. Il est intéressant de constater que la destination est souvent mentionnée par d'autres Tweets.



⚠️ Nous vous annonçons la fermeture de visitMons ce lundi 2 novembre 2020 ⚠️  
Pour toutes demandes d'informations ou de remboursements, contactez-nous par téléphone via le 065/33.65.80, par email via l'adresse [info.tourisme@ville.mons.be](mailto:info.tourisme@ville.mons.be) ou via nos réseaux sociaux.  
[pic.twitter.com/Hq6qvTDI8G](https://pic.twitter.com/Hq6qvTDI8G)



Bravo à Spear et sa fresque « Hommage à Van Gogh » qui figure dans le TOP 20 des plus belles fresques de Belgique BE par [@StreetArtCities](https://twitter.com/StreetArtCities) 🍷  
[pic.twitter.com/4P8roCP0aO](https://pic.twitter.com/4P8roCP0aO)



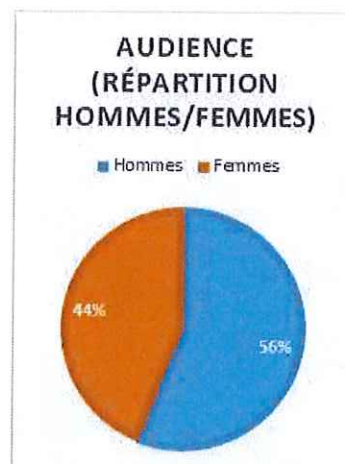
231 ❤️ 7

## Principaux kpi

	2020
Nombre d'abonnés	1.669

## Top 3 par pays

1. Belgique
2. France
3. Royaume-Uni



## Tik tok

En 2020, visitMons a créé un compte Tik Tok dans le but de toucher une cible plus jeune.

## Youtube

Le channel Youtube sert principalement de plateforme d'hébergement des vidéos pour l'alimentation du site. On constate que le trafic est généré à 62.4% par des intégrations sur des sites tiers (à 50.9% ceux de visitMons) et 20,8% par une consultation de la page Youtube. La consultation de la page se fait à 48% sur smartphone mais il faut souligner la présence de supports moins classiques comme les consoles de jeu et les téléviseurs.

## Google my business

- ✓ 68 avis déposés à ce jour, moyenne de 4,4/5

## Top 3 des recherches

- ✓ Visit mons
- ✓ Visiter Mons
- ✓ Mons

## Trip Advisor

- ✓ 28 avis déposés à ce jour, moyenne de 4,5/5

---

« Sympathiques!

Efficaces et très sympathiques, le personnel est très pro et conseille différents lieux peu connus. Merci à eux. Passage intéressant.

Gaëtan de Bruxelles »

---

- ✓ 14 avis en français, 5 en anglais, 4 en néerlandais, 2 en allemand, 1 en arabe et 1 en italien
- ✓ visitMons, en tant qu'organisme touristique est dans le top 15 des choses à faire à Mons

## Communication offline

La communication offline ne peut plus se concevoir indépendamment de la communication online. En effet, les schémas marketing évoluent avec la modification comportementale des individus mais également des moyens technologiques existants. Si la représentation de la conversion a longtemps été linéaire, il n'en est plus rien aujourd'hui tant les sources d'informations sont nombreuses. L'ère est celle d'un parcours maillé où, dans notre cas, visitMons n'est qu'un maillon d'une chaîne dont les ténors sont les réseaux sociaux et les leaders tels que Google et/ou Trip Advisor.

En d'autres termes, lorsqu'un individu entre en contact avec visitMons, de quelque manière que ce soit, il n'est plus un prospect mais bien un client. Cette façon de construire la stratégie nous amène à réfléchir de façon plus affective, proche du Marketing Direct. C'est la raison pour laquelle, le tourisme de façon globale tend à utiliser des techniques affinitaires, proposant la bonne information, à la bonne personne ou à la bonne communauté.

Pour toutes ces raisons, visitMons travaille la communication offline en véritable complémentarité de la communication online. Ainsi sont travaillées les mêmes thématiques et les mêmes gammes de produits sur tous les supports qui peuvent être variés : zone d'accueil avec écrans, supports papier, sites Internet, réseaux sociaux, etc.

## Les éditions

### Plan touristique de la Ville de Mons



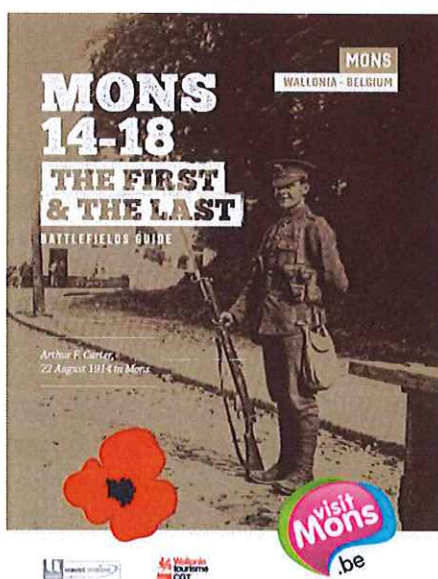
✓ 20.000 exemplaires imprimés.

✓ Distribution en centre-ville : dans les sites et musées et hébergements.

Pour répondre à la demande des visiteurs et des partenaires, il était indispensable d'imprimer de nouveaux plans du centre-ville montois. Le produit a été amélioré en proposant une version recto-verso incluant des circuits à faire en centre-ville ainsi que les nouvelles œuvres d'Art en Ville. La numérotation a été revue ainsi que le classement avec des points d'intérêts avec des sections séparées : patrimoine, arts de la scène, musées, parc et jardins et art dans la ville.

### Guide des champs de bataille EN

visitMons a édité une nouvelle version du guide des Champs de Bataille en anglais, l'ancienne mouture étant épuisée. Cette édition se base naturellement sur la version française réalisée fin 2019. Cette brochure très ciblée est appréciée des amateurs de tourisme mémoriel qui reste un axe fort de notre plan d'actions touristiques.



Ce guide reprend l'histoire de la grande guerre et les faits marquants qui ont eu lieu sur notre territoire à travers un parcours mémoriel qui vous emmène sur des lieux symboliques comme le cimetière militaire de Saint-Symphorien, le pont-rail de Nimy, le site de la Bascule ou encore le Mons Memorial Museum...

Enfin, l'Office du Tourisme profite de cette réédition pour revoir le format et appuyer son slogan « Mons, The First & The Last » qui devient de plus en plus connu sur le marché britannique.

Tirage : 3.500 exemplaires.

### Plan l'Art habite la Ville

Pour répondre à la demande des visiteurs et des habitants, il était indispensable d'imprimer un plan reprenant l'ensemble des œuvres du centre-ville montois. Voir section Actions spéciales.

### Destination Mons

Dans le cadre de la mise en place d'un programme de l'été rassemblant les initiatives des principaux partenaires culturels de la ville de Mons, visitMons a soutenu l'initiative et a développé une campagne de communication en Wallonie et dans le nord de la France.

Vous trouverez tous les détails de la campagne de communication Destination Mons au sein de la section Actions spéciales.