

Publicité

Attractions et Tourisme - guide 365

Le guide 365 existe en quatre versions linguistiques (FR/NL/EN/DE). La brochure est largement diffusée dans les sites participants mais aussi sur toutes les foires et salons en Belgique et à l'étranger (marchés prioritaires WBT). Il s'agit d'une publication devenue incontournable pour les sites touristiques et les institutions en charge de la promotion touristique.



En tant que membre de l'Asbl Attractions et Tourisme, visitMons a pris en charge la promotion des sites muséaux ci-après : BAM, Trésor de la Collégiale Sainte-Waudru, Maison Van Gogh de Cuesmes, Site du Beffroi, Silex's, Musée du Doudou, Mons Memorial Museum, Artothèque.

La promotion du Musée F. Duesberg a par ailleurs été prise en charge par la Ville de Mons dans la mesure où cette dernière en prend toujours une à sa charge.

4. Trade – Commercialisation

Guides touristiques officiels

LES GUIDES TOURISTIQUES OFFICIELS

Au total, 127 guides, dont 30 guides conférenciers, font partie des guides de l'Office du Tourisme. Les guides parlent différentes langues comme le français (121), néerlandais (25), anglais (60), allemand (11), espagnol (9), italien (13), polonais (1), russe (2) ou encore montois (3).

Jusqu'à la fin août 2020, 4 formations spécifiques ont été organisées pour les guides.

Ces formations sont souvent doubles. La première partie est purement théorique et la seconde est pratique. L'ensemble des guides est invité à la formation théorique ; tandis que pour la formation pratique, seuls les guides présents lors de la formation théorique sont conviés. À l'issue de la plupart des formations, un examen est prévu.

Cet examen se déroule en présence d'un jury composé impérativement des Médiatrices culturelles du Pôle muséal (Laurence Herman et Marine Vansteen) et du Conseiller scientifique de l'Office du Tourisme (Benoît Van Caenegem) auxquels peut être joint (mais pas de manière systématique) soit le Commissaire de l'exposition soit le Conservateur des lieux.

Les guides ayant réussi l'épreuve sont appelés pour les visites guidées en rapport avec le thème de la formation.

Chaque examen a consisté en une « visite guidée » d'une vingtaine de minutes. Les examinateurs étaient Mme Laurence HERMAN ou Mme Marine VANSTEEN, Médiatrices Culturelles du Pôle muséal et M. Benoît VAN CAENEGEM, Conseiller scientifique de l'OT.

Mme HERMAN, Mme VANSTEEN et M. VAN CAENEGEM assistent à l'ensemble des formations.

Formation 2020

Formation pour personnes à besoins spécifiques (2 journées de formation)

Une formation en vue de visites avec des personnes à besoins spécifiques a été organisée les samedis 25 janvier et 8 février 2020. Les formations étaient à la fois théoriques et pratiques (parcours en ville et Musée du Doudou).

Formations données par Philippe Harmegnies et ses collaborateurs (ASBL Passe-muraille).

Elles ont été suivies par 12 guides.

Visites guidées

On peut classer nos différents circuits par thématiques.

Mons, classique ou excentrique?

On y retrouve la visite du cœur historique (Hôtel de Ville, vieilles rues, Collégiale Saint-Waudru, etc.), L'art habite la Ville (nouveau 2020), Mons, Mythes et Légendes, Les vieilles enseignes, le Patrimoine Unesco (sur le territoire du centre de Mons), Mons littéraire, Sur les traces du Doudou, Montois(es) Superstars, Archi-culture, Parcours : Héritage Mons 2015, Capitale Européenne de la Culture-Neverending Story, Girl Power!, Balade Accordéon, Mons Insolite et La légende des Anges de Mons : Mons 14-18.

Thank God, we are in Mons!

A la découverte des patrimoines religieux montois, Mons Oh my God! Réaffectation du patrimoine religieux (nouveau 2020), Les refuges d'abbayes et la collégiale Sainte-Waudru.

Mons naturellement

Balades & découvertes : Arbres et patrimoines dans les villages de Mons (nouveau 2020), Mons, architecture et art végétal (nouveau 2020), La Monstrouilleuse (nouveau 2020) et Mons et ses arbres remarquables (nouveau 2020).

Mons et vos papilles

Mons, la Gourmande, Mons Eat & Walk, Mons, Beer & Walk (nouveau 2020) et Mons, Bike & Drink (nouveau 2020).

Visites guidées des sites muséaux

Les guides de l'Office du Tourisme ont été formés aux nouveaux musées en 2015. Ils ont pu depuis 2015 continuer à mettre à profit cette formation, ce qui leur a permis, en plus des anciens sites, de réaliser des visites de ces lieux accessibles en visites guidées : Silex's (descente et surface), Artothèque, Mons Memorial Museum, Maison Van Gogh de Cuesmes, Trésor de la Collégiale.

Tarif des visites guidées 2020

Exposition

- ✓ 65€/guide pour 1h30 du lundi au samedi inclus
- ✓ 80€/guide pour 1h30 les dimanches, jours fériés et après 17h30

Visite en ville

- ✓ 90€/guide pour 2h du lundi au samedi inclus
- ✓ 105€/guide pour 2h les dimanches, jours fériés et après 17h30

Visites 2020

197 visites guidées ont été organisées durant l'année 2020. Cela représente 2.531 visiteurs guidés. On remarque une diminution de plus de 80% des visites guidées par rapport à 2019, en raison de la crise sanitaire ne nous permettant pas d'organiser de visites guidées pendant de nombreux mois. En effet, les visites guidées ont été stoppées entre le 14 mars 2020 et le 8 juin 2020, ainsi qu'entre le 29 octobre 2020 et le 31 décembre 2020.

Nous avons constaté plus de 200 annulations de visites guidées sur l'année 2020.

	2020	2019	2018	2017	2016	2014	2013
Janvier	36	143	67	26	115	24	9
Février	26	28	123	13	29	22	17
Mars	14	120	49	63	61	50	38
Avril	0	117	93	70	97	54	64
Mai	0	147	79	102	65	37	50
Juin	9	51	50	74	79	38	48
Juillet	23	58	47	70	30	23	26
Août	21	56	36	60	22	19	18
Septembre	38	77	142	106	65	25	60
Octobre	30	101	361	65	82	37	41
Novembre	0	65	410	89	41	0	49
Décembre	0	42	259	95	55	0	31
Total	197	1005	1716	833	741	329	451

Répartition des visites par jour et nombre de personnes

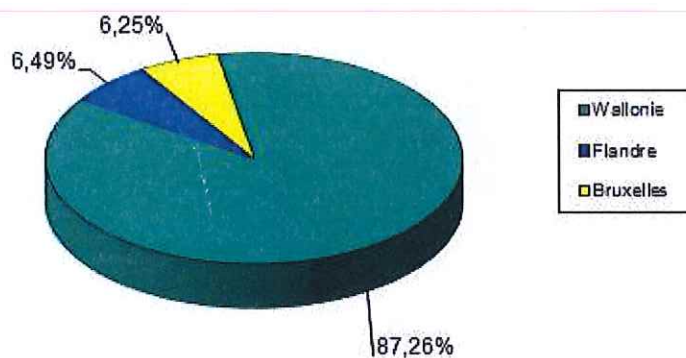
	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche	TOTAL
Nbre de visiteurs	110	380	198	549	494	428	372	2.531
Nbre de visites guidées	9	24	16	38	29	48	33	197
Visites guidées en %	4,57	12,18	8,12	19,29	14,72	24,37	16,75	100

Nous remarquons que ce sont surtout les jeudis et les samedis qui sont les jours les plus demandés pour les visites guidées.

Nationalité des visiteurs en visites guidées

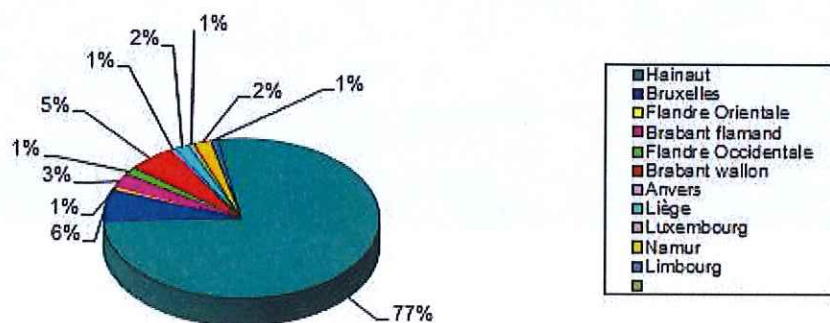
Les visiteurs des circuits guidés se répartissent entre clientèle nationale (96%) et clientèle internationale (4%).

Clientèle nationale (96%)



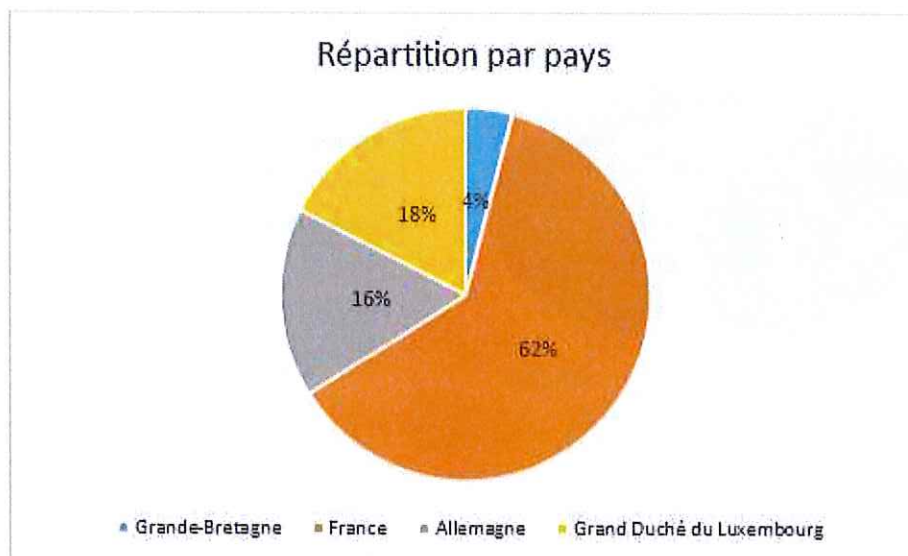
Les groupes wallons représentent plus de 87% des groupes nationaux.

Répartition des visiteurs par province



On constate que les 5 provinces d'origine, après le Hainaut, sont Bruxelles, le Brabant Wallon et trois provinces néerlandophones.

Clientèle internationale (4%)



Nous avons accueilli seulement 4 nationalités internationales dans nos groupes guidés en 2020, avec près de 62% de Français.

Répartition par visite

Les visites guidées de musées/expos représentent près de 68% du total des visites guidées contre 32% pour les visites guidées en extérieur.

En 2020, toutes visites confondues, c'est la visite classique qui représente près de 23% des visites guidées réservées. Viennent ensuite l'exposition de Yann Arthus-Bertrand (21%), l'exposition Memento (11%), et le MMM (10%).

Visites hors musées et expositions

Visites en dehors des musées et expo	Nbre de personnes	de	Nbre de visites
VC		610	45
Mythes et légendes		23	2
Traces du Doudou		44	2
Patrimoine unesco		58	4
VG sur mesure		50	2
La Monstrouilleuse		20	1
Art en ville		83	6
Beer & Walk		20	1
TOTAL		908	63

La visite classique représente 71% des visites hors musées.

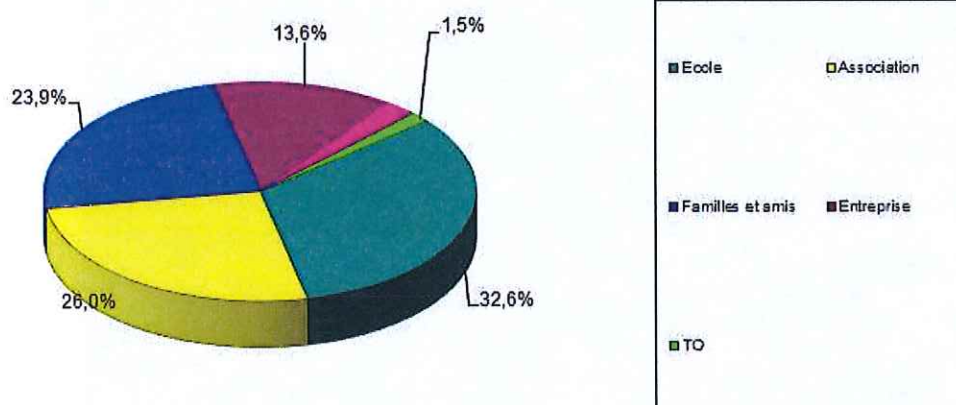
Visites des musées et expositions

Visites des musées et expo	Nbre de personnes	de	Nbre de visites
MMM		335	20
Musée du Doudou		142	10
Maison Van Gogh de Cuesmes		80	6
Silex's surface		96	9
Beffroi		55	5
Collégiale + trésor		12	1

Memento	309	22
Ecole de Mons	175	19
Yann Arthus-Bertrand	419	42
TOTAL	1623	134

En 2020, la visite guidée de l'exposition Yann Arthus-Bertrand représente 26% des visites guidées dans les musées, suivie ensuite par la visite du Mons Memorial Museum (21%) et l'exposition Memento (19%).

Répartition par profil de clients de visites guidées



Ce sont les écoles qui représentent près de 32% des visiteurs guidés, suivis ensuite des associations (26%) et des individuels (24%).

Suite à l'année 2020 très particulière, on constate une baisse de la proportion des écoles (39,7% en 2019) car nombre d'entre elles n'ont pu effectuer les visites guidées souhaitées à cause des mesures sanitaires ; mais aussi une augmentation de la proportion des individuels (familles et amis) (18,2% en 2019), plus enclins à effectuer des visites guidées avec leur bulle sociale.

Visites non guidées

L'Office du Tourisme offre également la possibilité aux groupes sans visites guidées de réserver leurs places à l'avance pour un musée/une exposition.

674 personnes ont fait des réservations pour des musées au cours de l'année 2020. Cela représente 36 dossiers. 96% des visiteurs viennent de Belgique, et 4% viennent d'autres pays.

Visites non guidées dans les musées (fréquentation)

Musées	
Musée du Doudou	120
MMM	152
Beffroi	56
Trésor	21
Silex's	43
Maison Van Gogh de Cuesmes	62
Yann Arthus-Bertrand	140
Ecole de Mons	16
Roy Lichtenstein	48
Memento	16
TOTAL	674

Top 3

- ✓ MMM 23%
- ✓ Exposition Yann Arthus-Bertrand 21%
- ✓ Musée du Doudou 18%

Provenance des groupes non-guidés

Près de 96% des groupes non-guidés proviennent de la Belgique.

Le Hainaut est la province la plus représentée avec près de 83% des visiteurs belges.

Belgique	
Hainaut	541
Bruxelles	11
Brabant Flamand	95
Flandre Orientale	2
Total	649

Autres pays	
Allemagne	4
Pays-Bas	21
Total	25

Profil des visiteurs non-guidés

Profil	
Ecole	218
Association	263
TO	75
Entreprises	68
Individuel	40
Administration	10
TOTAL	674

Les associations ont représenté près de 39% des visiteurs non guidés, suivis de près par les écoles avec 32% (contre 70% en 2019). En raison des mesures sanitaires, les scolaires n'ont malheureusement pas pu organiser de nombreuses sorties.

Journées de détente

Pour les groupes, l'Office du Tourisme de la Ville de Mons propose également des journées de détente à Mons (UJD). Ces programmes sont repris dans le guide Groupes et Professionnels Loisirs 2020/2021.

Années	2019	2018	2017	2016
Nombre d'UJD	11	16	7	5
Nombre de personnes	340	573	223	131
Nombre de guides	21	30		

Au vu de la situation sanitaire, toutes les journées détente prévues ont été annulées et aucune n'a pu avoir lieu.

Spectacles

Depuis 2015, l'Office du Tourisme de Mons fait office de billetterie centralisée. L'ASBL a donc établi divers partenariats avec, entre autres, MARS (Mons, Arts de la Scène) et Ticketmaster concernant la vente de spectacles aux individuels.

Partenariat avec MARS

GROUPES

Jusqu'en janvier 2020, c'est le service Trade qui gérait les réservations de groupes pour MARS. A partir de cette date et suite à des modifications d'organisation, MARS a repris la gestion des réservations pour groupes scolaires. Afin de finir l'année scolaire dans les meilleures conditions, les réservations ayant déjà été confirmées ont été gérées par le service Trade et les nouvelles réservations ont été gérées par MARS. A partir de septembre 2020, toute réservation de groupe scolaire passait directement par MARS.

Spectacles	
Un Tramway nommé désir	339
Le ballon rouge	252
Robin et Marion	181
wahada	117
Cache-Cache	104
La Musica deuxième	98
NezRouge#Quatuor	78
Le Bruit des Loups	55
Suarez	15
Orcw fiesta Latina	10
Saule	4
Cartoon	163
TOTAL	1416

En 2020, nous avons enregistré 31 réservations effectives de groupes pour des spectacles MARS, soit un total de 1.416 spectateurs qui sont venus voir un spectacle.

Suite à la crise sanitaire, de nombreux spectacles ont dû être annulés. Cela a représenté 27 réservations, soit près de 900 spectateurs.

Provenance des spectateurs

100% des spectateurs étaient belges et 96% d'entre eux provenaient de la province du Hainaut.

Profil des spectateurs

Le public scolaire est le plus représenté (91%).

INDIVIDUELS

En 2020, l'Office du Tourisme reste le point de vente principal pour les individuels pour les spectacles de MARS. Cela représente un total de **3848** tickets vendus.

Partenariat avec TICKETMASTER

Depuis juillet 2019, l'Office du Tourisme a élargi son offre en devenant un point de vente officiel Ticketmaster. En 2020, tous les spectacles du Théâtre Royal de Mons ont donc été vendus via Ticketmaster

Fréquentation

Ventes pour le Théâtre Royal de Mons, mais aussi de manière exceptionnelle pour d'autres salles dans et en dehors de Mons, en tant que point de vente officiel Ticketmaster.

Nombre de tickets vendus	
Janvier 2020	762
Février 2020	420
Mars 2020	88
Avril 2020	0
Mai 2020	16
Juin 2020	34
Juillet 2020	19
Aout 2020	55
Septembre 2020	58
Octobre 2020	14
Novembre 2020	58
Décembre 2020	65
TOTAL	1589

Suite à la crise sanitaire, on remarque clairement une baisse des ventes dès le mois de mars. L'absence de ventes au mois d'avril s'explique par la fermeture complète de l'Office du Tourisme. Aucun spectacle n'aura pu avoir lieu au Théâtre Royal entre la mi-mars et la fin du mois de décembre 2020, et les nombreux reports de spectacles ont sans aucun doute joué un rôle dans la baisse générale des ventes.

Visites guidées pour individuels

Visites organisées par l'Office du Tourisme

Comme chaque année, l'Office du Tourisme a organisé en 2020 des visites guidées à durée variable à destination des individuels. Le calendrier, repris ci-dessus, a été fixé à l'avance et communiqué au grand public via nos réseaux sociaux et nos outils de communication off-line (intégration du planning dans le guide touristique régional).

Les visites proposées étaient basées sur des circuits composant notre offre groupes et réservables toute l'année sur demande. Le but était de promouvoir nos balades guidées et de les rendre accessibles aux individuels. Des guides brevetés de l'Office du Tourisme ont effectué ces visites. Les visites étaient organisées en FR, le public-cible étant essentiellement les locaux. Précisons tout de même que certaines balades « exclusives » ont également été mise en place, avec des thèmes plus originaux.

Le tarif par personne était de 10.00€/personne (5,00€/personne pour les moins de 12 ans accompagnés d'un adulte) pour les circuits extérieurs sans entrée dans les musées. Pour les balades « Eat&Walk », le prix était fixé à 20€/personne.

Au vu de la situation sanitaire rencontrée en 2020, 21 visites guidées prévues ont malheureusement dû être annulées.

Date	VG individuels	Nb pers	Taux remplissage
25/01/2020	Mons insolite	21	84%
22/02/2020	Visite nocturne du cœur historique	75	100%
7/03/2020	Les œuvres signées dans la Collégiale	17	68%
4/07/2020	Mythes et légendes	21	105%
11/07/2020	L'art habite la ville	14	70%
18/07/2020	Bestiaire montois	16	80%
25/07/2020	Mons oh my god!	20	100%
25/07/2020	Vhello Van Gogh	11	73%
8/08/2020	Vhello Unesco	10	67%
15/08/2020	L'art habite la ville	20	100%
22/08/2020	Sauvegarde et avenir de Mons	20	100%
29/08/2020	Mons insolite	20	100%
19/09/2020	Vhello bois & forêt	7	47%
19/09/2020	L'art habite la ville	18	90%
26/09/2020	Mons insolite	20	100%
3/10/2020	Mythes et légendes	20	100%
10/10/2020	La monstreuse	17	85%
17/10/2020	Les vieilles enseignes de Mons	21	105%
24/10/2020	L'art habite la ville	20	100%

19 balades ont tout de même pu avoir lieu. Le taux moyen de remplissage des visites pour individuels est d'environ 88%, ce qui indique qu'il y a un certain engouement pour ce type d'offres à destination des individuels.

Petit train touristique

L'Office du Tourisme souhaitait renouveler en 2020 l'organisation de son parcours en train touristique pour les touristes et les Montois. Malheureusement en raison de la crise sanitaire, nous avons pris la décision de ne pas proposer le petit train touristique en juillet et en août 2020.

Identification des guides

Cette action visait à investir dans du matériel afin d'identifier les guides visitMons et de faire la promotion de nos visites en ville. Après un benchmark et une réflexion quant au choix du matériel de visibilité à adopter, il a été décidé, dans un premier temps, de renouveler les cartes des guides (les anciennes datant de 2015).

En plus de ces cartes (à porter avec un necklace visitMons), l'Office du Tourisme a investi dans des brassards blancs reprenant le logo de ville, ainsi que dans des petits drapeaux rouges arborant également le logo de la ville. En tout, 250 brassards et 15 drapeaux ont été commandés.

Pour compléter cette panoplie, des masques ont également été offerts à chaque guide. Ces masques, aussi disponibles à la vente pour le grand public, sont déclinés autour de la même thématique (rouges avec le logo de la ville).

Visites organisées

Silex's

Le Pôle Muséal souhaite comme chaque année proposer aux visiteurs des descentes dans les minières néolithiques pour individuels tous les samedis et dimanches à 14h dès le début de la période d'ouverture du Silex's. Il avait été également prévu de programmer des descentes à 14h00 à partir du jeudi pendant les vacances scolaires et des descentes à 10h00, 11h30 et 14h les premiers dimanches du mois. Le Pôle Muséal fait appel aux services de l'Office du Tourisme afin de mettre des guides à disposition des visiteurs.

Ces actions au Silex's n'ont pu avoir lieu en 2020 afin de respecter les mesures sanitaires.

Journées du Patrimoine

Comme chaque année, l'Office du Tourisme a collaboré avec la Maison du Tourisme de la Région de Mons dans le cadre des Journées du Patrimoine. Les Journées du Patrimoine en Wallonie, 32^{ème} édition, ont eu lieu les 12 et 13 septembre 2020. Le thème 2020 était : « Patrimoine et Nature. Parcs, jardins, espaces verts et naturels » et 9 projets ont été proposés sur le territoire de l'Office du Tourisme de la ville de Mons.

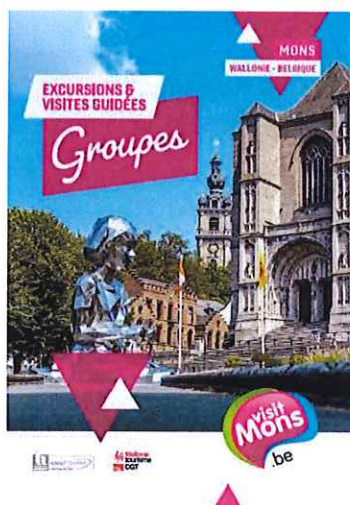
Vous trouverez tous les détails (statistiques de fréquentation, chiffres, ...) des Journées du Patrimoine dans la partie actions spéciales.

Prospection et promotion

Organisation d'eductours

En raison de la crise sanitaire, un seul éductour mémoriel a été organisé le 17 janvier.

Guide groupes et professionnels loisirs 2020



Dans le but de disposer d'un outil de prospection destiné à séduire entre autres les tour-opérateurs, les agences de voyage, les écoles et les autocaristes, l'Office du Tourisme a édité une brochure à l'attention des groupes et professionnels loisirs pour 2020-2021. Y sont reprises les diverses visites guidées ainsi que les journées de détente.

Cette brochure de 77 pages couleurs a été réalisée en quatre versions linguistiques : français, néerlandais, anglais, et allemand. Les éditions françaises et néerlandaises ont été imprimées à 2.500 exemplaires pour la version FR et 1.250 pour la version NL, alors que les versions anglaise et allemande sont uniquement disponibles en version électronique.

En 2019, la brochure a été voulue davantage « pérenne », elle couvrira donc 2020 et 2021. Les menus des restaurants ainsi que les expositions temporaires ont été extraites de la brochure et ont pris la forme de feuillets externes qui viennent s'y glisser.

Internet au service des groupes

L'offre à destination des groupes est reprise de manière exhaustive sur notre site Internet www.visitmons.be/groupes en français, anglais, néerlandais et allemand. Les organisateurs peuvent y retrouver l'ensemble de l'offre dédiée aux groupes, les informations utiles pour organiser une visite guidée ou non-guidée, ainsi qu'une journée de détente. La brochure groupes est également téléchargeable en français, néerlandais, anglais et allemand.

Emailings

Plusieurs mailings ont été envoyés à la base de données "groupes" en 2020 afin de mettre en lumière des événements pouvant intéresser notre base de données professionnelle. Cette base de données se compose des clients ayant réservé une/plusieurs visite(s) libre(s) ou guidée(s) auprès de notre service Trade et ayant accepté d'être repris de notre listing afin de recevoir des informations pertinentes sur des sujets qui les intéressent.

Mons accueille l'exposition Legacy. Yann Artus Bertrand.

	Taux d'ouverture	Nombre de clics
FR	44.6%	1.6%
NL	33.9%	0.2%
ENG	28.3%	0.5%
DE	51%	0%

Cet envoi a été réalisé afin de promouvoir l'exposition du Pôle muséal de la Ville de Mons précitée, accueillie par le BAM du 04/07/20 au 27/10/20. L'ensemble de notre base de données clients a été sollicitée et ce dans les quatre langues (FR-NL-ENG-ALL).

Foires et salons

L'Office du Tourisme de la Ville de Mons a participé ou a été représenté aux foires et salons suivants:

Date	Salons	Marché
11-12 janvier 2020	Voyages Léonard (Barchon)	Belgique FR
18-19 janvier 2020	Lauwers Reizen Kinopolis Antwerpen	Belgique NL
27 janvier 2020	Excursions 2020 London	UK (représenté par la MT)
30 -janvier- 2 février	AGM Week-end Guild of Battlefield Guides	UK
4-5 février	Liberation Route Europe Forum (Bruxelles)	Multimarchés
7 – 10 février 2020	Salon des vacances, Bruxelles	Belgique (représenté par la MT)
15-16 février 2020	Fiets en Wandelbeurs, Gent	Belgique NL (représenté par la MT)
ANNULE	Wallonië in Vlaanderen,	Belgique NL
ANNULE	Oostende voor anker	Belgique NL (représenté par la MT)
16-19 janvier 2020	Vakantiebeurs, Utrecht	Pays-Bas (représenté par la MT)
28 février - 3 mars 2020	Fiets en wandelbeurs, Utrecht	Pays-Bas (représenté par la MT)
26 septembre – participation annulée	Tools 4 Schools	Kortrijk

Les résultats de ces salons sont présentés dans la section « Marchés cibles ».

5. Mice - Tourisme d'affaires

Dans le cadre de sa participation au club MICE de Wallonie-Belgique Tourisme, visitMons a souscrit à des actions de promotion et de communication ayant pour but de promouvoir Mons en tant que destination de tourisme d'affaires.

Étant donné le contexte sanitaire et les restrictions gouvernementales liées au Covid-19, aucune action MICE n'a pu être organisée en 2020. Les salons ou grands événements ont été soit annulés, soit reportés en 2021.

6. Actions spéciales

Visibilité visitMons dans les Grands'Prés



Suite à une rencontre avec le gestionnaire de la galerie commerciale "Les Grands Prés", visitMons a eu l'opportunité d'investir une partie de la galerie pour y faire la promotion de la destination.

Dans ce cadre, visitMons a réalisé un stand promotionnel afin de pouvoir mettre en valeur ses produits dans les allées de la galerie en particulier dans l'espace Rotonde. Au vu du nombre

de passages (en moyenne entre 16.000 et 20.000 visiteurs la semaine et 35.000 le samedi), visitMons a fait appel à une société externe pour la réalisation du stand qui comprenait aussi 4 grandes lettres visibles de loin : MONS.

En raison de la crise sanitaire, visitMons n'a investi les lieux qu'une semaine du 9 au 14 mars, ce qui lui a tout de même permis d'exposer son triporteur et de vendre des billets pour des spectacles, concerts et musées montois ; des visites guidées et des produits de la boutique : petit singe en étain, cartes postales et jeu de société autour du Doudou.

Enfin, il était prévu de réaliser des animations et un concours avait été imaginé invitant les gens à aller dans le centre-ville, à se prendre en photo et à poster cette photo avec le hashtag weekendamons. Cadeau : un week-end VIP à Mons avec visite guidée, nuit à l'hôtel, repas, entrée dans un musée, un SPA. Ce concours a malheureusement été abandonné par la force des choses.

L'Art habite la ville

Écho au circuit Métamorphoses imaginé à l'occasion de *Mons 2015, Capitale Européenne de la Culture*, l'Art habite la Ville transforme la ville en un musée à ciel ouvert en y intégrant des œuvres urbaines originales. Ce projet jette les bases d'une nouvelle dynamique qui se poursuit aujourd'hui encore sous l'impulsion de l'Office du Tourisme. C'est en effet la ville de Mons qui a donné la mission à l'Office du Tourisme de réaliser de nouvelles œuvres à Mons et dans ses villages.

Afin d'assurer un suivi optimal, un comité de suivi du projet a été mis en place, ce qui a permis de collaborer avec des artistes du monde entier qui ont mis leur créativité au service du Grand Mons et renforcé le statut de Mons en tant que Capitale Wallonne de la Culture.

Concrètement, le travail a été imaginé autour de pôles et de thématiques comme St-Georges et le dragon pour la rue des Capucins, les Montois célèbres pour la Grand-Rue et la rue de Nimy, les voyageurs du temps pour la rue de la Halle ou les patrimoines locaux pour l'extramuros. Des rencontres avec les propriétaires et le voisinage ont été organisées de mars à octobre.

Murs et choix des artistes



Rue des capucins : thème « Mythe de Saint Georges »

- Magasin « ex-Sibau », rue des Capucins 6 (artiste : Honet)
- rue des orphelins (artiste : Nean)
- Magasin Cache-Mire, rue des capucins 40 (artiste : Céleste Gandolphe)
- Rue de l'Athénée (artiste: 10ème Arte)



Rue du centre-ville : thème "Montois célèbres et voyageurs du temps"

- Mur de l'Office des pensions, rue de Nimy (artiste : Léonidas Giannikopoulos - thème : Le Mundaneum et ses fondateurs)
- Fenêtre Petit Pois (artiste : Jana & Js - thème : Patrimoine)
- Parking rue de la Halle (artiste : Hell'o, thème: voyage dans le temps)
- Façade rue de la Halle (artiste : Farm Prod, thème : voyage dans le temps)
- Fenêtre rue de la Halle (artiste : Levallet, thème : Voyage dans le temps)



Extra-muros : thème "petit patrimoine"

- Nimy, façade "Aux armes de Nimy" (artiste : Jan is de Man, thème : bibliothèque)
- Cuesmes : place de Cuesmes (artiste : Spears, thème : Van Gogh) + rue Ferrer (Noir Artist)
- Ghlin: mur « Chez Sophie » (artiste :Blancbec, thème : les coûpeux d'artoils)

Communication

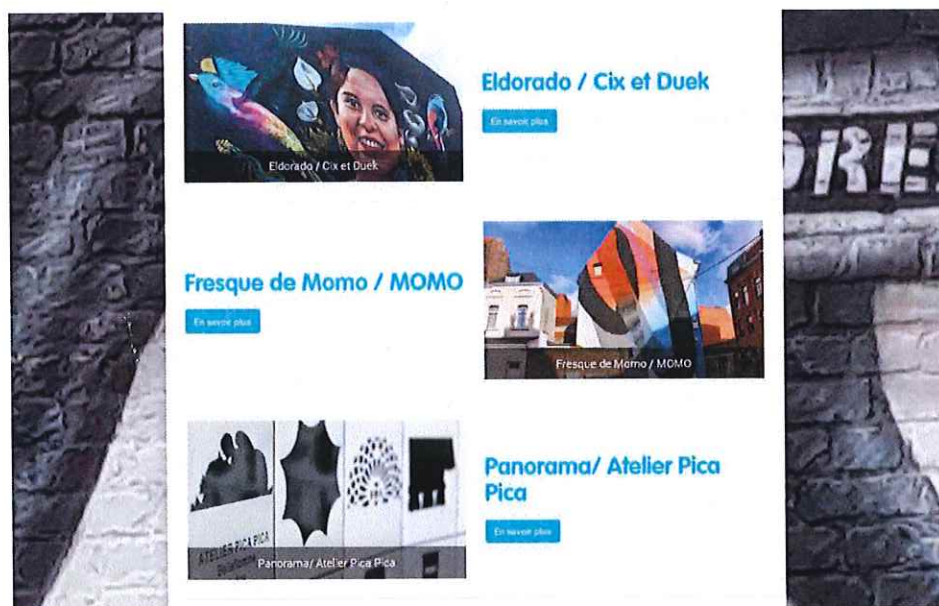
Concernant la communication autour du projet, plusieurs supports ont été mis en place :

- Une section dédiée sur visitmons.be
- Un parcours sur l'application visitMons
- Un partenariat avec Street Art Cities
- Une campagne sur les réseaux sociaux, facilitée par d'importants reportages photos et vidéos
- L'impression d'une carte reprenant les différents murs

Par ailleurs, un flyer et une affiche à destination des commerçants avaient été édités par la Ville de Mons avec des QR codes invitant les usagers à visualiser et/ou télécharger le plan et la présentation des œuvres en ligne.

Enfin, plus de 30 articles sont parus dans la presse écrite sur le concept de « l'Art habite la Ville ».

Section dédiée sur le site visitMons



Une section dédiée au projet l'Art habite la ville a été créée sur le site Internet. L'internaute y retrouve la genèse du projet, le plan des œuvres en téléchargement et bien entendu la liste des œuvres à découvrir et les explications.

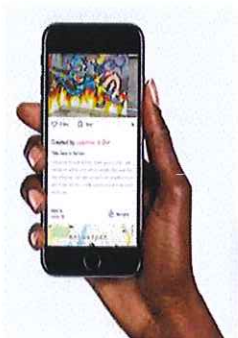
Principaux chiffres 2020

- Pages vues : 19.980
- Vues uniques : 15.117
- Temps moyen sur la section : 1'36
- 80,16% sur visitMons.be (site portail francophone)
- 16,06% sur visitMons.nl (public néerlandophone)
- 3,63% sur visitMons.co.uk (public anglophone)
- 0,15 sur visitMons.de (public allemand / site web mis en ligne fin 2020)

Application mobile visitMons

Le parcours Art habite la Ville est disponible sur l'application mobile visitMons

Street Art Cities



Street Art Cities est une application mobile qui réunit une communauté autour de parcours géolocalisés. Plus de 27 000 œuvres murales y sont répertoriées dans près de 642 villes et déjà 79 pays.

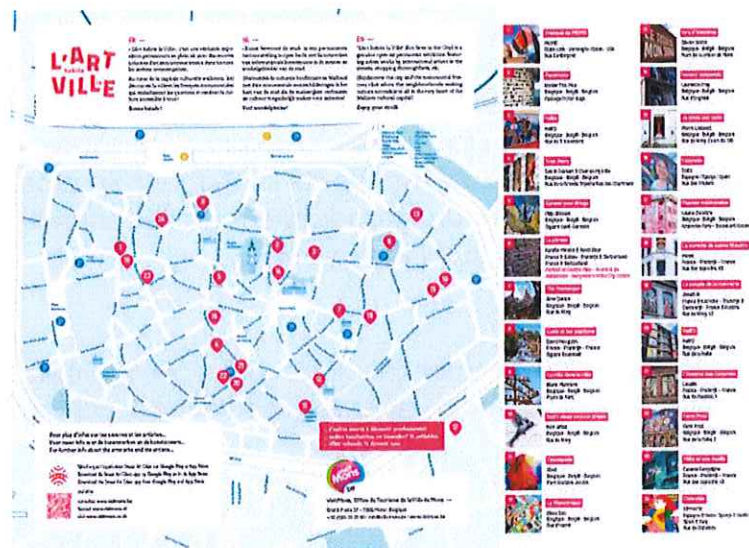
L'application propose des parcours à la découverte d'œuvres urbaines et d'artistes de tout horizon. Vu le potentiel montois avec Art en Ville, a souhaité intégrer l'application pour y présenter les œuvres du projet l'Art Habite la Ville.

Campagne sur les réseaux sociaux

Tout au long de l'année, l'Office du Tourisme a communiqué sur le projet à travers ses réseaux sociaux, particulièrement en période estivale. Sur Facebook, les publications ont généré 3.793 réactions et 383 partages. Le meilleur post est celui de la présentation de l'œuvre de Noir Artist qui, sans être boosté, a touché 74.759 personnes et a suscité 854 réactions, 61 commentaires et 121 partages. Sur Instagram, de nombreuses stories ont été réalisées avec un joli succès mais il faut dire que le sujet s'y prête assez facilement. Dans la période de crise sanitaire, le projet a très bien fonctionné avec un comportement viral qui n'a pas eu besoin d'être boosté financièrement. Cela sera un objectif de 2021 à travers le positionnement du produit touristique avec l'ajout des nouvelles œuvres.



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. 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.

- 20.000 exemplaires imprimés.
- Distribution en centre-ville : dans les sites et musées et hébergements.

Afin de s'assurer une bonne couverture médiatique, nous avons fait appel à l'agence be.culture. Une conférence de presse a été organisée. Une centaine d'articles ont été publiés.

À Mons, l'art habite la ville

Avec 17 nouvelles fresques murales, Mons continue sur sa dynamique, lancée en 2015, d'intégrer l'art dans le tissu urbain.

YESMINE SLIHAN LAUTON

Après celles de Anne Quinze, MOMO, Elanbec, David Meigsuili, Oli-B, etc., ce n'est pas moins de 17 nouvelles fresques monumentales permanentes qui viennent compléter les nombreuses œuvres déjà existantes dans l'intra et l'extra muros montois. Ville à taille humaine, Mons se prête bien à ce type d'exercice d'intégration de l'art contemporain dans son patrimoine.

Il y a ici une véritable volonté de connivence entre l'art ancien, le patrimoine et les propositions contemporaines, comme l'explique Baptiste Fiore, le coordinateur artistique du projet. Il ne s'agit donc pas de



L'œuvre du collectif Hei'O transforme une façade de parking en un véritable polyptyque urbain. © OSWALD TLR

cartes blanches mais de véritables commandes publiques de la ville.

Il en résulte des œuvres uniques, aux esthétiques très diverses, qui racontent Mons à travers le prisme d'artistes aux styles très différents les uns des autres.

Un lien avec l'histoire

Cette nouvelle série s'articule autour de concepts par quartiers. Dans la jonction gare-centre, le mythe de Saint Georges et le dragon, si cher à la cité du lionceau, est revisité par les muralistes belges et étrangers tels que Dulk, Honet, roeme Aute...

Le quartier de la Halle accueille le thème plus universel du Temps. Ici se concentrent fresques qui, très certainement, vont changer l'identité du quartier. Entre autres, grâce à l'œuvre impressionnante du collectif Hei'O qui, par un jeu de 10 cartes, transforme une façade de parking en un véritable polyptyque urbain.

Avant et septembre voient l'arrivée de la fresque de l'artiste grec Leonidas Giannakopoulos, en lien direct avec l'histoire des créateurs du Musée, situé à proximité, ou en celle de l'artiste sud-américaine Forzi au cœur de la rue péonier.

En effet, le BAM (Musée des Beaux-Arts de Mons) participe à cette dynamique en protégeant et en mettant en valeur les œuvres déjà existantes à l'exposition l'École de Mons. Cette œuvre, sur la façade nous en entale en vente, que Pierre Liebaert, Mathieu Haese, le collectif VOID et Fodrique Delatte proposent 4 grandes images fortes, reliées entre elles par la subtile intervention graphique de Fajalhad Decoster.

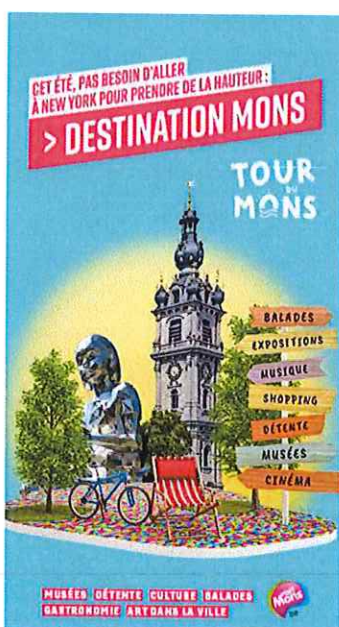
Cette démarche de dialogue avec l'art du quartier des citoyens, est l'occasion unique liège, Charleroi, Namur, Hasselt, rombeuses zones villes qui s'inscrivent dans cette démarche et il y a quelques années de dynamisation économique et touristique des centres urbains.

Destination Mons

Comme la plupart des pays du globe, la Belgique a été durement impactée par la pandémie de coronavirus qui a touché l'ensemble des secteurs en dépit des mesures prises par nos gouvernements. Dans ce contexte, le tourisme et la culture sont apparus comme des dommages collatéraux ; subissant la conjoncture de plein fouet. La crise a obligé le secteur à se réinventer pour empêcher un effondrement de l'économie touristique qui reste un moteur de développement pour la Wallonie.

visitMons a réalisé une vaste campagne de promotion et de diffusion baptisée « Destination Mons ». Elle avait pour objectif d'encourager la population locale à voyager à proximité.

Campagne Destination Mons



Le programme de l'été sur www.visitmons.be

Pour la communication de cet événement et en vue de relancer le secteur du tourisme, l'Office du Tourisme a organisé une campagne de communication en Belgique et dans le nord de la France

Collaboration avec la société BHS

Affichage cube (4 faces)

Format : 2m sur 2m

Emplacements : Mc Arthur – Messancy

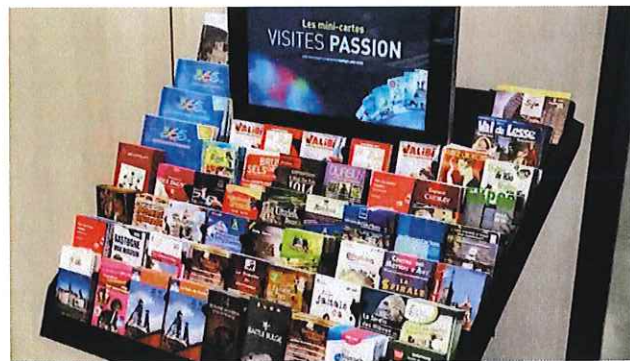


Dans le cadre d'une communication globale destinée à la relance du secteur touristique en région montoise, l'Office du Tourisme a offert de la visibilité à son partenaire la Maison du Tourisme en lui offrant 2 faces sur le cube réservé au Mac Arthur Glenn de Roubaix. Celui-ci reprenait donc 2 faces Destination Mons, 1 face Destination Boussu et 1 face Destination Frameries ; choix opéré par la Maison du Tourisme.

Le cube a été installé du 1^{er} au 31 août 2020.

Welcome TV –Belgique

Une visibilité dynamique de la campagne dans les principaux points d'affluence culturelle et touristique. Rien de tel que quelques secondes de vie sur un écran pour marquer les esprits et attirer une nouvelle clientèle. Les écrans 22", intégrés dans les présentoirs de distribution, sont placés dans des lieux de haute fréquentation touristique En Belgique, notamment dans les relais autoroutiers et les attractions à succès. Notre publicité a tourné en boucle, à raison de 1000 passages par heure sur l'ensemble du réseau.



Nombre de supports : Bruxelles (21), Flandre (25), Wallonie (46)

Période : 01/07/2020 -01/09/2020

Affichage magasins –Flandres

visitMons a diffusé des affiches de campagne dans les magasins d'Anvers et Gand où BHS dispose d'un réseau d'affichage de près de 1.000 points.

Nombre d'affiches:1.000 ex. (500 par ville)

Villes: Gand et Anvers

Format : A2

Période : 01/07/2020 -01/08/2020



Ontdek het zomerprogramma op www.visitmons.nl

Affichage Metro Agenda Indoor Bruxelles

visitMons a diffusé des affiches de campagne à l'intérieur du métro Bruxellois.

Description: Affichage rétroéclairé situé dans les stations de métro

Nombre de faces:75 - Format : A2

Période : 01/08/2020 -01/09/2020

Affichage Metro Outdoor Bruxelles

visitMons a diffusé des affiches de campagne à l'extérieur du métro Bruxellois, à proximité de l'entrée des stations de métro.

Description: Affichage permettant de toucher un large public urbain comme les usagers du métro, les piétons, les cyclistes et les automobilistes.

Nombre de faces:30

Format : 120x160

Période : 15/07/2020-01/08/2020

Affichage Range-Cyclos Bruxelles FIORA



Description: Affichage protégé placé perpendiculairement à la voirie et aux abords des centres commerciaux, universités, hautes écoles, centres sportifs... sur les grands axes de Bruxelles et de ses 19 communes.

Nombre de faces:50

Format : A0

Période : 15/07/2020 -01/08/2020

Gares wallonnes

Le choix final s'est posé sur un affichage classique 2m2 d'une taille de 116*175 (format abribus). Il était de plus rétroéclairé donc parfaitement visible le soir.

L'affichage a été réalisé dans les gares de Charleroi (6), Liège (6), Tournai (2), Namur (4), La Louvière Sud et La Louvière Centre.

Du 23 juin au 04 août 2020.

Gares flamandes



Le choix final s'est posé sur un affichage classique 2m2 d'une taille de 116*175 (format abribus). Il était de plus rétroéclairé donc parfaitement visible le soir.

L'affichage a été réalisé dans les gares d'Anvers (8), Gent St-Pieters (6), Brugge (2), Malines (2), Blankenberge (1) et Ostende (1).

Du 23 juin au 04 août 2020.

Gares françaises

Il semblait intéressant de privilégier les grosses gares françaises plutôt que de petites gares comme Hazebouck, Phalempin (...) desservies par certains réseaux d'affichage. Le choix final, en fonction des disponibilités et des budgets, s'est porté sur le réseau lillois avec les gares de Lille Flandres et Lille Europe ainsi qu'en gare de Valenciennes.

MOBISITE/2 LILLE + : 16/07 > 29/07

8 panneaux à Lille Flandres – 8 panneaux à Tourcoing – 5 panneaux à Roubaix – 8 panneaux à Lille Europe. Chaque panneau mesurait 2m² pour une audience par semaine de 266.715 personnes équivalent à 1.587.170 contacts visuels. On peut donc raisonnablement penser que les affiches ont été vues par 3.000.000 de voyageurs.



MOBISITE/2 VALENCIENNES : 06/08 > 19/08 (Valenciennes)

2 panneaux à Orchies et 13 panneaux à Valenciennes. Chaque panneau mesurait 2m² pour une audience par semaine de 29.337 personnes équivalent à 370.929 contacts visuels. On peut donc raisonnablement penser que les affiches ont été vues par 700.000 de voyageurs.

Insertion presse nord de la France



Pour faire la promotion de « Destination Mons » sur le marché français, visitMons a réalisé de la promotion dans le magazine numéro 1 dans le nord de la France, à savoir La Voix du Nord. Nous avons fait le choix de 2 éditions régionales : Maubeuge et Valenciennes les 11/07 et 25/07 et Maubeuge les 01/08, 08/08 et 14/08.

Publirédactionnel dans le magazine Metro NL

Pour faire la promotion de « Destination Mons » sur le marché flamand, visitMons a réalisé un publirédactionnel dans le journal métro en flandre. Cette action venant naturellement en complément de l'affichage dans les gares flamandes. La date du 3 juillet a été sélectionnée pour permettre de couvrir le début du mois de juillet et amorcer la campagne d'affichage.



Newsletters & e-mailings

Chaque semaine durant l'été, visitMons partage l'agenda de la semaine « Destination Mons » réalisé en collaboration avec la Ville de Mons.

Une newsletter spécifique est envoyée à 2 listes de distribution :

- la 1^{ère} comporte 8.450 abonnés issus du grand public
- la seconde comporte 179 abonnés qui sont des partenaires directs de visitMons comme des sites et musées ou des hébergements

Résultats

Newsletter du 02/07	
Abonnés	8.450
Taux d'ouverture	35,7%
Taux de clics uniques	4,9%
Abonnés	179
Taux d'ouverture	19,9%
Taux de clics uniques	4%
Newsletter du 08/07	
Abonnés	8.450
Taux d'ouverture	32,5%
Taux de clics uniques	4,2%
Abonnés	179
Taux d'ouverture	19,3%
Taux de clics uniques	0,6%
Newsletter du 13/07	
Abonnés	8.450
Taux d'ouverture	30,3%
Taux de clics uniques	3,8%
Abonnés	179
Taux d'ouverture	17,6%
Taux de clics uniques	1,1%
Newsletter du 20/07	
Abonnés	8.450
Taux d'ouverture	30,3%
Taux de clics uniques	3,8%
Abonnés	179
Taux d'ouverture	18,2%
Taux de clics uniques	1,1%

Newsletter du 27/07	
Abonnés	8.450
Taux d'ouverture	28%
Taux de clics uniques	2,9%
Newsletter du 27/07	
Abonnés	179
Taux d'ouverture	19,9%
Taux de clics uniques	4,5%
Newsletter du 03/08	
Abonnés	8.259
Taux d'ouverture	29,7%
Taux de clics uniques	3,2%
Abonnés	176
Taux d'ouverture	21%
Taux de clics uniques	2,8%
Newsletter du 10/08	
Abonnés	8.245
Taux d'ouverture	28,8%
Taux de clics uniques	3,1%
Abonnés	176
Taux d'ouverture	20%
Taux de clics uniques	2,3%
Newsletter du 14/08	
Abonnés	8.218
Taux d'ouverture	36,3%
Taux de clics uniques	2,9%
Abonnés	176
Taux d'ouverture	16%
Taux de clics uniques	2,3%

Le programme de l'été a également été diffusé en Flandre auprès de 99 contacts grand public. Ce mailing a eu un taux d'ouverture de 37% et un taux de clics de 8,2%.

Destination Mons sur la page Facebook de visitMons

Tous les événements du programme Destination Mons ont fait l'objet de posts et campagnes sur Facebook. La Maison du Tourisme de la Ville de Mons Asbl, partenaire privilégié de l'Office du Tourisme a par ailleurs couvert la campagne en s'entourant d'une agence de communication sur les réseaux sociaux qui a couvert l'été.

• **Période : 13 juillet – 6 septembre**

• Objectifs : accroître la visibilité de Visit Mons sur les réseaux sociaux + générer du trafic vers la région Mons – Borinage en tant que destination touristique durant l'été 2020.

• **Mentions J'aime la page**

• 06/07 – 06/09 : + 2 287 fans (+ 10,7%)

• Provenance des fans : Région montoise, Région bruxelloise, Tournai, Ath, Gand, Lille, Maubeuge, Valenciennes

• **Résultats de la Campagne « Tour du Mons »**

- Impressions : 7 533 894
- Personnes touchées : 1 173 867
- Répétition (estimation) : 6,4
- Clics uniques sur un lien : 33 760
- Clics sur un lien : 44 743
- Vues de page de destination : 18 827
- Coût par clic : 0,19€

Destination Mons sur la page Instagram de visitMons

Tous les événements du programme Destination Mons ont fait l'objet de direct sur Instagram avec des **nombreuses interactions** de la communauté, en particulier des blogueurs invités par visitMons ces 2 dernières années. Les publications ont par ailleurs été boostées dans le cadre du partenariat réalisé entre la Maison du Tourisme, partenaire de l'Office du Tourisme et l'agence Follow us (voir ci-dessus).

Bilan de Destination Mons

Au total, près de 65.000 personnes ont choisi de passer l'été à Mons et de profiter de la programmation estivale de « Destination Mons » qui a été revue en raison de la situation sanitaire. De nombreux touristes, de Belgique et d'ailleurs, n'ont pas hésité à se rendre à Mons pour découvrir l'exposition consacrée à Yann-Arthus Bertrand, explorer les Jardins Éphémères sur la Grand-Place, parcourir le circuit l'art habite la ville ou encore se prendre en photo devant la "parade" des éléphants.

Les chiffres de fréquentation de l'Office du Tourisme et de la boutique ont fait état de plus de 8.000 visiteurs durant l'été (6000 pour visitmons, 2000 pour la boutique) avec une belle progression des ventes de produits à destination des individuels (visites guidées le samedi, location de vélos, Monscard et pass Van Gogh).

Au niveau de la provenance des visiteurs, elle a été majoritairement nationale : 86% de belges (dont 74% de wallons) pour 14% d'étrangers (dont 50% de français, 13% de hollandais, 10% de britanniques et 4% d'allemands).

Côté musées, on a recensé près de 10.000 visiteurs cet été avec, comme trio de tête, le Beffroi (2.639 visiteurs), le BAM (2.305 visiteurs) et le MMM (1.623 visiteurs). L'exposition consacrée à Yann Arthus-Bertrand a clairement su trouver son public avec plus de 25.000 visiteurs en juillet et en août !

Enfin, le jardin éphémère sur la Grand Place et les jardins d'été sur la Place du Marché aux Herbes ont vu passer des dizaines de milliers de personnes (visiteurs et locaux) venus se délasser sur ces deux spots de détente, totalement gratuits.

Journées du Patrimoine 2020 – 12 & 13 septembre

THÈME : Patrimoine et Nature. Parcs, jardins, espaces verts et naturels

Avant la période de confinement, 17 projets relevant du territoire de la Maison du Tourisme de la Région de Mons sont parvenus au secrétariat des « Journées ».

En date du 28/05, Madame la ministre a décidé de maintenir l'événement moyennant le respect de certaines conditions liées au covid-19. Les nouvelles mesures imposées nécessitaient une révision en profondeur des projets (pas de visite guidée, pas d'animation de groupe, pas d'exposition...).

Le 11 juin, au vu des perspectives annoncées par le CNS, les visites guidées par groupe de 20 personnes étaient de nouveau autorisées dans le respect des règles sanitaires et uniquement sur réservation. Le secrétariat des « Journées » a fait appel aux services d'une agence extérieure pour gérer la participation du public aux Journées du Patrimoine (réservation obligatoire). Les critères sanitaires y étaient mis à jour et chaque visiteur recevait les informations nécessaires lors de sa réservation (port du masque, créneau horaire, maximum de personnes...).

Les organisateurs ont été invités à faire part de leur décision (annulation ou participation avec modification) pour le 18 juin. Dans un premier temps, il était prévu que le site des « Journées du Patrimoine dévoile le programme et ouvre les réservations obligatoires online dès le 17 août 2020, réservations finalement accessibles le 24/08.

Visitmons a coordonné les projets relevant de son territoire afin de réaliser un plan-programme à diffuser online et à imprimer à destination des visiteurs à l'accueil. Une vaste campagne online, notamment via les réseaux sociaux a été réalisée. Pour l'Office du Tourisme de la Ville de Mons, 9 projets ont été proposés au public.

<u>COMMUNE</u>	<u>PROJET</u>	<u>SAM. 12/09</u>	<u>DIM. 13/09</u>	<u>TOTAL</u>
Mons	CIRCUIT MONS ET SES ARBRES REMARQUABLES	63	67	130
Mons	CIRCUIT L'ART VÉGÉTAL DANS L'ARCHITECTURE....	40	37	77
Mons	YANN ARTHUS-BERTRAND/BEFFROI	157	167	324
Mons	YANN ARTHUS-BERTRAND/SALLE ST-GEORGES	148	166	314
Mons	MAISON LOSSEAU: L'ART NOUVEAU, UN ART VEGETAL?	0	0	0
Mons	LE MUNDANEUM	64	87	151
Hyon	LE MONT PANISEL: DE LA GLACIÈRE À L'ARBRE DE LA LIBERTÉ	0	20	20
Cuesmes	CARRIÈRES SOUTERRAINES DE LA MALOGNE	80	98	178
Spiennes	SILEX'S AU VERT	43	68	111
TOTAL		595	710	1.305

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.

Pack Noël 2020

Depuis quelques années, les opérateurs culturels et touristiques montois proposent un « pack cadeau culture » comprenant des places de spectacles, des entrées aux musées et un article cadeau, en vente durant les fêtes de fin d'années.

Depuis deux ans, nous en prenons en charge la gestion du produit.

Le pack a été mis en vente comme chaque année au prix de 30€ et comprenant :

- 1 spectacle de Mars (grille 15€)
- 1 entrée dans un des musées du Pôle Muséal
- 1 place pour une visite guidée pour individuels proposée par visitMons
- 1 cadeau surprise (un mug en céramique avec le blason + 1 cuillère chocolat)

Les créations graphiques du pack ont été réalisées par visitMons.

Ventes du pack Noël

Pour cette édition 2020, nous avons décidé de produire un nombre limité de packs : 100.

Les ventes ont été réalisées du 1^{er} décembre au 31 décembre 2020 avec pour seul point de vente : visitMons (en boutique et via le service de click & collect).

Malgré le contexte où le secteur culturel a dû fermer ses portes à plusieurs reprises, les clients ont été au rendez-vous car tous les packs ont été vendus.

2020	2019	2018	2017
100 packs	145 packs	57 packs	79 packs

Campagne de communication Mons Cœur en Neige



La Ville de Mons a fait de son marché de Noël un élément majeur de sa stratégie événementielle et un moteur de développement touristique et économique important. Ces dernières années, le marché de Noël "Mons, Cœur en Neige" a vu son affluence grimper à plus de 400.000 visiteurs avec indéniablement un nombre de visiteurs étrangers en hausse. Il faut dire que "Mons, Cœur en Neige" est régulièrement cité comme l'un des meilleurs marchés de Noël en Belgique que ce soit dans la presse belge ou dans la presse internationale.

Toutefois, en raison du contexte sanitaire, le traditionnel Marché de Noël, la patinoire et les animations n'ont pu être organisées. Malgré cela la Ville de Mons, la Gestion Centre Ville et le concepteur David Jeanmotte ont décidé de maintenir des décorations sur la Grand-Place et la Place du Marché aux Herbes en transformant le concept en « Jardins d'hiver ».

Ainsi, c'est une édition adaptée aux mesures sanitaires en vigueur qui a été proposée. Les décors féériques prévus pour « Mons Cœur en Neige » ont en effet été réinvestis pour donner naissance à un jardin d'hiver sur la Grand-Place. Des illuminations féériques, des sapins, des boules géantes ou encore un chalet alsacien ont permis à la magie de Noël d'envahir la Grand-Place mais aussi les artères commerçantes et les villages du Grand Mons.