

RURALITÉ

Carnet de tendances



Avec le soutien du Fonds européen de développement régional

Met steun van het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling

Colophon

Texte et composition : Westtoer, Office de Tourisme Destination Cœur de Flandre, Communauté de Communes des Hauts de Flandre, La Maison du Tourisme de la Wallonie picarde, Pas-de-Calais Tourisme

Rédaction : ComComCom

Traduction: ATI Traduction

Mise en page : Pigs in Space

Photos : Westtoer, Office de Tourisme Destination Cœur de Flandre, Communauté de Communes des Hauts de Flandre, La Maison du Tourisme de la Wallonie picarde, Pas-de-Calais Tourisme

Impression : Presse Flamande

Numéro de dépôt légal : WD/3029/2022/29

Editeur responsable : Westtoer apb

Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite et/ou rendue publique par impression, photocopie, microfilm ou de toute autre manière sans l'autorisation écrite préalable de l'éditeur.



Mot d'introduction

Le projet Ruralité dans le cadre du programme Interreg V est le fruit d'une collaboration entre 5 partenaires : le Westhoek, la Wallonie picarde, le Cœur de Flandre, les Hauts de Flandre et le Pas-de-Calais. L'objectif des actions au sein de ce projet est de mettre en avant ces régions rurales en tant que destinations innovantes, tant pour les visiteurs que pour les entrepreneurs du secteur touristique.

Pendant 4 ans, les partenaires ont été confrontés à un grand nombre d'idées, de tendances, de conseils... qui ont été compilés dans ce cahier. Ce cahier de tendances saura inspirer les entrepreneurs du secteur touristique, les responsables politiques et les visiteurs.

Notre société connaît des changements très importants et plusieurs nouvelles tendances émergent, qui influent également sur le secteur du tourisme. Les principales tendances ont été compilées, vous en découvrirez un aperçu succinct au chapitre 1.

Les visiteurs se rendent spécifiquement dans nos régions rurales car ils recherchent ce que les villes ne peuvent leur offrir : le calme, le retour à la nature, le « slow » tourisme, les rencontres intergénérationnelles... Vous trouverez au chapitre 2 quelques exemples qui vous inspireront en tant qu'entrepreneur et vous aideront à répondre à ces tendances.

Au cours du projet, de nombreux entrepreneurs ont bénéficié de l'accompagnement d'experts, et ce sur divers thèmes : du marketing au storytelling, en passant par l'agencement de magasin, le management, les réservations en ligne et la vente, ou encore l'aménagement intérieur, la gestion du rendement, etc. Au chapitre 3, nous partageons avec vous des astuces et conseils intéressants.

Pour les gourmets parmi nous, nous avons demandé à des chefs de nos régions de partager leurs plats signatures, concoctés avec de savoureux produits régionaux transfrontaliers. Leurs recettes, conseils et accords mets-vins vous attendent au 4e chapitre.

Pour finir, vous trouverez un aperçu des principaux résultats et des conclusions importantes du projet dans le dernier chapitre, avec un regard ouvert sur l'avenir.

Laissez-vous inspirer et lancez-vous grâce aux exemples et conseils adaptés à votre activité !

Je vous souhaite déjà une excellente lecture !

Députée chargée du tourisme pour la Province de Flandre occidentale - Présidente de Westtoer

Sabien Lahaye-Battheu

CHAPITRE 1

Tendances



Introduction

Dans une société en permanente mutation, accélérée depuis 2020 par la crise sanitaire qui pèse profondément sur nos vies et plus particulièrement sur l'activité touristique, un certain nombre de tendances¹ se profilent ou se confirment pour les prochaines années.

Dans ce chapitre, nous approfondirons certaines de ces tendances et examinerons leurs implications et leur potentiel pour le secteur touristique. À l'heure qu'il est, il n'est pas encore possible d'estimer l'impact de la nouvelle crise liée à la flambée des prix de l'énergie et à la baisse du pouvoir d'achat partout en Europe, ou bien encore de l'été exceptionnellement chaud et sec que l'Europe a connu en 2022. Les touristes changeront-ils leurs habitudes et privilégieront-ils les destinations en Europe du Nord ? La haute saison des lieux touristiques se déplacera-t-elle au printemps ou à l'automne ? Les prix du carburant inciteront-ils les touristes à voyager moins loin en prenant leur voiture ? L'avenir nous le dira.

Il est frappant de constater que certaines tendances déclenchent également une contre-tendance. Enfin, notons que certaines tendances se chevauchent et que certains produits ou services (touristiques) nouveaux peuvent répondre à différentes tendances, par exemple la durabilité et la santé.

Les cinq tendances que nous aborderons plus en détails dans les pages suivantes sont :

- **La suprématie du numérique**
- **La sécurité sanitaire**
- **Le repli domestique**
- **Le tourisme durable**
- **L'individualisation**

¹ Tendances révélées dans des études et sondages menées auprès de la population et tendances observées par des observateurs de tendances (inter)nationaux et Toerisme Vlaanderen.

1. SUPRÉMATIE NUMÉRIQUE

l'accélération d'une tendance émergente avant la crise sanitaire

Le numérique avait déjà entamé sa conquête du monde bien avant la crise sanitaire, mais cette tendance s'est accélérée au cours des deux dernières années. Il suffit de penser à l'enseignement en distanciel et au télétravail.

Pour le secteur du tourisme, il s'agit **d'adapter l'offre à la nouvelle demande** :

- développer les visites virtuelles, avec hologrammes...
- digitaliser la gestion de la relation client : réservation en ligne, gestion des flux, développement des conversations en ligne...
- parcours client dématérialisés, cashless...
- nouveaux publics conquis par l'expérience digitale

Les **réseaux sociaux** font également partie de cette révolution numérique et offrent à ce titre des opportunités, notamment en termes de promotion des régions, des attractions

touristiques et des établissements de restauration. Par exemple, les **influenceurs** partagent leurs voyages via les réseaux sociaux et inspirent ainsi leurs followers. L'industrie du tourisme fait également appel à ces influenceurs pour promouvoir les destinations de voyage.

Les réseaux sociaux font également partie de cette révolution numérique

Les préoccupations concernant la **protection de la vie privée** sont inextricablement liées à la révolution numérique. Les données personnelles collectées par le secteur touristique doivent dans tous les cas être abordées avec précaution.





L'ubiquité numérique et le fait d'être constamment en ligne créent également un **contre-mouvement**. Certains touristes profitent de leurs vacances pour une **détox numérique**. Certaines destinations sont tellement éloignées qu'il n'y a pas de réseau mobile ou de connexion Internet. Ces destinations accentuent même cet isolement et attirent des touristes en quête de **déconnexion** du reste du monde. Des métropoles comme Londres proposent des « endroits silencieux » sur leur territoire, le Digital Detox package de l'hôtel The Westin Dublin incite ses visiteurs à se départir de leurs appareils pour se livrer entièrement à la relaxation, le forfait « Be Unplugged » du Quincy Hotel de Washington inclut notamment le guide de poche City Walks, pour faire des visites autoguidées à pied sans son téléphone intelligent et un carnet de voyage qui sert à tenir un journal de son séjour, à s'exprimer à l'écrit et à se vider l'esprit.



A
EPTION
ENING
MES
- 23.00



Enfin, le numérique a également donné lieu à l'émergence de **l'économie de plateforme**, modèle économique qui fonctionne par l'intermédiaire de plateformes collaboratives numériques. Des indépendants fournissent des services spécifiques à des clients par le biais de ces plateformes, qui auto-régulent offre et demande. Uber et Airbnb sont des exemples d'acteurs de l'économie de plateforme. La « **gig economy** » est l'une des

Des indépendants fournissent des services spécifiques

déclinaisons de l'économie de plateforme : elle se compose de plateformes en ligne qui proposent des emplois ou des projets pour lesquels les freelances peuvent postuler. Ces freelances ont des motivations différentes : ils veulent retrouver un

emploi après une longue période de chômage, ils recherchent un bon équilibre entre vie professionnelle et vie privée, ils veulent tester leur projet et voir s'ils peuvent faire de leur passion une profession à part entière... Entre 2000 et 2015, le nombre de « gig » – travailleurs dans l'Union européenne a doublé.

Les **employés du secteur du tourisme** travaillent déjà de manière très **flexible**. Les cafés, restaurants et hôtels travaillent souvent avec du personnel temporaire, des employés à temps partiel ou des emplois flexibles. Bien que cette flexibilité soit indispensable pour pouvoir offrir un bon service personnalisé, elle est de moins en moins évidente. Beaucoup d'établissements du « hospitality business » ont aujourd'hui du mal à trouver du personnel, qui préfère les horaires fixes, moins de travail pendant le week-end...

L'émergence de l'économie de plateforme a également eu un impact majeur sur le tourisme à d'autres égards.

Airbnb et Uber, par exemple, sont particulièrement populaires auprès des voyageurs. Les prestataires traditionnels – hôtels, chambres d'hôtes, chauffeurs de taxi... – en ont fait l'expérience.

La flexibilité est indispensable pour un service personnalisé

La qualité de vie de certaines villes touristiques en a même été affectée. Certains propriétaires dans ces villes ont remarqué qu'ils pouvaient gagner plus d'argent s'ils répertoriaient leurs propriétés via Airbnb. En conséquence, l'acquisition d'une maison dans une ville devient inaccessible pour la population locale. Un constat qui inspire certaines municipalités à envisager une « **détouristification** » de leurs villes ou à canaliser les flux de touristes vers des lieux moins connus à l'écart du centre-ville.

2. SÉCURITÉ SANITAIRE

l'enjeu de la sécurité sanitaire : clé de la mobilité touristique à court terme

L'introduction d'une garantie sanitaire et de labels, l'émergence des moyens de transport individuel au détriment des transports en commun, les destinations/saisons à faible densité touristique, la staycation et coronacation... ne sont que quelques exemples de changements dans nos habitudes à la suite de la crise sanitaire.

Le touriste a perdu une partie de sa spontanéité et à l'avenir, il faudra **rassurer le client pour déclencher le séjour** :

- gérer et limiter les flux/garantir la fluidité des files d'attentes/rendre attractif les sites dits secondaires
- développer la gestion et le parcours client dématérialisé/travailler l'ultra dernière minute
- protocoles sanitaires/labels/kits/formations
- garantir transparence et flexibilité : créer une page info COVID et revoir les politiques d'annulation

Ce désir de **transparence** s'applique également à l'**alimentation** : les consommateurs veulent savoir d'où viennent les produits, connaître leur processus de fabrication, etc. Et cette tendance ne fera que se renforcer. De plus en plus de personnes cherchent à **réduire le risque de maladie** à travers leur alimentation.

Les cultures française et belge associent particulièrement le bien manger au plaisir et à la convivialité. Un repas équilibré et diversifié suffisait à assurer les conditions d'une bonne hygiène alimentaire. Dans un contexte de vieillissement de la population, la prise en compte du bien-être personnel devient primordial et **le rôle de l'alimentation dans la prévention du vieillissement** est aujourd'hui considéré comme important.

Les **préférences personnelles et allergies** (alimentaires) doivent également être prises en compte dans une approche orientée client : la demande de repas sans gluten, sans lactose, végétariens, végétaliens et biologiques ne cesse d'augmenter.

La prise en compte du bien-être personnel devient primordial

Impact pour la restauration :

- Proposer des produits « bons pour la santé » : diététiques, moins sucrés – salés – gras..., produits « sans »
- Proposition de menus ayant des objectifs santé spécifiques et personnalisés : détox, sportif...

3. REPLI DOMESTIQUE

Un nouveau rapport au temps et à l'espace

Les restrictions de voyage nous ont fait **redécouvrir notre propre région**, notre ville, notre quartier et même notre propre maison (avec ou sans jardin).

La tendance au **tourisme de proximité** est un fait et a de nombreuses déclinaisons :

- micro-aventure – le voyage commence en bas de chez soi
- itinérance, bivouac, dépaysement
- digital – nouveau public conquis par l'expérience digitale et le voyage virtuel

Ajoutons toutefois qu'après la réouverture des frontières et la levée des restrictions de voyage, on a vu chez certains une **envie de voyager, de déconfiner, de s'échapper...** et donc un **retour en force des départs à l'étranger**.

La **flambée des prix de l'essence** aura donc sans nul doute une influence sur les destinations de vacances, incitant les touristes à rouler moins loin.



4. TENDANCE DURABLE

Des revendications éco-responsables renforcées

Consommer plus responsable et engagé, consommer local, diminuer son empreinte carbone, voyager moins mais mieux, la déconsommation... sont autant d'expressions d'un souci de durabilité.

L'Observatoire Société & Consommation distingue 3 types de consommateurs responsables :

- Les « éco-responsables » altruistes, prêts à sacrifier leurs propres besoins pour protéger l'environnement.
- Les « climato-natifs » qui sont relativement radicaux en mettant en avant une vie saine et épanouie respectant la nature.
- Les « éco-hipsters » eux s'efforcent de consommer de façon responsable. Mais dans les faits, ils ont des difficultés pour aller jusqu'au

bout de leur démarche car ils ont un penchant pour la consommation de masse trop important.

Force est de constater que **deux tendances se contredisent**. L'année 2020, connaissant des difficultés économiques, a encouragé les consommateurs à traquer **les prix les plus faibles**. Ce facteur est devenu un nouveau critère de choix incontournable – renforcé encore par la nouvelle crise énergétique qui touche le pouvoir d'achat des consommateurs. Mais paradoxalement, ces mêmes consommateurs aspirent à **une consommation responsable qui n'est pas abordable pour tous**.





Consommer local
et diminuer
l'empreinte carbone

Autre exemple de deux tendances qui semblent se contredire :
l'émergence du « slow tourism » d'une part – offres écologiques, circuits courts, mobilité durable (p.ex. trains de nuit), offre éthique et sociale... – et la **société accélérée** de l'autre.

Le monde se vit donc à deux vitesses : en accéléré d'une part ou en mode slow life selon les moments ... Les touristes sont de plus en plus nombreux à opter pour des vacances plus lentes et plus conscientes, le « slow tourism ». Plutôt que de se presser d'un "piège" à touristes à l'autre, ils recherchent une expérience plus profonde et authentique du lieu où ils séjournent. Ils prennent le temps de découvrir l'histoire et la culture locales et d'apprendre à connaître la population locale.

Face à ce désir de ralentissement, il est indéniable **que notre attention s'effrite**, nous courrons de plus en plus après le temps ... Pour ne pas perdre une minute de temps libre, nombreux sont ceux qui regardent leur film ou série préférée en accéléré. Netflix propose ainsi le « speed watching ». Même les podcasts peuvent aujourd'hui être écoutés à une allure plus rapide.

Le **besoin d'immédiateté** avec l'exigence de la part du consommateur d'un accès rapide à un produit ou à un service est un autre exemple de cette société accélérée où il n'y a pas de temps à perdre.

5. INDIVIDUALISATION

Du « me-time » au boum des célibataires

Au cours des dernières décennies, l'individu et son droit aux choix personnels ont pris une place centrale dans le monde occidental. Cette vision de la relation entre la société et l'individu s'étend désormais aussi à d'autres continents.

Cette individualisation est également perceptible dans le tourisme. Le touriste qui organise ses vacances attend une **grande liberté de choix** et souhaite un **programme adapté à ses préférences personnelles**. Dès lors, de bons conseils fiables sur les hébergements, les destinations et les activités sont cruciaux.

Le « **selfness** » est une autre expression de cette individualisation : les vacances deviennent une **période pour investir** en soi. D'où la popularité des voyages proposant des activités qui favorisent le bien-être mental et émotionnel, telles que de longues randonnées en solitaire, mais aussi le coaching

mental ou la participation à des projets qui améliorent la vie des populations locales défavorisées.

Le « **singles boom** » ou boum des célibataires est également mis en rapport

De plus en plus
de personnes
voyagent seules

avec l'émergence du voyageur individuel. La proportion de célibataires dans la population augmente partout dans le monde. Dans l'UE, cette augmentation concerne principalement les personnes dans la vingtaine, les personnes divorcées âgées de 30 à 50 ans et les femmes de plus de 75 ans.

De plus en plus de personnes voyagent seules. Le secteur du tourisme peut y répondre en proposant des prix adaptés aux voyageurs en solo.

Notons que les besoins des voyageurs en solo peuvent varier considérablement. Certains aiment voyager seuls parce qu'ils apprécient la flexibilité, alors que d'autres recherchent justement des contacts sociaux.

Un autre exemple de l'individualisation est le **nomadisme** qui touche désormais tous les pans de notre quotidien, tant personnels que professionnels. Ainsi, **le véhicule devient le nouveau chez soi**, avec la tendance des **road trips** en van. Cette nouvelle mouvance répond à la fois à l'envie de liberté et au besoin de sécurité, en ne se mêlant pas à la foule.

Exemples inspirants





Introduction

Dans ce deuxième chapitre, nous vous proposons des sources d'inspiration pour de nouveaux concepts. Nos régions rurales offrent de nombreux atouts : nous avons des panoramas fantastiques, le calme et le silence, la nature, les nombreuses pistes cyclables et de magnifiques sentiers de randonnée, notre gastronomie régionale... Nous expliquons diverses tendances en ajoutant de temps à autre des exemples qui peuvent constituer une source d'inspiration lors de l'élaboration et du

développement de concepts nouveaux ou remaniés. Souvent, de nouveaux concepts peuvent voir le jour en examinant de plus près votre propre offre (que peut-on encore mettre en œuvre). Parfois, cela peut se faire simplement en s'associant avec d'autres entrepreneurs. Dans tous les cas votre concept doit se penser pour répondre aux attentes des visiteurs. Proposez des concepts innovants, commercialisez-les et demandez à vos offices du tourisme et aux partenaires de ce projet de vous aider à les promouvoir.

FOODCATIONS

Le terme « foodcation » désigne un nouveau concept de voyage d'agrément, dont le but est de découvrir la culture locale à travers sa gastronomie. Il s'agit de plaisir culinaire, d'expériences culinaires, de découvertes culinaires... Un chef ou un sommelier à domicile en est un excellent exemple, que vous pourrez peut-être appliquer dans vos hébergements.

« Chef à domicile » (dans votre maison de vacances) et « Sommelier à domicile » (dans votre maison de vacances)

Quel est le principe ?

Lors de la réservation d'une maison de vacances, vous recevez, après confirmation, un e-mail de l'exploitant de la maison de vacances. Vous y trouverez des conseils sur les activités et les événements auxquels vous pouvez participer lors de votre séjour. Les « Chefs à domicile » et

« Sommeliers à domicile » sont également ajoutés à la liste. Si vous êtes intéressé(e), faites-le savoir à l'exploitant de votre maison de vacances qui informera les chefs/sommeliers sélectionnés. Les arrangements (formule, date, menu...) entre le client et le chef/sommelier se feront ensuite en direct.

En quoi cela consiste-t-il ?

Le chef se rend dans votre maison de vacances et apporte tous les produits régionaux nécessaires. En tant que groupe, vous pouvez (mais ne devez pas) cuisiner avec le chef. Pendant la préparation du repas, il vous prodiguera de nombreux conseils sur les méthodes de préparation, le mariage des produits, vous recevrez également des conseils sur le « foodpairing » (ce qu'il faut boire avec les plats), vous entendrez parler des producteurs régionaux ou fermiers auxquels vous pouvez rendre visite... Et cerise sur le gâteau, vous dégusterez un savoureux repas.

Avec la formule « Sommelier à domicile », un véritable sommelier vous rendra visite dans votre logement de vacances. Il ou elle vous fera déguster les différents vins de la région, vous donnera des informations sur les vins, vous indiquera les domaines viticoles à visiter, vous prodiguera des conseils de « foodpairing » pour savoir quel vin se marie avec quels plats... Pour les amateurs de bière, le concept peut être complété par des zythologues. La visite d'un domaine viticole ou d'une brasserie, d'une ferme de cueillette ou d'un magasin local... tout est possible.

Balades gourmandes à pied et à vélo

Les balades gourmandes à pied et à vélo par les chemins de campagne, de ferme en ferme avec dégustation de l'apéritif, l'entrée, le plat, le fromage et le dessert issus des productions locales sont un autre exemple des « foodcations ».

La convivialité de la balade gourmande en a fait son succès !

Une randonnée gourmande est l'occasion de découvrir une région et ses spécialités gastronomiques. À pied ou à vélo, la balade gourmande est souvent adaptée aux familles et à tous les niveaux, des débutants aux sportifs les plus confirmés. Les produits de terroir sont valorisés à travers des dégustations proposées à chaque étape de la balade, de l'apéritif au dessert, ou des visites organisées directement chez le producteur. Le partage de savoir-faire amplifie encore le plaisir de la dégustation. Les itinéraires sont en effet pensés pour traverser les plus beaux coins de notre région rurale, en apprécier ses particularités en termes de cultures agricoles ou savoir-faire local et ses traditions.

DES VACANCES SOUS LE SIGNE DES EXPÉRIENCES

Nos régions rurales ont énormément à offrir aux familles ou aux groupes qui souhaitent passer leurs vacances dans la nature mais en profitant d'une expérience supplémentaire. De l'hébergement aux activités, les opportunités ne manquent pas pour enrichir l'expérience.

Hébergement pour des vacances en milieu rural

Bien sûr, tout commence par le choix d'un hébergement en pleine nature ou dans un lieu insolite :

- cabanes dans les arbres
- tentes de glamping
- pods
- cottages sur un domaine viticole
- une chambre à la ferme
- un chalet basique sans électricité...

Outre le choix de l'hébergement, diverses activités viennent compléter cette expérience unique. Et il peut s'agir d'une activité plutôt aventureuse ou totalement zen :

Activités pour des vacances actives :

- des fermes où vous pouvez donner un coup de main : s'occuper des animaux, traire les vaches, cueillir des légumes, des fruits ou des fleurs...
- cueillir des raisins dans un domaine viticole
- participer à la culture du houblon dans une houblonnière
- des ateliers : préparer de la confiture avec les fruits que vous avez cueillis, suivre un cours de base sur le brassage de la bière, fabriquer sa propre laine de mouton, participer à un atelier de poterie, apprendre à faire son propre pain...

Expériences pour les amateurs de calme et de tranquillité :

- forfaits bien-être avec massages
- possibilités de spa
- séances de yoga au milieu de la forêt
- un séjour de pleine conscience avec différentes sessions pour se déconnecter du monde extérieur : mettre de côté le téléphone portable, l'ordinateur portable et profiter des paysages, du silence...

Ce qui nous amène à l'autre tendance majeure : le « slow tourism ». Nous en donnons quelques exemples ci-dessous.



SLOW TOURISM

De quoi s'agit-il ?

Si on devait le définir, on pourrait dire que c'est l'art de voyager tout en prenant son temps, de s'imprégner pleinement de la nature qui nous entoure et de la richesse du patrimoine. Concept pas si récent, le slow tourism englobe toutes les parties du voyage. Véritable déconnexion ou lâcher prise, il s'agit de prendre du temps pour soi, de (re)découvrir le bien vivre en allant à la rencontre des populations locales, Mais c'est surtout privilégier les destinations proches et les moyens de transports doux, moins polluants comme le train, le bus ou le vélo.

Le « slow traveler » aime l'improvisation et l'expérience originale. Dans sa quête de découverte il accepte les changements ou les imprévus, il adapte son voyage au gré de ses rencontres, ce qui lui donne un sentiment d'autonomie, voire de liberté et l'impression d'être unique.



Le Westhoek lance la tendance avec « Unplugged » : Unplug, Débranchez !

Se déconnecter, se détendre, ralentir, prendre le temps. Quel que soit le nom que vous donnez à cette tendance, le fait est que rien n'apporte autant de joie que de faire une pause et de s'ôter toute obligation. Pas de boîtes à tartines à remplir, pas de factures à payer, pas de lave-vaisselle à vider. Quelques jours pour penser à soi et se concentrer sur soi. Aucune obligation, uniquement des possibilités. Simplement être vous-même et faire exactement ce dont vous avez envie, ce dont vous ressentez le besoin. Avec Unplug, nous amenons les visiteurs à certains endroits du Westhoek qui permettent de se détendre et de ralentir, tant dans les espaces publics que chez les entrepreneurs privés. Les adresses d'hébergement soigneusement sélectionnées constituent le point de départ idéal pour appuyer sur le bouton pause. Elles proposent des activités variées et relaxantes (marche en pleine conscience, yoga, tour en bateau, sentiers du silence...) qui peuvent favoriser la détente.

Chaque lieu Unplug vous encourage à prendre le temps et à profiter pleinement de votre propre compagnie. Il s'agit de vraiment se ressourcer et de rentrer chez soi la tête

vide et le cœur plein. Vous pouvez également y associer de beaux itinéraires de randonnée ou de cyclisme qui vous permettront d'admirer les magnifiques paysages de la région. Les clients réservent directement auprès de l'exploitant de l'hébergement. Les activités dépendent de l'hébergement - chacun a élaboré une offre individuelle.

Slow Food

En Wallonie picarde, la commune de Silly est connue pour son implication envers ses producteurs locaux notamment à travers le convivium Slow Food qui prône le temps de vivre et de consommer, le respect des produits et des producteurs locaux et qui privilégie les produits sains et de saison. De nombreuses actions sont organisées tout au long de l'année pour valoriser cette philosophie de vie.

Accueil vélo

Les vacances à vélo s'inscrivent parfaitement dans la philosophie du « slow tourism ». Parallèlement, plusieurs acteurs proposent des services supplémentaires pour optimiser le confort et la sécurité des cyclistes. C'est également la démarche du label « Accueil Vélo » (en France) / « Bienvenue Vélo » (en Wallonie).

L'avantage de ce label est qu'il peut être porté aussi bien par les hébergeurs, les restaurateurs... que par les prestataires touristiques ou culturels. Leur plus-value : des services

adaptés aux cyclotouristes (abri vélo, kit de réparation, informations touristiques, lessive, transfert de bagage...). On peut d'ailleurs constater l'apparition de nouvelles entreprises comme les conciergeries qui proposent aux visiteurs :

- un local sécurisé pour déposer son vélo sur un temps donné comme à l'Office de Tourisme de Redon qui propose ce service aux voyageurs ;
- le gardiennage des bagages au sein d'un réseau de commerçants, restaurateurs ou hébergeurs partenaires référencés sur un site avec réservation en ligne, comme avec le réseau collaboratif « NannyBag » ;
- le transport des bagages des randonneurs d'un hébergement à un autre, d'une étape à l'autre comme avec « la malle postale », « Transbagages » ou bien encore « Morbihan rando services » ;
- certains vont même plus loin en proposant également le transfert des vélos comme sur le canal ralliant Nantes à Brest. Fatigue, retour au point de départ, avancée sur le trajet, autant de raisons d'utiliser ce service qui prend en charge les bagages, les personnes et les vélos.

L'objectif de ces nouveaux services : permettre aux voyageurs de se déplacer librement, sans entrave, de découvrir la destination et de profiter pleinement de son expérience à vivre.

ÉCOTOURISME

L'écotourisme a aussi clairement le vent en poupe. Les exemples ci-dessous illustrent le potentiel de cette nouvelle forme de tourisme.

Your Nature

Au cœur de la Wallonie, sur le Domaine des Bois de Péronnes (à Antoing), Your Nature est un éco-resort d'une nouvelle génération qui a ouvert ses portes en juin 2022. Sur 280 hectares de lacs et de forêts entièrement préservés, 193 maisons de vacances exclusives ont vu le jour pour créer une nouvelle expérience de loisirs entièrement centrée sur la nature. Your Nature se veut un projet local, durable et économiquement responsable : des maisons 100% bois, une énergie 100% verte, une mobilité 100% douce, et des activités guidées par la nature.

Your Nature est destiné à une clientèle en quête de ressourcement et privilégie une cuisine gourmande, équilibrée et naturelle à partir de produits de qualité et de saison. Ils sont issus de leur réseau de partenaires et d'artisans reconnus, mais également cultivés et récoltés sur leurs propres terres.

Your Nature propose de nombreuses activités outdoor à travers la promotion des sentiers de balades piétons et cyclables, et la location de vélos ou de trottinettes pour partir à la découverte du Grand Large et de la région.





Pairi Daiza

Pairi Daiza est bien plus qu'un zoo. À côté du rôle pédagogique consistant à montrer au public les merveilles de la biodiversité et à le sensibiliser à sa conservation, la Pairi Daiza Foundation, souhaite aller plus loin en rendant à la nature ce qu'elle nous a confié et ce, à travers différents programmes pour assurer la protection et la gestion des sites naturels ; protéger, conserver et réhabiliter des habitats ; réintroduire des espèces animales et végétales dans leur biotope d'origine ; et enfin, soutenir la recherche scientifique.

Avec ses nouveaux logements inaugurés en juin 2019, Pairi Daiza développe une offre immersive avec des séjours au cœur du parc. Une nouvelle stratégie qui met l'expérience du visiteur, au plus près des animaux, au cœur de sa stratégie de développement.

Son offre culinaire mélange les cuisines du monde dans un souci d'authenticité. La bière de Cambron - Blonde, Blanche, Brune, et Cerise - est produite sur place, selon la recette ancestrale. Le brassage est sous la direction des spécialistes de la brasserie hennuyère Dubuisson, qui est reconnue mondialement.

Ecoland

Considéré comme un parc nouvelle génération, il a pour but de sensibiliser le public aux modes de vie résilients de manière fun et ludique au travers de différentes activités. C'est un espace où l'homme et la nature se développent en harmonie. Une philosophie de vie alternative, plus respectueuse de la planète et de ses habitants.

Construit à Paluel, village situé au sud d'Arras, sur le site d'un ancien camping qui ne répondait plus aux attentes de la clientèle.

En plus d'hébergements plus insolites les uns que les autres (un conteneur maritime aménagé, une tiny house, un tipi, une yourte, une bulle wigwam, une kerterre (logement d'origine bretonne), 15 parcelles pour tentes, caravanes et camping-cars, une micro-ferme), Ecoland propose aussi tout un éventail d'activités :

- des visites du site Ecoland (mini-ferme, jardin en permaculture, logements insolites et éco-responsable)

- pour les plus jeunes, des activités telles que l'apprenti fermier, la création de doudous en laine de mouton, le rallye des plantes ou encore un éco-lanta.
- des chantiers participatifs et expérimentaux comme la création d'un poulailler en torchis ou d'un séchoir solaire entre autres. Des concerts ont également lieu régulièrement avec des intervenants de la région.
- des séminaires d'entreprises qui s'initient à l'écoconstruction ou autre activité autour de l'éco-responsabilité.
- des activités sportives sont également disponibles : location de vélos et d'une barque pour profiter des marais de Palluel situé en face d'Ecoland. Aussi, plusieurs parcours de randonnées sont disponibles à proximité du site.

Ecoland est un lieu unique où vivre ses vacances c'est aussi être en phase avec la nature !

INSPIRATION

MULTI-ACTIVITÉS ET MULTIGÉNÉRATIONNEL

À la croisée des tendances du tourisme local, tourisme durable, slow tourism... de plus en plus d'entrepreneurs ruraux (fermes, épiceries, brasseries, hébergeurs...) développent leur activité en proposant des multi-services en plus et en lien avec leur activité principale. Prenons l'exemple des fermes multi-activités qui combinent activités agricoles (élevage, fabrication de fromages, maraîchage...) et activités non-agricoles (magasins, visites, ateliers pédagogiques, événements culturels, campings, hébergements insolites, activités de loisirs...). Cette diversification leur permet de faire découvrir les métiers de la ferme, de sensibiliser les publics à l'achat de produits en circuit-court en rapprochant les consommateurs des producteurs, à la fabrication artisanale, à une agriculture respectueuse de l'environnement... mais aussi d'accroître leurs revenus. De plus, tous les membres et générations de la famille peuvent s'y retrouver et partager un agréable moment ensemble.

Ferme familiale Beun à Sainte-Marie-Cappel au pied du Mont Cassel

Une ferme d'élevage de chèvres et de bovins et de maraîchage qui s'est développée au fil du temps et des

générations, vers la production de fromages et plus récemment de glaces au lait de brebis, la vente en boutique de leurs produits, ceux du territoire et de la région, la visite de la chèvrerie aux moments de la traite et de la fabrication de fromages... Nouveauté et originalité depuis l'été 2022, la création d'un escape game estival dans un labyrinthe de maïs, où les visites en famille retrouvent également des jeux de société géants, un parcours de karts à pédales... et de quoi se poser pour un pique-nique ou un goûter avec des produits locaux et de la ferme.

Épicerie Bar des Bio Monts à Berthen

Sophie Béckary a construit un bâtiment en bois pour y installer une épicerie de produits bio et de produits locaux, alimentaires et artisanaux, dans laquelle elle sert aussi des plats cuisinés maison avec des produits de saison, dans l'espace restaurant/salon de thé ou en terrasse. Un espace de jeux extérieurs pour enfants et un terrain de pétanque permettent de combler toute la famille et les amis pour un moment convivial, dans un environnement calme. L'endroit est aussi labellisé « Accueil vélo », il se situe sur les réseaux points-nœuds vélo et pédestre et sur le parcours de balade avec un âne.

Les conseils et bonnes pratiques issus du parcours de coaching



1. PARCOURS D'ACCOMPAGNEMENT POUR LES RESTAURATEURS

Introduction

Trois sessions de coaching ont été organisées tout au long du projet :

- un programme d'accompagnement à l'attention des **restaurateurs** visant à mettre à la carte des produits issus des circuits courts et à approfondir d'autres thèmes pertinents comme **le marketing et la gestion** ;
- un programme d'accompagnement pour **les producteurs régionaux et fermiers consacré** au « **storytelling** », à **l'emballage et à l'agencement des magasins** ;
- un parcours d'accompagnement destiné à **tous les acteurs du secteur du tourisme**, des restaurants aux producteurs, des fournisseurs d'hébergement aux Offices du tourisme et des musées aux attractions. Les thèmes suivants ont été abordés : **l'aménagement intérieur, la rentabilité, la stratégie commerciale, la réservation et la vente en ligne et enfin, le design commercial**

Dans ce chapitre, nous résumons les conseils prodigués par les différents experts et coaches lors des accompagnements collectifs et individuels tout au long du projet. Nous sommes convaincus que toute personne active dans le secteur peut s'en inspirer et appliquer les « meilleures pratiques » des autres acteurs ou des autres régions à ses propres activités.

**Pour consulter l'intégralité des présentations,
n'hésitez pas à vous rendre sur le site www.interreg-ruralite.eu**



COACHING CULINAIRE

par **Bert Recour**

Ne proposez pas une carte trop étendue

Limitez l'offre et travaillez avec des produits frais. Assurez une alternance suffisante (par exemple, toutes les 6 semaines) ou travaillez avec des suggestions.

Utilisez des produits régionaux

Les clients associeront ainsi votre établissement à une région. Lorsqu'ils visiteront cette région, ils penseront automatiquement à votre établissement.

Faites du plat que vous préférez votre plat signature

Pour cela, choisissez un ingrédient principal qui est disponible toute l'année. Si nécessaire, changez les garnitures en fonction des saisons. Ce plat deviendra votre « marque de fabrique ».

Évitez le stress en cuisine

Être moins stressé s'avère bénéfique pour vos clients, votre personnel et pour vous-même.

Réalisez vos sauces à base d'œufs à l'aide d'un siphon.

Ainsi, vous utilisez moins d'œufs et la sauce reste parfaite et savoureuse pendant toute la durée du service.

Cuisez la viande à l'avance en recourant à de nouvelles techniques

La viande est ainsi beaucoup plus tendre et se conserve bien plus longtemps.

Cuisez vos légumes sous vide par portion

Cette technique permet de les conserver beaucoup plus longtemps et de sublimer leur saveur, tandis que vous pouvez vous concentrer sur d'autres aspects du service. En outre, vous gardez une meilleure vue d'ensemble de votre stock.

Les allergènes ne sont pas une punition, mais une vitrine pour votre établissement

Créez des recettes ou des plats adaptés aux besoins actuels, par exemple un plat végétalien, un dessert sans sucre, sans gluten, sans lactose...



COACH CULINAIRE
Bert Recour

Limitez l'offre et travaillez avec des produits frais

MARKETING

par **Koen Hardeman**

Economie circulaire

Réfléchissez à la manière de transformer vos « déchets » en ingrédients. Vous pouvez par exemple utiliser les restes de vin pour faire votre propre vermouth maison.

Entrepreneuriat écologique

Montrez à vos clients qu'en votre qualité d'entrepreneur, vous pensez déjà à l'avenir. Communiquez les mesures écologiques que vous avez déjà prises.

Expérience

Faites participer vos hôtes à votre entreprise, par exemple en recueillant des astuces et des conseils concernant la musique, l'intérieur, les événements...

Numérisation

En numérisant votre menu, par exemple, vous pouvez gagner du temps et de l'argent. Pensez également aux autres éléments que vous pouvez automatiser ou numériser (comme le système de réservation).

Partenariats

Communiquez à propos de vos fournisseurs et même sur vos confrères du secteur.

Image sympathique

Communiquez sur vos initiatives de collecte de fonds.

Identité unique (propre)

Quelle que soit votre activité, assurez-vous qu'elle est unique, qu'elle correspond à votre personnalité, qu'elle vous passionne...



COACH MARKETING
Koen Hardeman

LA GESTION

par **Olivier Willaert**

Le temps, encore le temps, toujours le temps

Considérez la gestion comme la recette du succès. Prenez le temps de « cuisiner » à votre bureau. Veillez à une bonne gestion du temps !

Mesurer, c'est savoir

Les données sont la clé du succès. Votre caisse sait ce que vous vendez. Maintenant, reliez cette information aux personnes à qui vous vendez, au moment où vous vendez ce produit, etc. et exploitez ces données.

La force de votre concept

Déterminez non seulement ce que vous faites dans votre entreprise, mais aussi

ce que vous **ne faites pas**. Quels services ne concernent pas votre concept ?

L'entrepreneuriat durable et local est le présent et l'avenir

Ne manquez pas votre rendez-vous avec l'avenir.

Approfondissez vos connaissances

Suivez des formations, apprenez, restez en contact avec vos collègues et avec le monde.

COACH DE GESTION
Olivier Willaert



2. TRAJET D'ACCOMPAGNEMENT VERS LES PRODUCTEURS RÉGIONAUX ET FERMILIERS



STORYTELLING

par **Yéza Lucas**

Le storytelling, c'est l'art de raconter des histoires. Il permet de romancer une réalité (sans l'altérer fondamentalement) pour la rendre plus attractive. Dans le monde de l'entreprise, le storytelling est utilisé par les marques pour se démarquer de la concurrence, via un récit unique. Le storytelling permet également de créer un lien émotionnel avec son client cible pour le toucher, et faciliter l'acte d'achat.

Inspirez confiance avec votre marque

- grâce à une histoire humaine et unique

publiez des contenus humanisant votre entreprise : mise en valeur de l'équipe, des coulisses de votre entreprise, etc.

- grâce à une forte expertise/savoir-faire

publiez des contenus (articles, vidéos, publications réseaux sociaux) sur votre domaine d'expertise/savoir-faire : ex. 3 précautions à prendre avec la farine de châtaigne

- grâce à une forte popularité sociale (avis, témoignages)

renforcez votre « popularité sociale » et récoltez des avis/likes :

- de manière automatisée, p.ex. formulaires de satisfaction
- de manière personnalisée, p.ex. message direct à vos clients
- grâce à un fort engagement sur les réseaux sociaux, p.ex. jeu concours

La checklist d'un bon storytelling en 5 points

- Votre entreprise doit être **inspirante** : impact émotionnel du « récit » de l'entreprise sur le consommateur, histoire singulière...
- Votre entreprise doit inspirer **confiance** : avis clients, parution presse, savoir-faire (labels, traçabilité...)
- Votre entreprise doit être **percutante** : votre punchline/slogan doit faire écho à ce que vous vendez, et doit évoquer quelque chose d'irrésistible qui attire le consommateur (proposition de valeur)
- Votre entreprise doit être **vivante** : proactive sur les réseaux sociaux, découverte des coulisses de l'entreprise
- Votre entreprise doit être **transparente** : provenance des produits, traçabilité, label...



STORYTELLING
Yéza Lucas

EMBALLAGE

par **Joyce Buysse et Nina Deveen** - AM Norman

Choix du matériau d'emballage

Le choix du matériau déterminera les possibilités de traitement, votre parc de machines, la durée de conservation des produits, le prix et la qualité !

Législation et exigences

Suivez les évolutions du marché, car il est en perpétuel mouvement.

La durabilité occupe une place de plus en plus importante

Les bioplastiques sont problématiques en raison de leur prix et de leur disponibilité. Aujourd'hui, l'accent est davantage mis sur les emballages circulaires (recyclables).

Qu'est-ce que les consommateurs sont autorisés ou non à faire ?

Votre emballage ne convient pas au micro-ondes ou au congélateur ? Si tel est le cas, indiquez-le clairement sur l'emballage

Veillez à ce que le concept visuel de l'emballage ne nuise pas à la durée de conservation

Par exemple, saviez-vous que les emballages transparents favorisent l'oxydation ?

L'aspect esthétique joue un rôle important dans la décision d'achat du client.

L'emballage est également le support idéal pour mettre en valeur les atouts de votre produit ou votre histoire unique.

À chaque pot son couvercle

L'époque où la famille traditionnelle était la seule forme de société est depuis longtemps révolue. Prévoyez aussi des emballages pour les célibataires ou de grands packs familiaux pour les familles recomposées.

Des produits prêts à consommer pour les personnes très, très occupées

Tout le monde n'aime pas passer des heures en cuisine (ou n'en a pas le temps). Proposez des emballages prêts à l'emploi où le plat peut être réchauffé et consommé dans l'emballage.

Le vrac a le vent en poupe

Les boutiques sans emballage sont en plein essor. Peut-être pouvez-vous aussi vendre vos produits en vrac ?

EMBALLAGE
Joyce Buysse et



Nina Deveen



AGENCEMENT DE MAGASIN

par **Bavo Goos**

Conseils pour un agencement de magasin attrayant

Optimisez l'accessibilité, l'identification et la visibilité

Vous ne pouvez pas changer votre emplacement, mais vous pouvez améliorer votre identification et votre visibilité ! Dans quelle mesure votre magasin est-il identifiable depuis la route ? Y a-t-il suffisamment de places de parking ? Le nom est-il communiqué de manière visible ?

Une vitrine bien pensée attire de nouveaux clients et incite les clients existants à acheter davantage

Quel est le pouvoir d'attraction de votre vitrine ? La vitrine reflète-t-elle correctement le style de l'entreprise ? À quel point votre vitrine incite-t-elle les clients à s'arrêter pour l'admirer ? Comment l'offre du magasin est-elle présentée dans la vitrine ?

Faites vos achats dans votre propre magasin à travers les yeux de vos clients

Prêtez attention à l'aménagement de votre magasin. Les types de produits similaires sont-ils placés ensemble ? En fonction de la marque, du type de produit ou autre ? Le passage ou le parcours d'achat est-il clair et logique ? Quelles sont les questions que l'on vous pose régulièrement ? Ce sont des avertissements. Quelles améliorations pouvez-vous apporter ? En observant vos clients pendant qu'ils font leurs achats dans le magasin, vous découvrirez beaucoup de choses.



AGENCEMENT DE MAGASIN
Bavo Goos

Créez une atmosphère et un rayonnement

L'ambiance dans le magasin est-elle agréable ? Le magasin a-t-il l'air soigné ? Le vendeur se présente-t-il de manière accueillante ? À quoi ressemblent les vêtements de travail ? Soignés et représentatifs ? Utilisez-vous des moyens pour optimiser l'ambiance tels que des parfums, de la musique et des couleurs ? Ou des matériaux spéciaux ? Qu'en est-il de l'éclairage ? Quelle est la température dans le magasin ? Les rayons sont-ils bien achalandés ? Les prix des produits sont-ils clairs ? Les vêtements du vendeur correspondent-ils à l'identité de l'entreprise ? Les produits ont-ils l'air bien entretenus ?

Indiquer les prix

Des prix clairs apportent littéralement de la clarté aux consommateurs. Tout le monde n'aime pas demander un prix : l'absence de prix augmente la probabilité que le client n'achète pas le produit. Sur une étiquette de prix, vous pouvez partager des informations supplémentaires intéressantes, comme mentionner l'origine d'un produit ou qu'il s'agit d'une offre temporaire.

Oser conseiller activement permet d'améliorer les ventes

Soyez accueillant(e) et accessible dans le magasin. Favorisez l'accès à vos produits et engagez la discussion avec les visiteurs. Posez activement des questions pour savoir ce qui se passe réellement, ce qu'ils veulent et ce qu'ils recherchent. Ainsi, vous pourrez leur prodiguer des conseils ciblés. Rien qu'en conseillant et en proposant votre aide, vous réalisez plus de ventes ou vendez davantage de produits.

Tirez le meilleur parti de votre zone de caisse

L'endroit idéal dans le magasin pour inciter les personnes qui restent immobiles pendant un certain temps à réaliser des achats supplémentaires (= achat impulsif). Osez expérimenter en mettant en avant certains produits au moment du passage en caisse.

Faites le lien vers le site en ligne

Présentez régulièrement votre magasin sur vos médias sociaux. Parlez des petits et grands changements que vous faites et surtout, montrez que l'expérience d'achat est un plaisir. Si vous proposez des promotions en magasin, mentionnez-le en ligne. Et vice versa : veillez à ce que les nouveautés que vous affichez sur vos réseaux sociaux soient également clairement trouvables et visibles en magasin. Idem pour la boutique en ligne. Le site web, les réseaux sociaux, la boutique en ligne et le magasin racontent une seule histoire.

3. TRAJET D'ACCOMPAGNEMENT VERS LE SECTEUR TOURISTIQUE AU SENS LARGE

AMÉNAGEMENT INTÉRIEUR
Julie Hornez



AMÉNAGEMENT INTÉRIEUR

par **Julie Hornez**

L'image de l'établissement du professionnel du tourisme passe avant toute chose par la décoration du lieu ! Celle-ci doit, en un simple coup d'œil, retranscrire l'ambiance, le service vendu. Il est primordial de se démarquer de ses concurrents afin d'attirer, fidéliser sa clientèle et ainsi développer son chiffre d'affaires.

Les clients se feront une opinion
de votre établissement
en moins de **60** secondes

La décoration jouera un rôle essentiel. Par exemple avant de goûter à la cuisine d'un restaurant, on décide d'en franchir la porte car le lieu nous attire. La décoration se doit de mettre en valeur les points forts d'un établissement afin de créer l'immersion immédiate au sein de l'établissement.

Connaître la personnalité des clients

Quel est le message que vous souhaitez faire passer, quelle est l'ambiance que vous souhaitez apporter à votre établissement ? Cocooning, moderne, tendance, brocante, etc.

Découvrir et comprendre le service et/ou produit vendu

Quel type de restauration ? Quel type d'hébergement ? Quel lieu culturel ? À quel tarif ? ...

La décoration d'intérieur doit être en adéquation avec le service proposé afin que la « promesse » faite au consommateur soit tenue et respectée de A à Z.

Exemples :

- reprendre la teinte d'un carreau de ciment posé au sol afin de faire un rappel sur le mur
- mettre en valeur les boiseries grâce à l'éclairage
- marier le mobilier ancien et moderne subtilement
- apposer un papier peint sur un mur afin de définir l'espace
- peindre le plafond d'une cuisine ouverte pour en démarquer le lieu visuellement
- trouver les accessoires déco en adéquation avec le style choisi (bohème, indus, vintage, etc.)

Chaque détail compte !

LA RENTABILITÉ ÉCONOMIQUE pour les hébergements de taille réduite

par **Filip Nicasi**

La rentabilité économique de votre équipement signifie que vous allez vendre le bon produit :

- au bon moment
- au bon prix
- au bon client

dans le but d'optimiser la marge à long terme (rendement).

Ce qui est important ici, c'est que l'hôte (potentiel) doit avoir l'impression que le prix est juste.

Vous pouvez augmenter vos revenus en :

- appliquant des prix différents
 - pour une offre différente
 - pour une offre identique
- exigeant une durée de séjour minimale
- appliquant des conditions d'annulation différentes (en fonction du moment de l'annulation)



Filip Nicasi

Mesurer, c'est savoir !

En tant qu'hébergeur, il est essentiel de savoir :

- quelles sont vos périodes les plus chargées de l'année
- quelles périodes sont réservées le plus longtemps à l'avance
- quels (types d')événements ont un impact réel sur votre occupation

Ce qui est mal connu est mal aimé

Utilisez les sites de réservation pour que l'on vous trouve et ainsi :

- générer des réservations directes
- réaliser plus de marge que par les canaux de réservation externes

- ajustant vos prix :
 - au moment de la réservation
 - au type d'hôte (groupe cible ?)
 - à l'affluence prévue au moment du séjour
 - au niveau de réservation actuel par rapport au niveau de réservation attendu à ce moment-là
 - au canal de réservation

STRATÉGIE COMMERCIALE ET DESIGN COMMERCIAL

par **Eric Yven**

Le Retail Design est la clé pour faire sortir le client de son canapé et l'attirer dans les espaces de vente.

Les piliers :

- Parcours client
- Expérience client
- Communication visuelle (Logo/Directionnel/signalétique)
- Design/ambiance couleur et matériaux
- Architecture commerciale
- Merchandising

10 tendances

1. Storytelling
2. Expérience d'achat interactive
3. La technologie innove le Retail Design
4. Rendre son lieu « Instagramable »
5. Intégrer la durabilité dans la conception
6. Transmettre le sens de l'artisanat et du terroir
7. Le design minimaliste dans l'espace commercial
8. Léger, lumineux et coloré
9. Le Phygital : relier la brique et le mortier au digital
10. Une approche collaborative de la conception

A close-up portrait of Eric Yven, a middle-aged man with short brown hair, a goatee, and black-rimmed glasses. He is wearing a dark blue denim shirt and is looking directly at the camera with a slight smile. The background is a plain, light-colored wall.

Eric Yven

RÉSERVATION ET VENTE EN LIGNE

par **Olivier Willaert**

11 conseils pour un site web qualitatif

1. **Considérez votre site Web comme le point de départ de votre expérience en ligne**

Soyez propriétaire de votre propre nom de domaine, assurez-vous que vous pouvez facilement modifier vous-même les textes et les photos, créez vos propres pages, réfléchissez à l'aspect et à la convivialité de votre site (couleurs, polices, image de marque), etc.

2. **D'abord votre site web, puis vos médias sociaux**

Mieux vaut avoir un site web de qualité et pas de compte Facebook, Instagram, LinkedIn, etc. qu'un mauvais site web, un compte Facebook sur lequel vous ne publiez rien, un compte Instagram dont vous avez oublié le mot de passe, etc.

3. **Ne dites pas ce que vous proposez, mais décrivez les avantages pour le client**

Au lieu d'une liste ennuyeuse de chambres, de lits, de salles de bains et d'une description du logement, créez un scénario pour le client : pourquoi le client devrait-il séjourner chez vous, quels sont les avantages de votre hébergement pour le client, quelles expériences le client peut-il vivre, combien de sentiers de randonnée, de pistes cyclables, de musées et d'attractions se trouvent à proximité de votre hébergement.

4. **Le texte est important, les photos et les vidéos renforcent le texte**

Par exemple, dans le paragraphe consacré au « bien-être », incluez des images de ce « bien-être » en particulier.

5. **Assurez-vous que toutes les informations peuvent être trouvées sur votre page d'accueil**

Pour les clients à la recherche d'une valeur ajoutée, créez plusieurs autres pages où l'on peut trouver les mêmes informations, éventuellement plus complètes.

6. **Appel à l'action**

Tout ce qui figure sur votre site web et sur les médias sociaux doit avoir pour objectif de vendre, de réaliser un chiffre d'affaires et, de préférence, de faire des bénéfices ! Le processus de réservation est-il convivial ? Les clients veulent une réservation et une confirmation instantanées. L'époque des formulaires de demande est révolue.



Olivier Willaert

7. Agencement du site : simple et efficace

Le numéro de téléphone et l'adresse électronique figurent en haut à droite, le logo en haut à gauche, le bouton de la page d'accueil se trouve sous le logo et n'est plus présenté séparément, la barre de menu se trouve en haut et en bas du site, les appels à l'action tels que le bouton de réservation et le numéro de téléphone doivent apparaître plusieurs fois sur le site. Intégration de « Google Maps » sur la page d'accueil et la page de contact, etc.

8. Intégrez une vidéo dans votre site

Vous pouvez également intégrer une vidéo en plaçant éventuellement un raccourci vers votre propre chaîne YouTube. Dans ce cas, veillez à ce que votre chaîne contienne plusieurs vidéos. Vimeo est une meilleure alternative mais elle est payante.

9. Des statistiques, et encore des statistiques

Surveillez, suivez et étudiez vos analyses Google.

10. Il peut être utile de vérifier chaque mois les « recherches liées à Google » et les « tendances Google »

Utilisez de nouveaux mots-clés, de nouvelles tendances pour nommer vos photos. Ils apporteront ainsi une valeur ajoutée à votre site web.

11. Tirez parti de votre « page d'entreprise Google »

Indiquez votre secteur d'activité et assurez-vous que toutes les informations sont à jour. Pour de nombreux clients potentiels, c'est le début de leur expérience en ligne avec votre hébergement.

Recettes de nos chefs



Jean-Pierre Debailleul



Recette 1 | Déclinaison d'Endives au lard du Pays Flamand

par **Jean-Pierre Debailleul** du restaurant **Bienvenue chez Nous** à Bergues
www.restaurant-bienvenuecheznousbergues.com



ENTRÉE

Ingrédients (4 pers.)

- 8 endives de Looberghe
- 1 orange bien fraîche
- 200 g de beurre de Killem
- 8 tranches de lard de pays

Choisissez des endives de Looberghe plutôt blanches et très fraîches.

Préparation

- Pour l'endive cuite : cuire sous vide à basse température pendant 7h accompagnée de jus d'orange frais et de beurre de Killem .

- Pour la purée d'endives au lard : cuire au beurre en casserole en même temps que le lard de pays de Staden, puis mixer au blender.
- Disposer en assiette et décorer avec les bouts de feuille d'endives vertes.

Suggestion

À déguster accompagné de la bière blonde **St.Bernardus Tripel** de la brasserie St Bernardus à Watou du Westhoek.

Producteurs régionaux à l'honneur

- **La Ferme Govart à Looberghe**, producteur **d'endives** et de **produits fermiers** selon la saison. Tél.: +33 (0)3 28 29 82 97
- **La Ferme Ronckier** à Killem transforme le lait de ses vaches Montbéliardes en **beurre, fromage, yaourts et glace** depuis plus de 40 ans. Tél.: +33 (0)3 28 68 30 97 www.facebook.com/fermeronckier/
- **La Brasserie St.Bernardus** à Watou pour **la bière**. Tél.: +32 (0)57 38 80 21 www.sintbernardus.be

Recette 2 | Chou rouge au vinaigre, parmesan, crème fraîche, vinaigrette mandarine, pignons de pin

par chef **Solène Elliott**, de l' Hôtel de la Plage à Audresselles

www.hoteldelaplage-audresselles.com



ENTRÉE

Ingrédients (4 pers.)

- 180 de haddock
- 200 g de chou rouge
- 3 c à s d'huile d'olive (huile de Nyons)
- 1 mandarine
- 3 c à s de vinaigre de vin
- 40 g de parmesan D.O.P.
- 20 g de pignons de pin
- 4 c à s de crème épaisse entière

Préparation

- Émincer le chou rouge, laver puis dans une petite sauteuse ou poêle, faire revenir le chou dans une cuillère à soupe d'huile d'olive. Cuire 4 à 5 minutes

afin de garder le chou croquant, puis déglacer avec trois cuillères à soupe de vinaigre de vin. Refroidir.

- Torréfier les pignons de pin : 5 minutes à 190°. Ils doivent être colorés.
- Tailler le haddock en cube d'un centimètre sur un. Réserver.
- Vinaigrette mandarine : zester la mandarine dans 2 cuillères à soupe d'huile d'olive, puis presser le jus de la mandarine, ajouter une pincée de sel, un tour de moulin à poivre.
- Préparer les copeaux de parmesan, à réaliser de préférence vous-même afin qu'ils soient bien fins. Utiliser un économe rasoir et récupérer environ 40 g de copeaux.
- Dressage : à l'aide d'un emporte-pièce étaler une cuillère à soupe de crème

fraîche dans le fond de l'assiette. Ajouter les dés de haddock, poivrer, puis quelques gouttes de vinaigrette à la mandarine. Ajouter les pignons de pin refroidis (ou encore tièdes).

- Placer le chou rouge au vinaigre refroidi au-dessus de ces préparations, alterner avec quelques copeaux de parmesan (enlever un peu de jus de cuisson, et éponger votre chou sur un peu de papier si besoin). Terminer avec quelques herbes fraîches légèrement huilées (cerfeuil, pousse de pois...).

Suggestion

A servir avec **la bière '2 Caps'** à Audinghen.

 **Producteurs régionaux à l'honneur**

• **Etablissements JC David à Boulogne/mer: Le haddock.**

Un savoir-faire d'excellence, les Établissements JC David basent tous leurs produits de la mer salés et fumés sur le procédé ancestral, artisanal et naturel.

+33 (0)3 21 87 38 31

www.jcdavid.fr/produits-poissons-fumes-haddock



Solène Elliott



Recette 3 | Caviar patate douce sarrasin

par **Florent Ladeyn** de **l'Auberge Du Vert Mont** à Boeschève
www.vertmont.fr



ENTRÉE

Ingrédients (4 pers.)

Crackers de sarrasin :

- 100 g de farine de sarrasin
- 100 g de beurre fondu
- 100 g de blancs d'œufs
- 1 c à c de sel

Caviar de patate douce :

- 400 g de patates douces
- 80 g d'huile de caméline ou de colza
- 50 g de vinaigre de bière ou d'herbe ou de pomme

Mayonnaise au piment :

- 1 jaune d'œuf
- 80 g d'huile de piment
- 70 g d'huile de tournesol
- 11 c à c de vinaigre de

Préparation

Crackers

- Mélanger les ingrédients et laisser refroidir.
- Étaler très finement sur une toile résine (en forme de rectangle ou en grande plaque, elle sera cassée après cuisson).
- Cuire à 160° pendant 20 minutes.

Caviar

- Rôtir au four les patates douces en chemise (non épluchées, juste brossées) à 180° pendant au moins 45 minutes, jusqu'à ce qu'elles soient tendres au toucher.
- Ouvrir, gratter les chairs, laisser refroidir et mixer le tout avec l'huile de

caméline ou de colza et le vinaigre de bière, d'herbe ou de pomme.

- Saler.

Réaliser une mayonnaise.

Mettre le caviar de patate douce sur le cracker de sarrasin à l'aide d'une poche à pâtisserie, puis la mayonnaise au piment.

Suggestion

Utilisez une **herbe du moment** (p.ex. oxalys rouge) pour la finition.

Producteurs régionaux à l'honneur

- **Les jardins du Noot Boom** à Bailleul

Bertrand et Louise possèdent un grand **maraichage bio** dans un hameau de Bailleul, ils vendent leurs productions en circuit-court sur les marchés, à des restaurateurs locaux ou sous-forme de produits « La mère Lou » confectionnés à la ferme.

+33 (0)6 46 58 86 37 / +33 (0)6 13 10 03 28

www.jardins-nootboom.bio

- **Ferme Moreel** à Sec Bois (Vieux-Berquin)

Céline et Benoît produisent et vendent leurs **produits laitiers bio** en circuit-court.

+33 (0)6 20 95 09 88 - www.lecourtcircuit.fr

- **Ferme du Duneleet** à Leffrinckoucke

Épicerie salée et plats préparés, cultivés et transformés sur la ferme, en famille.

+33 (0)9 64 38 79 07 - www.blog.lecourtcircuit.fr/portrait-ferme-duneleet

- **Ferme des Bios Œufs** à Calonne-sur-la-Lys

Éleveur de volailles Bio certifié « agriculture biologique

+33 (0)6 27 35 06 35



Florent Ladeyn

Recette 4 | Asperges à la Flamande

par **Antonin Maresciano** de **L' Auberge** à Caëstre

www.laubergecaestre.com



PLAT PRINCIPAL

Ingrédients (4 pers.)

- 10 asperges vertes de Nieppe
- 1 œuf
- 50 g d'œufs de harengs fumé
- 200 g de truite de l'Artois
- 200 g de gros sel
- 200 g de sucre
- huile de colza
- vinaigre de cidre
- moutarde de Dijon
- sel & poivre

Préparation

- Recouvrir le pavé de truite avec un mélange homogène sel et sucre

- pendant 12h au réfrigérateur, puis rincer, éponger. Réserver au frais.
- Écussonner les asperges (2/pers.), les cuire à l'anglaise 5 à 6 min. Vérifier la cuisson à la pointe du couteau, puis plonger dans l'eau glacée pour stopper la cuisson.
 - Cuire un œuf dur 10 min. Une fois froid, écraser l'œuf à l'aide d'une fourchette (œuf dur haché).
 - Ajouter quelques œufs de harengs fumés.
 - Faire une vinaigrette légère à l'huile de colza. Assaisonner les œufs hachés et les œufs de harengs. Tailler la truite en gros cubes.
 - Tailler des copeaux d'asperges à l'aide d'un économe et les faire

friser dans l'eau glacée.

Suggestion

À servir avec la «**bière nouvelle**» 3 Monts de Saint-Sylvestre-Cappel.



Producteurs régionaux à l'honneur

- **La ferme du pont d'Achelles** à Nieppe

Vente de **légumes frais et de qualité**, directement à la ferme (et en ligne).

+33 (0)3 20 48 60 63

www.lafermedupontdachelles.fr

- **JC David à Boulogne-sur-Mer**

Un savoir-faire d'excellence, les Établissements JC David basent tous leurs **produits de la mer salés et fumés** sur le procédé ancestral, artisanal et naturel.

+33 (0)3 21 87 38 31 - www.jcdavid.fr



Antonin Maresciano

Recette 5 | Patina de filets de rougets aux brocolis

par **César Demarez**, chef pâtissier du restaurant 3 étoiles 'Le Château du Mylord' à Ellezelles
www.mylord.be



PLAT PRINCIPAL

Ingrédients (6 pers.)

3 pieds de brocolis / 5 œufs / 600 g de filets de rougets (que vous levez ou faites lever par votre poissonnier) / 3 branches de livèche fraîche / ½ botte de coriandre fraîche / 1 c à c de sarriette sèche / 1 oignon sec moyen / 3 dl de vin blanc sec / 2 dl d'huile d'olive / 1 dl de vinaigre / garum / poivre du moulin

Préparation

- Parer les brocolis. Cuire 2 à 3 minutes à l'eau bouillante salée, à découvert afin

de garder le légume bien vert. Refroidir, égoutter, réserver.

- Hacher finement l'oignon. Cuire à feu doux dans 1 dl d'huile d'olive. Piler, hacher la livèche, la coriandre et la sarriette. Mélanger à l'oignon en cours de cuisson. Déglacer avec 1,5 dl de vin blanc et un peu de garum.
- Préparer les brocolis avant de les hacher finement. Veillez à réserver quelques bouquets bien verts pour la garniture.
- Ajouter la part de brocoli haché à la garniture oignon et herbes ainsi que les œufs préalablement battus. Bien mélanger. Vérifier l'assaisonnement (poivre, garum). Verser le tout dans un plat de service allant au four.
- Dans une poêle, chauffer 1 dl d'huile

d'olive et saisir les filets de rougets.

- Déglacer ensuite avec le reste du vin blanc (1,5 dl) et le vinaigre. Assaisonner (poivre, garum).
- Retirer les filets, les poser sur les brocolis, napper avec le jus de cuisson. Mettre à cuire à four doux jusqu'à la consistance d'un flan (1/2 h environ).
 - À la sortie du four, saupoudrer de poivre du moulin et décorer avec les bouquets de brocolis qui auront été réservés. Servir directement.

Suggestion

Servir avec le vin blanc '**Koolwitje**' du domaine viticole d'Hellekapelle.



César Demarez

Producteur régional à l'honneur

- **d'Hellekapelle**

Cette petite entreprise familiale possède du **Chardonnay, du Pinot Noir et du Pinot Auxerrois**. Le choix de ces cépages n'est pas le plus simple, mais c'est le plus grand atout pour faire un vin de qualité. Ils travaillent de manière durable et dans le respect de la nature. Le sol est travaillé mécaniquement. De cette façon, ils laissent la nature faire son travail aussi bien que possible. Les raisins sont cueillis à la main uniquement lorsque le temps et les raisins sont mûrs...

+32(0) 57/20.24.83

www.wijngoeddhellekapelle.be



Recette 6 | Risotto escargots, jeunes pousses d'épinards croquants, jus à la patinette

par **Frédéric De Brackeleer**, Un Chef à la maison
www.un-chefalamaison.be



PLAT PRINCIPAL

Ingrédients (4 pers.)

Le risotto :

- 300 g de riz arborio
- 1 oignon
- 1 l de bouillon de légumes
- 15 cl de vin blanc sec
- 400 g d'épinards
- 125 g de mascarpone
- 50 g de parmesan
- 30 cl de crème
- huile d'olive
- sel & poivre

La garniture : 1 échalote / 15 cl de vin blanc moelleux / une douzaine d'escargots de la Colme (minimum) / 40 g de beurre / 1 gousse d'ail / 1 c à s de persil ciselé / huile d'olive / sel & poivre

Préparation

- Laver les épinards, les essorer et retirer la nervure centrale. Les faire fondre dans 2 cuillères à soupe d'huile d'olive. Laisser cuire jusqu'à disparition de l'eau rendue. Saler, poivrer, ajouter le mascarpone, mélanger et réserver.
- Peler et émincer l'oignon. Le faire suer dans 2 cuillères à soupe d'huile d'olive. Verser le riz et remuer jusqu'à ce qu'il devienne transparent.
- Ajouter le vin blanc et laisser le riz l'absorber avant de verser le bouillon louche par louche. Le riz doit absorber le bouillon entre chaque ajout.
- Saler légèrement, poivrer.
- Ajouter les épinards, mélanger.

La garniture

- Faire chauffer les escargots avec le beurre, l'ail émincé et le persil. Saler légèrement, poivrer.
- Faire chauffer la crème avec le parmesan. Remuer jusqu'à ce que le parmesan soit complètement fondu. Poivrer.
- Dresser le risotto dans les assiettes, ajouter les escargots et un filet de crème au parmesan. Servir de suite.

Suggestion

Servir avec le '**Pinot La Douve**' de Entre-deux-Monts

Producteur régional à l'honneur

• Entre-deux-Monts

C'est au cœur du Heuvelland, sur les flancs inclinés entre le Mont Rouge et le Mont Noir, que Martin Bacquaert, **viticulteur** passionné issu de la troisième génération, exploite un **domaine viticole de 18 hectares** et produit des vins belges d'excellence avec un profond respect pour la nature et le climat.

+32(0)57 40 19 69

www.entre-deux-monts.be

• Escargots de la Colme

Héliciculture artisanale mettant en avant une variété **d'escargots** : le gros gris.

Magasin à la Ferme.

+33 (0)6 07 95 19 89

www.facebook.com/lesescargotsdelacolme

Frédéric De Brackeleer



Recette 7 | Bar sauvage, sabayon à la moutarde Wostyn, tomate confite, salicorne

par chef **Bert Recour**, du restaurant Pegasus à Poperinge
www.pegasusrestaurant.be



Bert Recour

PLAT PRINCIPAL

Ingrédients (4 pers.)

- 600 g de bar de ligne
- 200 g de chapelure De Trog
- moutarde Wostyn
- beurre De Baljuwhoeve
- œufs de poules élevées au sol
- tomates cerises Le Monde des Mille Couleurs
- pommes de terre polder
- chanterelles (sauvages)

Préparation

- Cuire les pommes de terre et finir avec de la crème aigre (Baljuwhoeve).
- Mélanger la chapelure avec le poivre, le sel, le beurre fondu et la purée de tomates et verser sur le poisson.
- Fouetter un sabayon avec les jaunes d'œufs et le beurre et finaliser avec la moutarde Wostyn.
- Faire revenir brièvement la salicorne.
- Faire confire les tomates cerises avec du thym citron, de l'huile d'olive et du gros sel marin pendant 60 minutes à 120°.

- Faire revenir brièvement les champignons avec de l'ail, du poivre et du sel.

Le poisson est cuit quand vous pouvez le piquer avec une fourchette sans rencontrer de « résistance ».

Suggestion

Ce plat se marie parfaitement avec **la bière 3 Monts Originale**, riche en arômes, avec un arrière-goût légèrement amer pour équilibrer le gras de la sauce et du poisson. Ou avec **le Chardonnay D'Hellekapelle**, un vin plein et boisé, pour une association parfaite.



Producteur régional à l'honneur

• Boulangerie bio De Trog à Ypres

Hendrik Durnez et son équipe préparent quotidiennement du savoureux **pain biologique** artisanal, avec des matières premières pures, toutes d'origine biologique, sans additifs de panification ou autres préparations artificielles. Le respect pour la boulangerie artisanale pure associé à une bonne dose d'inspiration.

+32 (0)57 48 54 19

www.detrog.be

• Le Monde des Mille Couleurs à Dikkebus

La qualité, l'évolution et une fantastique biodiversité sont au cœur des préoccupations de Dries Delanote avec les principes de **wildfarming**, de **biofarming** et de permaculture. Sa passion au quotidien et son énergie infinie apportent une force sans faille à son équipe, ses partenaires et ses amis. Monde des Mille Couleurs est le résultat d'un artisanat charismatique, d'une discipline de fer et d'un très dur labeur.

+32 (0)472 96 35 68

www.millecouleurs.be

• Brasserie de Saint-Sylvestre (3 Monts) à Saint-Sylvestre-Cappel

La brasserie 3 Monts est une brasserie familiale et indépendante depuis 1920. Elle tire son nom des monts qui l'entourent : le Mont des Récollets, le Mont Cassel et le Mont des Cats. Transmise de père en fils depuis 1920, la brasserie produit aujourd'hui des bières qui évoquent la richesse de la terre et la convivialité légendaire flamande. Fière de ses origines et son héritage, la brasserie a à cœur de promouvoir la culture flamande au-delà de ses frontières.

+33 (0)3 28 40 15 49 - www.3monts.fr

Recette 8 | Paleron et saucisses de Bergues en pot au feu

par **Jean-Pierre Debailleul** du restaurant **Bienvenue chez Nous** à Bergues
www.restaurant-bienvenuecheznousbergues.com



PLAT PRINCIPAL

Ingrédients (4 pers.)

- 4 carottes
- 4 navets
- 2 panais
- 1 kg de paleron de bœuf

Pour le bouillon de volaille

- 2 cuisses de poulet avec le gras
- 1 carotte
- 2 blancs de poireaux
- 1 petite gousse d'ail
- 1 oignon
- sel & poivre

Préparation

- Faire bouillir 1 l d'eau dans une casserole, puis ajouter les cuisses de poulet.
- Pendant ce temps, faire noircir l'oignon dans une poêle sans beurre.
- Incorporer l'oignon caramélisé dans le bouillon, puis ajouter tous les autres ingrédients. Laisser mijoter à feu doux pendant 1 h.
- Couper les carottes en gros morceaux et cuire au four vapeur.
- Cuire les navets et les panais au bouillon de volaille préalablement préparé et fait maison.
- Cuire le paleron de bœuf de Pitgam sous vide à basse température (75°) pendant 72h.
- Rassembler les légumes, la viande et la saucisse de Bergues dans un bouillon de service, laisser mijoter.
- Servir en assiette.



Choisissez de beaux **légumes bio d'Hazebrouck** : carottes, navets et panais pour la garniture / céleris, carottes, ail et poireaux pour le bouillon

Bienvenue chez nous.
MAISON-D'HÔTE RESTAURANT



Suggestion

À savourer accompagné de la bière brune «**Vleteren Alt**» de la brasserie artisanale Deca brouwerij.

Producteurs régionaux à l'honneur

- **Ferme des Mions** à Hazebrouck pour les **légumes de saison bio**.
Tél.: +33 (0)6 07 94 31 44 - www.lafermedesmions.fr
- **Ferme de la Butte** à Pitgam pour la **viande de bœuf**.
Tél.: +33 (0)7 49 51 73 20 - www.fermedelabutte.com
- **Boucherie De l'étable à la table** à Bergues pour la **saucisse de Bergues**.
Tél.: +33 (0)3 28 68 60 45 - www.deletablealatable.fr
- **La Brasserie Deca** pour la **bière**.
Tél.: +32 (0)57 42 20 75 - www.decabrouwerij.be

Recette 9 | Endives au gratin

par chef **Maxime Leplat** du restaurant Leplat à Béthune
www.leplat-restaurant.com



DESSERT

Ingrédients (8 pers.)

Crème "Brûlée"

- 1 l de crème
- 500 g emmental râpé

Endives cromesquis

- 500 g d'endives
- 8 tranches de jambon
- 1 l de lait
- 180 g de roux
- sel, poivre, muscade

Panure

- 500 g de farine
- 8 œufs battus
- 500 g de chapelure

Préparation

- Brûler l'emmental : le plaquer, enfourner et cuire 35 minutes à 190°. L'emmental fond et colore. Le placer dans la crème à la sortie du four et laisser infuser une nuit. Le lendemain, filtrer la crème au goût d'emmental gratiné, le placer au siphon et gazer.
- Cromesquis : centrifuger les endives. Ajouter 1 l de lait au jus d'endives. Réaliser une béchamel avec le roux et le lait d'endives. Ajouter le jambon en petits cubes.
- Laisser refroidir la béchamel. Réaliser des boules à la main et les paner

à l'anglaise deux fois (farine, œufs battus, chapelure).

- Cuire les cromesquis à la friteuse. Décorer d'herbes et fleurs en fonction de la saison.

Suggestion

A servir avec '**Le Petit Noir**' du Wijdomein Ravenstein.

 **Producteur régional à l'honneur**

Maxime Leplat

• **Wijndomein Ravenstein**

Le 5 mai 2017, un vendredi ensoleillé, Patricia et Dirk ont planté la première vigne puis 2,5 hectares, 11.000 pieds de vigne sur les flancs sud de l'Amerikaberg. Désormais, ce sont ces raisins qui tiennent le rôle principal à Ravenstein. Leur ambition : **vinifier le plus naturellement possible** avec patience et au rythme de la nature.

+32(0)56 31 32 36 - www.wijndomein-ravenstein.be

• **EARL Sterckeman** - Endives

Alexandre cultive des **endives, des pommes, des pommes de terre** et de nombreux légumes d'hiver. Il élève également des poulets fermiers en plein air Label Rouge. De l'automne au début du printemps, vous pouvez retrouver ses produits au magasin de la ferme.

Rue de Saint-Omer 10 à Broxeele

• **Hoeve Zuid-Bellegoed** - Beurre pour le roux

Retrouver les **produits laitiers** fabriqués à la ferme : **beure, yaourts, fromages, dessert, glaces**. Pendant les mois d'été (de mai à septembre), la ferme dispose d'une terrasse grand public, où vous pouvez déguster des glaces, des desserts ou des boissons en toute tranquillité. Ne manquez pas d'essayer la bière maison (la Germaine blonde) ou de profiter d'un pique-nique à la ferme.

+32(0)57 20 87 57 - www.zuidbellegoed.business.site



Recette 10 | Assiette orange, crème brûlée à la chicorée

par chef **Dries Cloet** de l'école hôtelière Ter Duinen
www.hethorecavirus.com



DESSERT

Ingrédients

1/2 litre de lait / 1/2 l de crème / 180 g de sucre / 3 cuillères à soupe de chicorée liquide / 1 pomme / 240 g de jaune d'œuf / 2 cuillères à soupe de liqueur de chicon.

Préparation

- Bien mélanger le tout et enfourner pendant 1 heure dans un four préchauffé à 180°.
- Laissez refroidir au réfrigérateur.
- Dresser avec la pomme.

Tip

Servir dans une **assiette profonde bleu clair ou orange** pour le contraste de couleurs.

Producteurs régionaux à l'honneur

• De Baljuwhoeve à Reningelst

La famille Verdonck propose une diversité de **produits laitiers frais**, comme du yaourt, du babeurre, du beurre, du fromage blanc, de la pâte à tartiner au chocolat et des gâteaux glacés. Les produits ne contiennent ni colorants ni conservateurs.

+32 (0)57 33 36 87
www.debaljuwhoeve.be

• Boer Olivier à Dixmude

Les œufs proviennent directement du champ, dans le poulailler mobile. Les poulets vivent en totale liberté et, en plus des grains, picorent aussi toutes

sortes d'insectes, d'herbacées et de graminées. Tel est son secret pour des œufs savoureux, naturels et sains.

+32 (0)499 38 18 26
www.boerolivier.be

• Gervin Distillery à Baugnies

Entreprise familiale spécialisée dans la distillerie artisanale et disposant de son propre verger afin de produire des **apéritifs, des liqueurs, du pèkèt du père Gervin et des alcools secs selon les traditions.**

Boutique physique et en ligne.
+32 (0)69 66 30 18
www.gervin.be



Dries Cloet



Résultats



Dans le cadre du projet Ruralité, cinq destinations en Belgique (la Maison de la Wallonie-picarde et le Westhoek) et en France (la Communauté de Communes des Hauts-de-Flandre, la Communauté de Communes de Flandre Intérieure et Pas de Calais Tourisme) ont uni leurs forces. Le projet, qui s'est déroulé sur une période de quatre ans, visait essentiellement à accroître l'attractivité et à stimuler l'économie des destinations rurales transfrontalières. L'accent était mis à cet effet sur la gastronomie, les établissements d'hébergement ainsi que les produits et services récréatifs.

Les objectifs du projet étaient principalement :

- la valorisation du circuit-court et des produits régionaux ;
- la formation, le coaching individuel et la création d'un réseau d'entrepreneurs professionnels ;
- le développement de produits et de services touristiques innovants.

Ce cinquième et dernier chapitre présente brièvement certains des résultats du projet. Pour consultez l'intégralité des résultats, veuillez-vous référer au site Web:

www.interreg-ruralite.eu.



RESULTATS

LE PAYSAGE VALLONNÉ

Un paysage vallonné transfrontalier - 3 nouveaux produits

Aires de repos ludiques avec structures de « Land Art »

Le paysage vallonné est l'un des éléments qui relie physiquement notre région transfrontalière. La chaîne des monts s'étend d'ouest en est, de Watten dans les Flandres françaises à la Houpe en Wallonie picarde, du Mont des Cats d'un côté de la frontière au Mont Kemmel de l'autre. Bien que le point culminant soit situé à moins de 200 mètres au-dessus du niveau de la mer, ces collines définissent toujours le paysage. Pour mettre davantage en valeur cet environnement, les partenaires ont aménagé des aires de repos pour contempler le paysage tout en s'amusant en famille. Cela a donné lieu à trois nouveaux produits d'expérience innovante.

Aires de repos ludiques

Des aires de repos ludiques ont été créées sur huit sites paysagers de la région transfrontalière. Elles sont devenues des lieux de détente et accueillent des éléments de jeu naturels : des « structures de Land Art ».

D'un point de vue artistique, les structures de Land Art mettent à l'honneur les sites caractéristiques de la ligne de crête. Elles sont issues de la réflexion d'un designer et d'architectes paysagers sur la temporalité, la formation de ce relief et l'histoire du vivant. Elles sont installées sur des aires de jeux naturelles qui servent de repères

dans le paysage, surplombant les vallées, les plaines agricoles et le bocage, ainsi que les villes et villages à l'identité typique. Le tout avec un effet de surprise et un côté ludique. Le fil conducteur de ces œuvres est d'une forme simple mais surtout d'un matériau commun : le saule. Une structure de branches sèches comme base, et de la végétation vivante qui la recouvre lentement. Il s'agit d'objets dans lesquels vous pouvez entrer, ce qui vous donne une perception différente de l'espace et de la lumière. Ils sont assez semblables aux habitats naturels que construisent les animaux.

1. Mont des Cats – L'Observatoire caché

Au creux d'une ancienne carrière de sable, dans un bois à mi-pente du Mont des Cats sur le chemin de randonnée de la balade des Katts, se cache un petit observatoire de la nature, créant un effet de surprise. Cette structure sphérique invite à s'arrêter et observer la vie autour de la mare. Les cordes à grimper vers la seconde sphère appellent à poursuivre la route, en gravissant le talus

2. Mont de Boeschèpe – Le labyrinthe 3D

À Boeschèpe, les trois sphères imbriquées évoquent les micro-organismes marins. Leur sédimentation a permis la formation du grès ferrugineux qui recouvre la chaîne des Monts. L'œuvre de l'artiste allemand Ludwig Schumacher installée à proximité est sculptée dans cette roche. Les bulles de Land Art en saule forment un labyrinthe dans lequel on peut se cacher et s'amuser. Depuis ce site, surplombant la plaine flamande, on peut contempler le moulin et, dans le lointain, le mont Cassel.





3. Ravensberg - La fleur échappée

Émergeant de la prairie, cette plateforme observatoire est perchée au milieu d'un pâturage, le long d'un chemin de randonnée bucolique (GR 128 et Réseau Points Nœuds pédestre). Elle offre aux visiteurs une expérience particulière de détente, à l'abri des regards. Sa forme en fleur évoque la corolle d'une Fritillaire pintade échappée du Jardin des plantes sauvages du Conservatoire botanique national de Bailleul que vous distinguez à travers les arbres.

4. Scherpenberg - Les Cocons

Aménagées le long d'un chemin de promenade sur la ligne de crête, les 3 structures procurent aux visiteurs et cyclistes une expérience particulière de détente dans un esprit ludique et bon enfant. De par leurs emplacements et orientations, elles offrent chacune une vue imprenable sur les monts du Scherpenberg et du Kemmelberg. Elles sont toutes les trois inspirées du cocon et évoquent chacune un moment de la vie d'un papillon. Ces structures de Land Art accueillent également une longue table de pique-nique, un banc et des arceaux d'appui pour vélo afin de pouvoir profiter du calme et, bien entendu, du panorama.

5. Messines - Le Nid

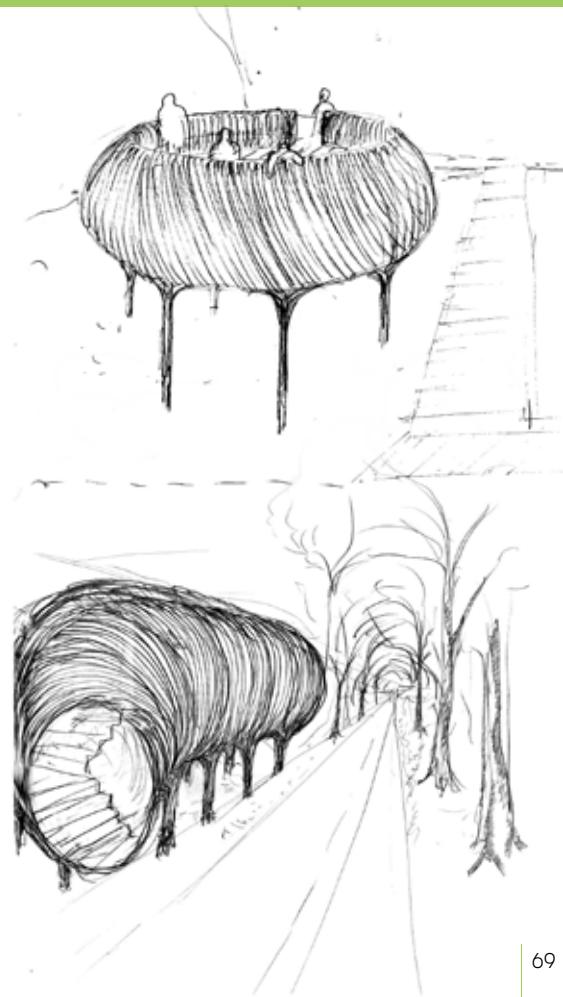
Ce site est l'exception à la règle, il n'est pas une colline. Mais la plus petite ville du pays offre ici des vues incroyables sur la chaîne des monts transfrontalière. Une structure de Land Art appelée « Le Nid » a été mise en place au parc irlandais de la paix.

Implanté sur un belvédère naturel, le nid surplombe les champs (en mi-pente) et offre une vue panoramique sur ce paysage ouvert de plaines à dominante agricole, de bocages, ou même de villages identifiables par leurs clochers. Sa forme écrasée représente l'étendue du paysage et renforce par la même occasion l'ouverture de ce panorama. Il se végétalisera doucement pour se fondre dans la nature environnante.

Ici aussi, vous pourrez profiter d'une halte agréable grâce aux grands bancs et tables de pique-nique.

6. Flobecq - Le Mille-Pattes - Bois de la Houppie

Cette structure Land Art est implantée en retrait du RAVeL, préservant la continuité visuelle du tunnel végétal tout en le marquant d'un effet de surprise. Inspirée du myriapode ou mille-pattes, la structure, légèrement en hauteur, se dresse sur des pieds surplombant le coteau et offrant une belle perspective sur le paysage des collines de Flobecq.

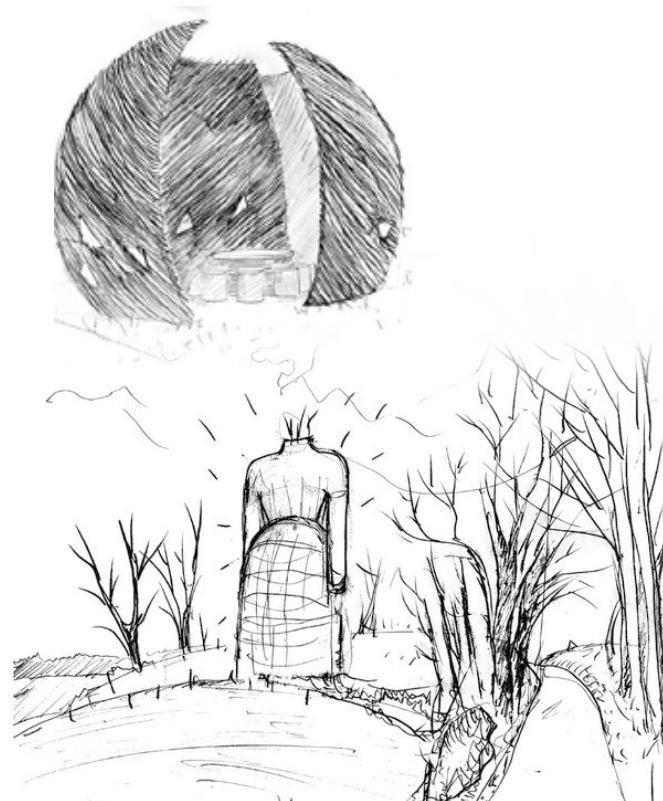


7. Mont de l'Enclus - Le Coquillage - Orroir

Dans l'axe de la passerelle piétons et cyclistes reliant Orroir à Avelgem, représentant tantôt un arbre, tantôt une chapelle, la structure de Land Art est située au début du RAVel des Collines sur l'itinéraire européen EuroVélo 5. Sa forme en fait un marqueur naturel et identifiable de la frontière entre la Wallonie et la Flandre. Elle comporte des ouvertures qui offrent un panorama sur les éléments les plus marquants du paysage : la passerelle piétonne et le mont de l'Enclus.

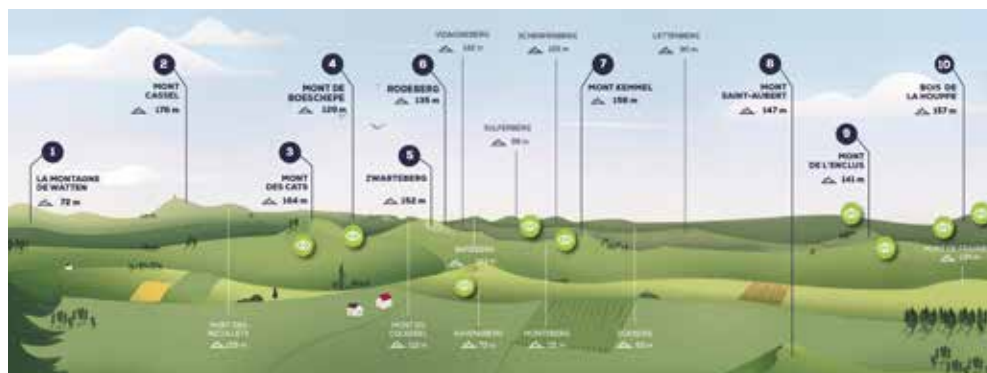
8. Ellezelles - La Sorcière

Se dressant au sommet du site où a lieu le Sabbat, la structure Land Art domine la prairie en pente et reste visible de jour comme de nuit depuis la route. De par sa forme et son emplacement, elle lève non seulement le voile sur les légendes et histoires de ce lieu, mais s'intègre aussi de manière naturelle au paysage. La géante aspire à l'évolution ultime et constitue un bel hommage à toutes les femmes condamnées pour sorcellerie.



Carte touristique transfrontalière

En plus de ces structures de Land Art, une carte touristique transfrontalière a également été créée. Cette carte suggère déjà une dizaine de boucles pour explorer le paysage vallonné à pied ou à vélo. Elle propose une vue d'ensemble sur les 10 monts et des conseils sur les sites et activités incontournables.



Podcasts pour les groupes avec enfants

Cinq podcasts consacrés à la chaîne des monts ont également été développés. Vous pouvez écouter les podcasts en français ou en néerlandais, en chemin vers le paysage des collines ou une fois sur place. Les podcasts s'intéressent respectivement au Mont de Watten dans les Hauts-de-Flandre, au Mont Rouge et au Mont Kemmel dans le Westhoek, ainsi qu'au Mont de l'Enclus et au Mont Saint Aubert en Wallonie picarde. Ce sont de belles histoires à écouter qui mettent en scène

deux personnages : un faucon crécerelle belge (une sorte de professeur) et un écureuil bavard. Ils partent ensemble à l'aventure. Le faucon transporte l'écureuil sur ses ailes et lui montre les différents monts, en racontant de manière amusante ce qui distingue un mont d'un autre. L'ADN de chaque mont est ainsi mis en évidence. Vous trouverez des QR codes pour écouter ces podcasts sur les panneaux d'informations des structures de Land Art ou sur la carte transfrontalière.

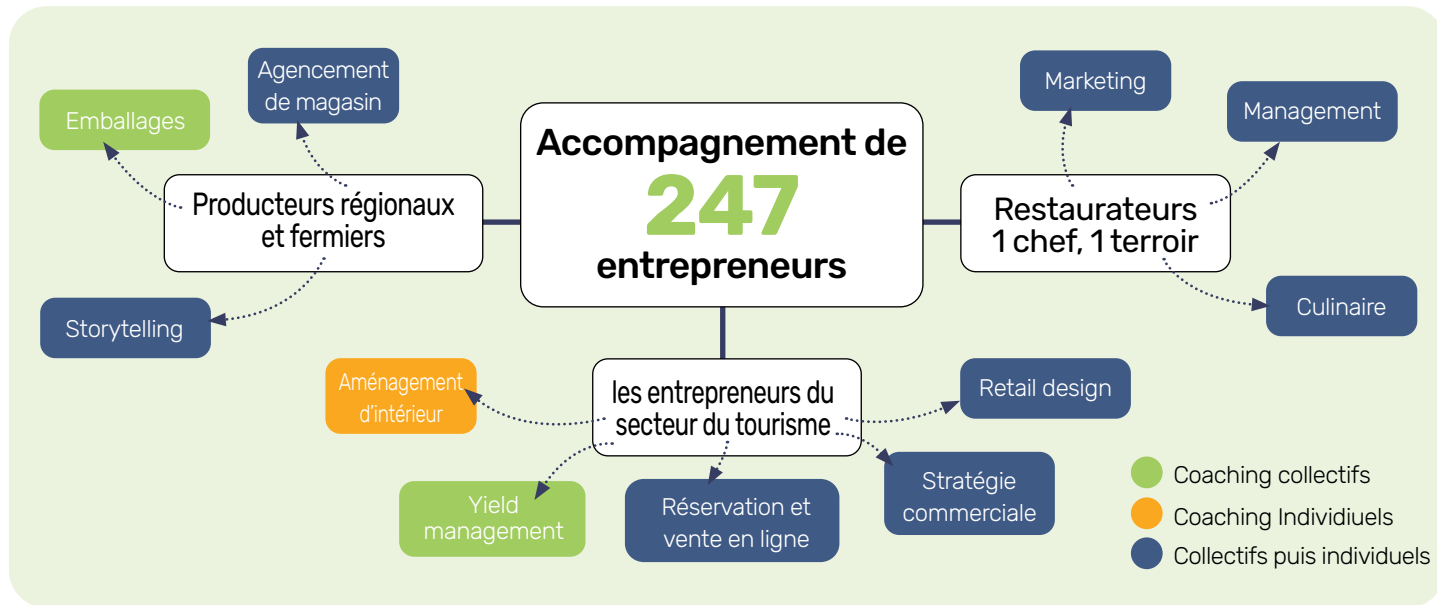
RESULTATS

INSPIRER POUR INNOVER

Accompagner les entrepreneurs

Pendant les 4 années du projet, une grande attention a été portée sur l'accompagnement des entrepreneurs. Des entrepreneurs du secteur du tourisme ont été guidés par

des experts dans le cadre de trois programmes de formation différents.



Vidéos inspirantes | Regardez les vidéos sur : www.interreg-ruralite.eu

Nos régions comptent de nombreux entrepreneurs qui peuvent se targuer de réalisations innovantes. Les partenaires du projet en ont choisi une dizaine et ont réalisé des vidéos courtes et inspirantes. Les sujets suivants sont abordés afin d'offrir une riche source d'inspiration dans des domaines variés :

- **La maison de vacances Uilenvlucht** se distingue par sa basse consommation d'énergie avec un faible coût d'électricité et de chauffage.
- **Terrest Brewery** nous explique les avantages de la création d'une entreprise sur deux générations.
- **La Brasserie du Pays Flamand** évoque la recette du succès de sa brasserie en mettant l'accent sur la qualité des produits, la passion du métier, le marketing et le design,

ainsi que le travail d'équipe et les collaborations.

- **L' Auberge** est un restaurant où le chef, Bib Gourmand, mise pleinement sur les produits de saison et régionaux, sur l'accueil et l'authenticité du lieu.
- **La Brasserie Dubuisson** partage savoir-faire et passion. Ils doivent en partie leur réussite à la diversification de leur offre...
- **Le Domaine Carnin** est une résidence de vacances unique où vous n'oublierez pas l'enfant qui sommeille en vous.
- **La Sauvagine** est un centre de formation en pleine nature dont l'ambition principale est de partager et de transmettre son expérience de la nature. C'est un lieu propice aux

rencontres et à la dégustation de produits locaux.

- **Bienvenue chez nous** est un B&B soucieux de ses hôtes, où l'hospitalité est primordiale et où la satisfaction du client est essentielle. Ils sont partis de zéro, se sont formés à l'utilisation de produits locaux et de saison et ont réalisé leur rêve.
- **Q de bouteilles** partage son témoignage sur l'upcycling – une histoire qui consiste à donner aux produits une seconde chance, une seconde vie.
- Enfin, **les Bobos à la Ferme** se concentrent sur le tourisme inclusif, un lieu merveilleusement accessible aux visiteurs qui rencontrent des besoins spécifiques.

RESULTATS

DES EXPÉRIENCES TOURISTIQUES INNOVANTES



Dans le cadre du projet, il était également possible de réaliser des projets pilotes, une sorte de laboratoire où de nouvelles initiatives pouvaient être testées. Il s'agissait du concept de « dîners uniques dans des lieux exceptionnels » ou simplement de « dîners insolites ».

Pour organiser ces dîners insolites, les chefs collaborent avec les propriétaires ou les exploitants de lieux uniques, donc hors des murs du restaurant. Le menu était composé de produits locaux transfrontaliers et agrémenté d'animations, de musique... Comme cet événement n'était organisé qu'une ou deux fois, ce fut une expérience vraiment unique pour les visiteurs.

Ces projets pilotes ont permis aux organisateurs, avec le soutien de Ruralité, de tester la faisabilité de leurs projets, tant sur le plan financier qu'organisationnel. Ils ont également donné aux visiteurs la possibilité de découvrir des produits locaux d'autres régions, et ce dans un cadre unique.

Au total, 13 dîners insolites ont ainsi été organisés dans la région transfrontalière. L'offre était très variée : elle allait d'un pique-nique tranquille à des événements riches en aventure, en passant par un menu en six services préparé par des chefs étoilés. Chacun a pu trouver son bonheur...

Au total, 1 952 visiteurs ont profité de ces dîners insolites.



Pique-nique CHIC (Pas-de-Calais)

20, 27 août et 10 septembre 2020

Un pique-nique composé de produits locaux transfrontaliers combiné à une promenade en vélo (électrique) à travers, entre autres, la zone médiévale du Touquet et ses nombreuses haltes magnifiques.

Bouchées Doubles (Pas-de-Calais)

8 et 9 juillet 2021

Un repas unique en plein air dans les marais de la Madelaine-sous-Montreuil avec un concert de piano pour sublimer les plats. Paul Balesne - Grand Bain - a préparé le repas, tandis que la pianiste Alice Rosset assurait l'ambiance musicale classique.

Restaurant Stroomloos (Westhoek)

11, 14 et 21 juillet 2021

Dans l'ancienne minoterie « De Bloemmolens » à Dixmude, trois plats différents et uniques ont été servis trois jours durant par le chef Tijn Devriendt du restaurant Water en Vuur. Les repas ont été associés à des titres originaux : « Nos plats d'abord », « Vive ma liberté » et « Tais-toi et sois Belge ». Cerise sur le gâteau, Bloemmolens a également accueilli une exposition d'art et des représentations de groupes musicaux.





RESULTATS

Repas spectacle d'anniversaire (Wallonie picarde)

22 août 2021

Ce repas s'est déroulé dans la cour et la salle majestueuse du Château de Thoricourt. Le chef Michael Carpentier a créé des plats uniques composés des produits des différentes régions. L'événement était accompagné d'un spectacle d'artistes franco-belges issus de la Ligue d'improvisation professionnelle.

Au Houblon de Flandre (Westhoek)

21 et 22 août 2021

Un dîner sur des bottes de paille entre les bras de houblon. Avec une brouette à la main, les personnes présentes pouvaient déjà profiter de l'apéritif avec des amuse-bouche. Le chef Dries Cloet s'est occupé du repas. L'animation et l'ambiance musicale étaient aussi au rendez-vous. Le dessert s'est terminé par une véritable « fête du houblon ».

Dîner sur la grande roue à Berck-sur-Mer... par Metelore (Pas-de-Calais)

25 août 2021

Quel bonheur de savourer un repas fantastique dans une grande roue : une expérience et un panorama époustouflants. À Berck-sur-Mer, le chef Stellio Lestienne proposait un nouveau plat à chaque fois que vous redescendiez.



Diner du Gerموir (Pas-de-Calais)

25 et 26 septembre 2021

Un repas « champêtre » avec une promenade et des visites de productions végétales à Ambricourt. L'apéritif était agrémenté de musique et les producteurs étaient présents pour vous proposer des dégustations et vous faire découvrir leurs produits. Le repas de la cuisine de Paulo à Merlimont a été servi dans les serres.

La Table de César (Wallonie picarde)

2 et 3 avril 2022

Dans la villa gallo-romaine de l'Archéosite® et Musée d'Aubechies-Beloeil, les visiteurs ont eu droit à un véritable spectacle pendant leur repas concocté par César Demarez du « Château du Mylord ».

Déjeuner sur l'herbe... by Pegasus (Westhoek et Cœur de Flandre)

24 et 25 avril 2022

Le chef Bert Recour du restaurant Pegasus a préparé un buffet de produits locaux transfrontaliers au cœur de la nature préservée du Mont Noir, au milieu des jacinthes fleuries du Parc Départemental de l'écrivaine Marguerite Yourcenar. Des animateurs ont récité des poèmes entre les plats.



RESULTATS



Bienvenue à la frontière (Westhoek)

30 avril 2022

Rendez-vous au parking de Callicannes – le parking frontalier par excellence ! De là, le groupe s'est lancé dans un voyage ludique des deux côtés de la frontière. À travers toutes sortes de haltes, animées par de (faux) douaniers, vous pouviez déguster des spécialités régionales de France et de Belgique. Outre une randonnée et une promenade à bord du téléphérique Cordoba, un pique-nique transfrontalier a été organisé dans la serre du camping De Nachtegaal. Le pique-nique a été préparé par Goeste.



Pique-nique 100% nature (Wallonie picarde)

15 mai 2022

Un pique-nique campagnard dans la cour d'une ferme privée à Pommeroeul, agrémenté d'une ambiance musicale et rurale, tel était le scénario de ce dîner. Le traiteur belge Romina et le traiteur/restaurateur français Moulin de Croÿ ont uni leurs forces et proposé les combinaisons uniques de douceurs régionales.



Dégustation de pure passion (Westhoek)

26 juin 2022

Le chef Franky Vanderhaeghe et son fils Michael du restaurant étoilé Hostellerie Saint Nicolas ont servi un menu en six services à base de produits locaux transfrontaliers. Tout cela au Domaine viticole Ravenstein à Wervik. Animation assurée par un accordéoniste.

La Table la plus longue autour du Zillebekevijver (Westhoek) 8 juillet 2022

Et dernier événement, mais non des moindres, nous avons clôturé le calendrier des dîners insolites avec la Table la plus longue. Cette table (de pas moins de 350 m) a été mise en place autour de l'étang Zillebekevijver. Les visiteurs ont pu apprécier un plateau de charcuterie préparé par Jürgen Crombez de l'établissement De Lissewal. La musique et le spectacle sur et autour de l'eau au coucher du soleil ont constitué une expérience unique.



Un beau trajet a été effectué avec tous les partenaires du projet. Un rôle important qui leur incombaît était de rassembler et d'inspirer les différentes parties : tant les entrepreneurs entre eux que les partenaires privés et publics, avec des experts et des coachs. Cette interaction avec les participants des différentes régions s'est révélée très enrichissante et a défini un objectif commun pour les différentes parties prenantes.

Le développement d'une nouvelle offre par le biais de projets transfrontaliers tels que Ruralité donne un bel élan à nos régions et nous ne pouvons qu'en être reconnaissants à Interreg.



Interreg 
France-Wallonie-Vlaanderen UNION EUROPÉENNE
EUROPESE UNIJE
Ruralité

Avec le soutien du Fonds européen de développement régional
Met steun van het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling

