

Muriel Pénicaut, ministre française du Travail, est attaquée à cause de stock-options chez Danone et accusée d'avoir organisé une restructuration pour réaliser une plus-value boursière. © AFP.

ÉCONOMIE

Juillet 2017, un bon cru pour le tourisme

VACANCES Les trois Régions tirent un bilan positif pour le premier mois de l'été

► La météo clémente a joué un rôle primordial.
► Les investissements (en Wallonie) et la confiance revenue depuis les attentats ont fait le reste.

C'est vrai qu'il était difficile de ne pas faire mieux qu'en juillet 2016, premier été post-attentat qui n'avait pas bénéficié d'une météo estivale prompte à réchauffer les cœurs et les enthousiasmes. Avec un ensoleillement franchement estival, juillet 2017 a laissé une bonne, voire très bonne, impression au secteur touristique wallon : dans un panel de 318 opérateurs, 73 % sont satisfaits ou très satisfaits du premier mois des vacances. Pour le week-end du 21 juillet, le taux de satisfaction grimpe même à 82 %.

Chez le ministre régional René Collin, on attribue cette satisfac-

tion à la météo, bien sûr, mais aussi aux investissements et promotions réalisés par les grands lieux d'attraction, le passage mobilisateur du Tour de France, des festivals mais aussi du thème de l'année touristique, la Wallonie gourmande, qui a suscité de nombreux événements. Plus ou moins dans le même registre, les « routes » de la bière et des vignobles remportent aussi un beau succès, paraît-il.

Globalement, ce sont les hébergements traditionnels et les grandes attractions qui se déclarent les plus satisfaits, tandis que les gîtes le sont un peu moins. Enfin, toujours selon le sondage partiel, la fréquentation des Belges semble en diminution (mais, attentats aidant, elle avait augmenté en 2016), tout comme celle des Néerlandais. Les Français seraient, par contre, en hausse.

Les parcs d'attractions belges sont, dans l'ensemble, satisfaits de la saison estivale. Jusqu'à présent. Cela s'explique surtout par

des mois de mai et juin exceptionnellement ensoleillés et chauds qui ont attiré beaucoup de monde. La saison de Walibi a ainsi « très bien débuté en avril ». Début juillet a ensuite été relativement bon avant que le temps maussade ne change la donne au milieu et en fin de mois. L'attraction wavrienne aurait attiré un public comparable à l'année passée. Pairs Daiza ne communique pas de chiffres de fréquentation.

Les hôtels bruxellois ont connu un taux d'occupation moyen de 71 % au mois de juillet

Dans la capitale, « le tourisme est à nouveau en hausse ! », se félicite Thierry Meeus, administrateur délégué de Mini-Europe. En comparaison avec 2016, il observe en effet une croissance de 21 % du nombre de visiteurs en juillet. « Ce sont principalement des étrangers (+29 %) qui retrouvent le chemin de notre capitale. A côté des Britanniques, des Français, des Russes et des Espagnols, nous accueillons égale-

ment des Indiens, des Américains et d'autres touristes du Moyen-Orient. »

Juste à côté de Mini-Europe, l'Atomium attire du monde et fait mieux que l'an passé. « On rattrape tout doucement les chiffres de 2015 », y confie-t-on. Là aussi, les visiteurs étrangers sont plus nombreux qu'auparavant.

Les hôtels bruxellois ont connu un taux d'occupation moyen de 71 % au mois de juillet, a indiqué

lundi Rodolphe Van Weyenberg, secrétaire général de la Brussels Hotels Association (BHA). Après les difficultés rencontrées à l'été 2016, les établissements de la capitale retrouvent leur niveau de 2015 (70 %). « On ne parle pas encore d'un retour à la croissance, mais les résultats de juillet sont encourageants », a commenté M. Van Weyenberg. En juillet 2016, le taux d'occupation n'avait pas dépassé les 57 %,

les touristes ayant été refroidis par les attentats de Bruxelles.

Le quartier de la Grand-Place arrive en tête, avec un taux d'occupation des hôtels de 76 %, pour 72 % aux abords de l'aéroport de Zaventem ou encore 69 % dans le quartier Louise, selon la BHA. Autre moteur pour le tourisme bruxellois, le festival Tomorrowland était organisé cette année sur deux week-ends distincts, engendrant pas moins de 40.000 nuitées au total.

Tendance positive en Flandre aussi. A Bruges, Boudewijn Seapark, qui attire 350.000 personnes sur une année, dont la majorité pendant l'été, ne tarit pas non plus d'éloges pour les chiffres « fantastiques » de mai et juin.

Enfin, Bellewaerde se montre positif pour la saison en cours. Le parc d'attractions et zoologique basé à Ypres relève une hausse des visiteurs de 10 % et espère que la tendance se poursuivra au mois d'août. ■

ÉRIC RENETTE

SNCB

Côte belge : plus de 822.000 voyageurs en juillet

La SNCB a véhiculé 822.622 personnes vers la Côte et à partir de celle-ci au cours du mois de juillet. Le mardi 18 a vu à lui seul 50.000 voyageurs au départ et à destination des gares d'Ostende, Blankenberge, Knokke et La Panne. La gare la plus fréquentée du littoral est logiquement celle d'Ostende, par laquelle près de 500.000 personnes ont transité en juillet. Quelque 240.000 voyageurs sont passés par la gare de Blankenberge.

La SNCB dope traditionnellement ses lignes vers et à partir de la Côte pendant les mois d'été. Trente trains sont ajoutés quotidiennement en semaine et 32 en week-end. (b)

La Roche-en-Ardenne La ville a multiplié les atouts séduction

REPORTAGE

La maison du tourisme de La Roche-en-Ardenne déroule fièrement ses chiffres de fréquentation : en moyenne, chaque année, quelque 125.000 personnes ont poussé la porte pour y faire le plein de prospectus et de renseignements. Cette année, l'organisme table sur 130.000 badauds : « Les week-ends de l'Ascension et de la Pentecôte ont été particulièrement bons, on a eu jusqu'à 1.300 visiteurs par jour », se souvient sa coordinatrice, Audrey Carlier. C'est principalement la météo qui module l'affluence : « Il a fait très beau en juillet, ça incite aussi les gens à venir en Ardenne plutôt que de partir en last minute au soleil. »

Si l'été en Belgique est toujours incertain, reste à trancher la question « mer du Nord ou Ardenne » ? Pour les touristes, l'alternative vaut celle d'un « fromage ou dessert ? » : ça dépend des goûts. C'est peut-être la raison pour laquelle le poumon vert de la Belgique attire principalement des Néerlandais et des Flamands : « 80 % de nos clients », calcule Audrey Carlier. « Ils viennent principalement pour les balades bucoliques et l'aspect dépayssant de nos paysages par rapport aux leurs. Mais aussi, de plus en plus, pour les activités sportives qui se multiplient, comme le Castle Trail, une course de 10, 20, 30 ou 40 km au départ du château. Ou la cyclosportive Vélo-médiane, le 26 août, qui attire aussi d'autres nationalités, comme des Espagnols ou des Danois », expose la jeune femme.

Un lifting efficace

La « perle des Ardennes » peut aussi compter sur son attraction phare, le château féodal niché sur ses contreforts, qui attire jusqu'à 70.000 visiteurs par an. Et sa gastronomie : « Les gens viennent aussi pour déguster. On a de bonnes tables et de bonnes bières, que demander de mieux ? », plaisante Audrey Carlier en brandissant le taux de fréquentation de la brasserie de l'Achouffe - « connue mondialement, n'est-ce pas ? » - qui attire chaque an-



Depuis la finalisation du piétonnier en 2014, des parkings de délestage gratuits ont réoxygéné le centre-ville et sa rue principale. © OLIVIER POLET.

née environ 30.000 curieux.

Pour dynamiser le tourisme, qui reste sa principale source de revenus, la petite localité de 4.200 âmes s'est offert un précieux lifting ces dernières années, à l'image de la place principale qui était autrefois un parking à ciel ouvert. Réaménagée complètement en 2004, elle ne compte plus qu'une quinzaine de places, avec un stationnement maximum autorisé de 30 minutes, qui permet un meilleur taux de rotation. Au centre, une petite fontaine est encadrée de bancs, de terrasses et de commerces (boucherie, librairie,

glacier, cadeaux). Depuis la finalisation du piétonnier en 2014, des parkings de délestage gratuits ont réoxygéné le centre-ville et sa rue principale.

Neuf campings

S'il se réjouit de cette mue qu'il a voulue, le bourgmestre, Guy Gilloteaux (MR), reste modeste : les retombées positives ne se feront sentir que d'ici une dizaine d'années. « Ce sont les commerçants qui doivent s'adapter au public et non le contraire. On ne peut concurrencer les grandes villes avoisin-

antes comme Marche-en-Famenne pour les vêtements ou les chaussures. Il faut que tous les acteurs travaillent main dans la main pour que le tourisme soit attractif », martèle-t-il à la terrasse du camping Benelux, dont il cite le patron en exemple. Filip Dewulf tient l'endroit propre et vivant : « Ce qui compte, ce sont les infrastructures. Et les activités aussi, tout autour. » Main dans la main, on y revient.

Avec neuf campings en tout, la localité accueille chaque année entre 1.500 et 2.000 campeurs. Une clientèle potentielle que le bourgmestre entend

chouchouter, comme les motards : « On s'est positionnés pour les autoriser, contrairement à la polémique qui a agité Durbuy l'an dernier. C'est aussi une clientèle intéressante pour nous, ils ont la cinquantaine le plus souvent et un bon pouvoir d'achat. » Et fidèles avec ça, comme Freddy et Simone, de Lokeren, logés au camping Cosmopolite, qui reviennent chaque année depuis 17 ans : « On est bien ici, c'est au centre de tout et il y a plein de choses à voir tout autour », module Freddy dans un français parfait. ■

ANNE-SOPHIE LEURQUIN