

*Valable 24, 48 ou 72 h, la carte offre de nombreuses réductions dans les attractions culturelles et commerciales. Mons s'est inspirée d'Anvers et de Bruxelles.*

Directement inspirée de la « Antwerp city card » ou de la « Brussels card », la Mons card est un produit inédit pour la région de Mons-Borinage. De la taille d'une carte d'identité, la Mons card et la Mons card kids sont des pass touristiques à destination des visiteurs individuels et du public familial. Ces cartes donnent accès à de nombreux sites et musées régionaux, soit gratuitement, soit avec une réduction, et offrent des avantages dans de nombreux commerces, restaurants et équipements de loisirs.

Ces cartes sont activées pour 24, 48 et 72 heures et sont très avantageuses pour les utilisateurs. A titre d'exemple, hors réductions dans les commerces, la carte 24 h est déjà rentabilisée avec une location de vélo et une entrée dans un musée.

VisitMons estime l'avantage total sur un séjour de l'ordre de 70 % de réduction. « Le produit répond à la demande des visiteurs et constitue une rareté en Wallonie, explique Nicolas Martin, président de visitMons. L'ensemble du secteur, en particulier le secteur hôtelier, a accueilli le produit avec beaucoup d'intérêt et certains établissements envisagent de vendre les pass développés par visitMons. »

Faire de Mons

une destination d'excellence

Pour les autorités communales et les responsables du tourisme à Mons, les objectifs poursuivis par l'introduction de ce nouvel outil sont variés et nombreux : « Il s'agit de renforcer l'attractivité touristique de la région et créer des synergies, explique Nicolas Martin. Mais aussi attirer une nouvelle clientèle touristique, augmenter la fréquentation touristique dans les musées, engendrer des retombées économiques complémentaires, promouvoir le tourisme familial ou encore favoriser le tourisme de séjour. »

En héritage de Mons 2015, un véritable plan d'action a été initié pour structurer l'offre touristique et promouvoir le territoire de Mons-Borinage. Son premier objectif est de fédérer les acteurs du tourisme régionaux et multiplier les initiatives visant à faire de Mons une destination d'excellence en matière de tourisme de loisirs et d'affaires.

C'est ainsi que visitMons s'est engagé dans la « démarche qualité » initiée par le Commissariat général au tourisme avec la volonté d'améliorer les services offerts aux professionnels du secteur et aux touristes. En 2015, la capitale européenne de la culture a attiré plus de deux millions de visiteurs.

A l'instar de Lille en 2004, la Ville espère pouvoir capitaliser sur cette année exceptionnelle pour assurer l'avenir de son secteur touristique.

SANDRA DURIEUX

SANDRA DURIEUX

Copyright © 2017 Rossel & Cie. Tous droits réservés