

Le profil des touristes belges

Fabienne Javault, directrice par intérim
Daniela Jorge, directrice adjointe
Atout France Belgique



PRÉSENTATION DE MARCHÉ - BELGIQUE -

Journée des professionnels du tourisme des Ardennes

15 novembre 2022



Marché Belge

2022



Sommaire

1 Conjoncture économique

2 Le marché Belge

A- Résultats 2021

B- Les courts séjours

C- le durable



3 Situations des professionnels

4 Contact

1

Conjoncture économique

Conjoncture

	 Belgique	 France
PIB par habitant (en \$, en 2021)	43 770	36 520
Evolution du PIB (en 2021)	6,2%	7,0%
Prévision de croissance du PIB (2 ^e semestre 2022)	+2,4 %	+2,6%
Taux de chômage (en 2022)	5,7 %	7,4%
Prévision de l'inflation (2 ^e semestre 2022)	5,5%	5,4%

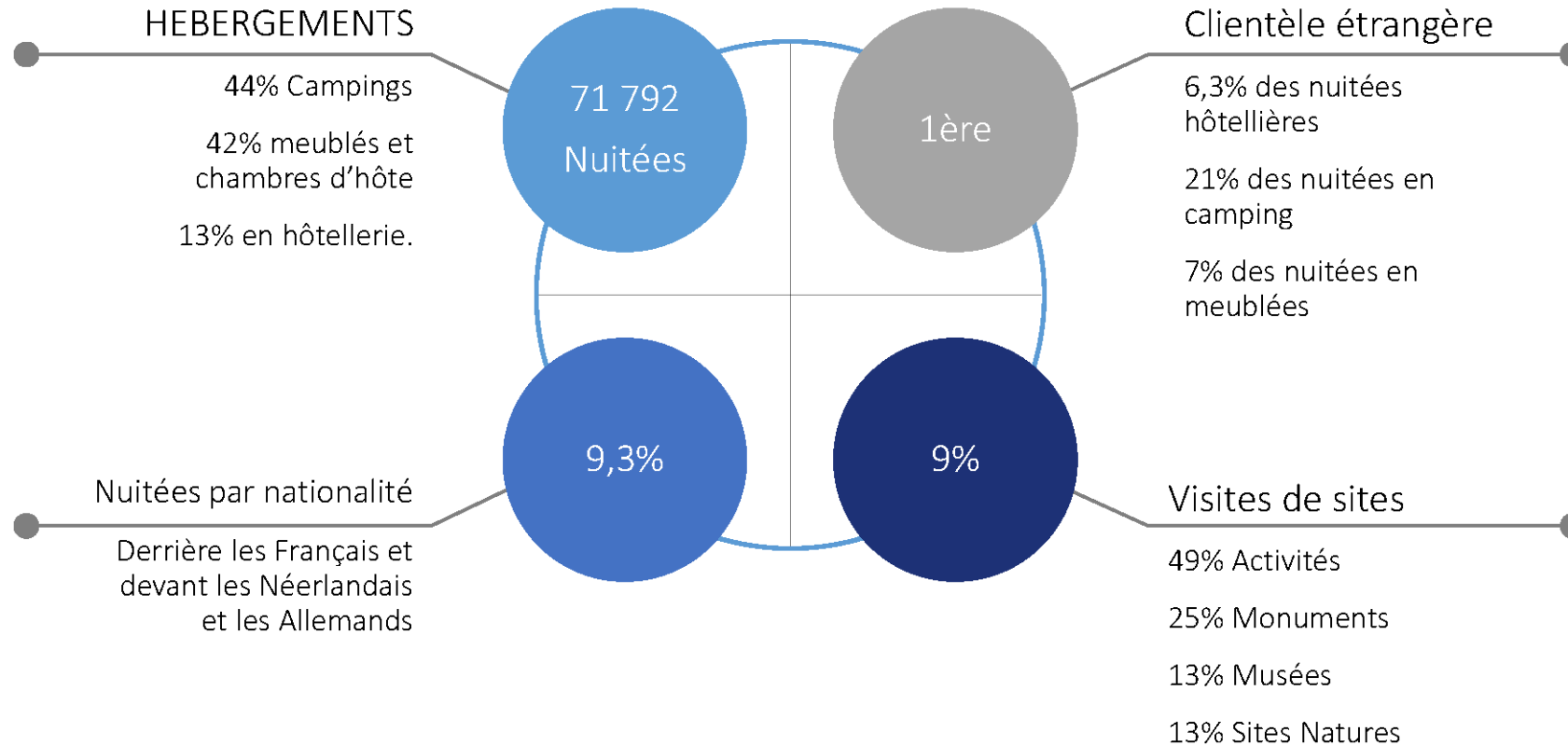
- **Prévisions de croissance sont revues à la baisse**
- **Inflation record en Belgique 9,8%**
- **Flambée des prix**, en particulier ceux de l'énergie, aura une incidence sur le pouvoir d'achat des ménages
- Chute de confiance des ménages

• Sources : Banque mondiale, Bureau fédéral du plan, INSEE, tresor.economie.gouv.fr,

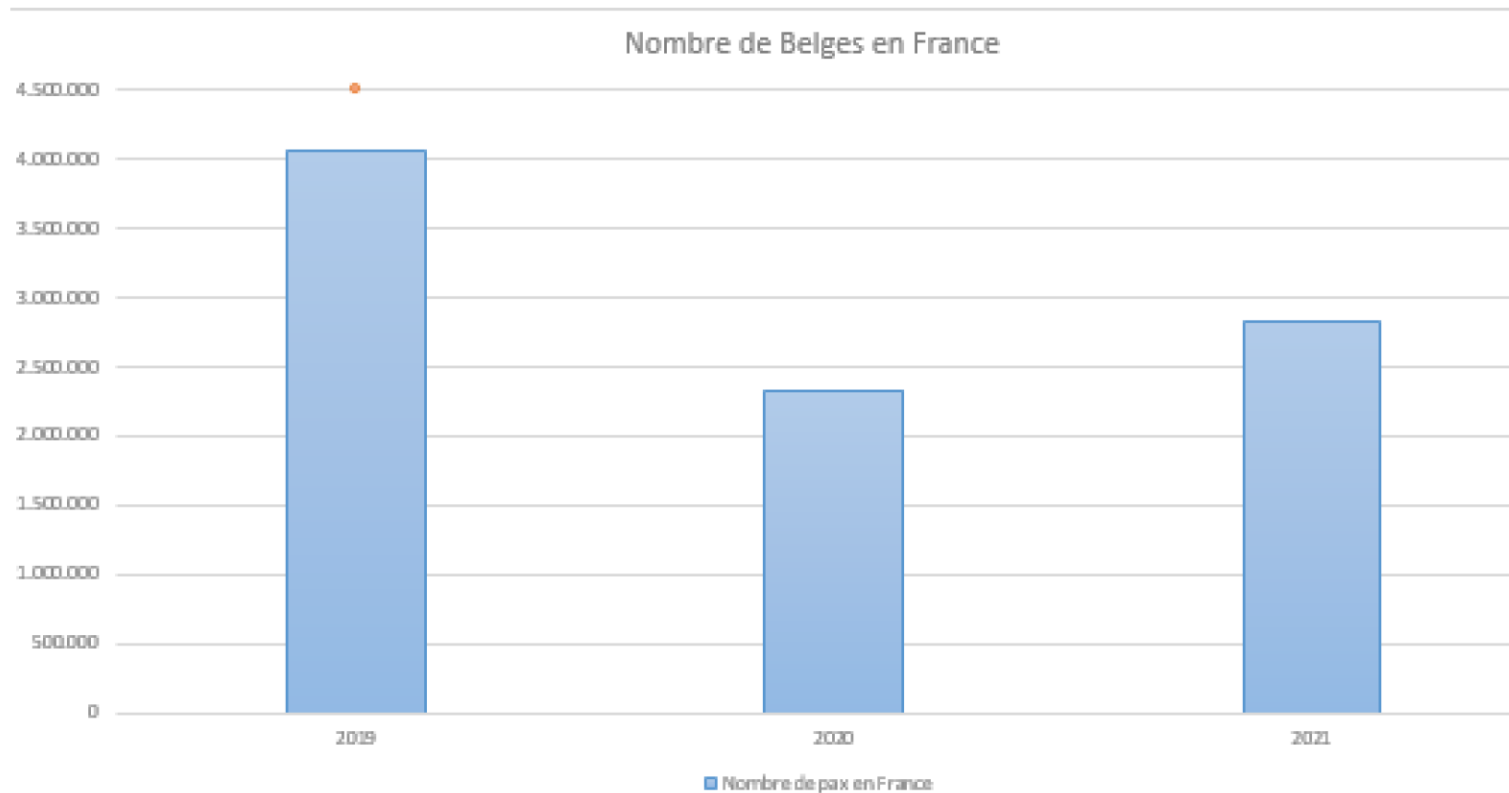
2

Le marché belge en 2021

Les Belges dans la destination

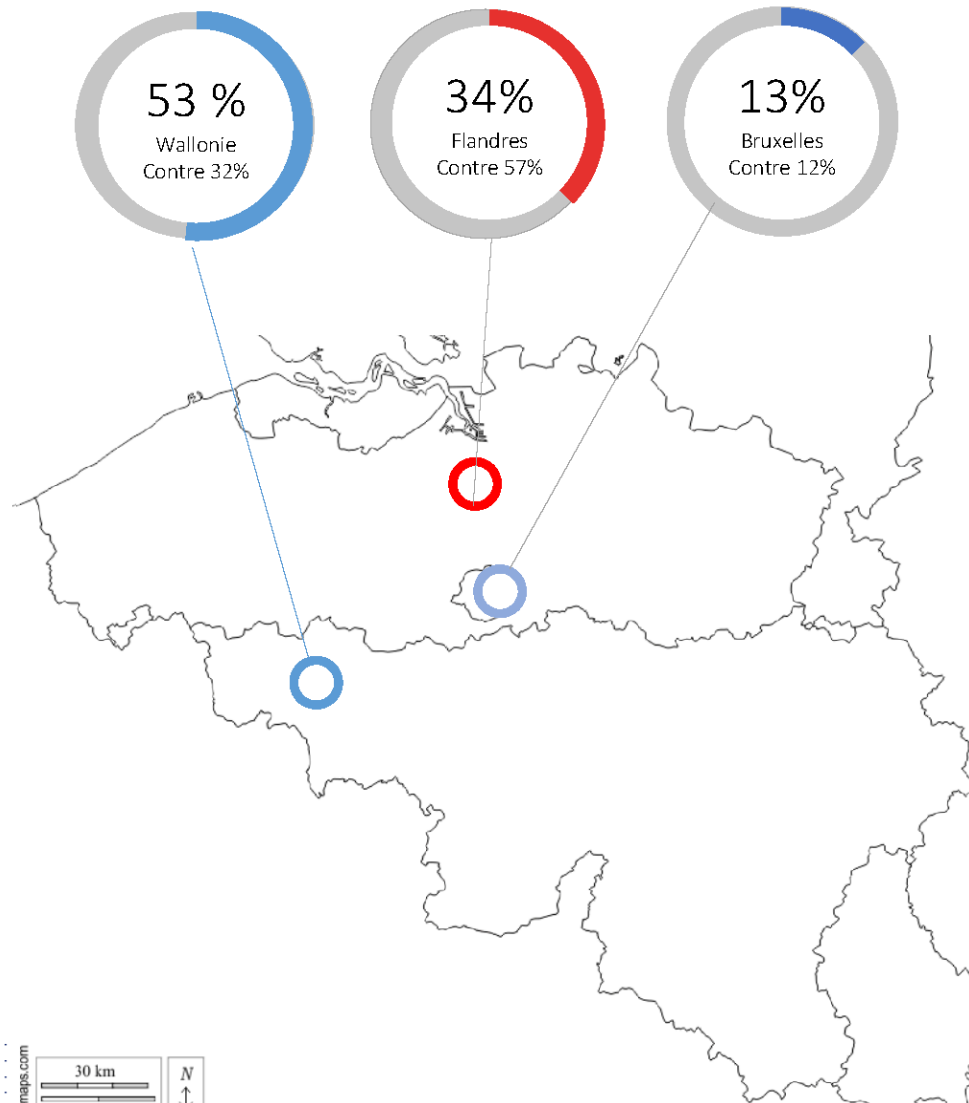


Les Belges en France



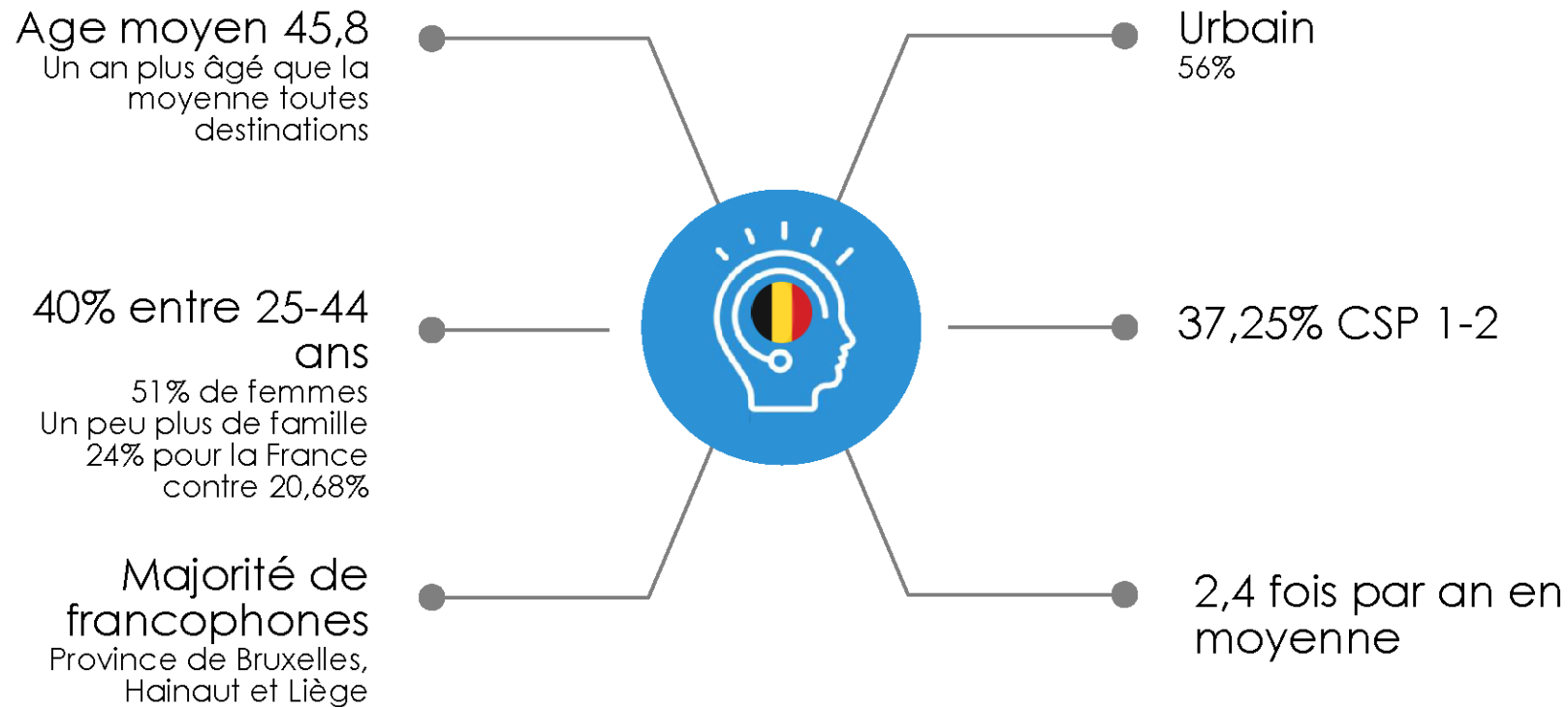
- Baisse du nombre de pax par rapport à 2019 - **37%**
- Stabilité de la part de marché de la France – atout proximité
- 2022 : rattrapage en cours, pas encore retrouvé les chiffres de 2019 – **11% de Janvier à Novembre 2022**

Le profil des voyageurs belges en France / Autres destinations

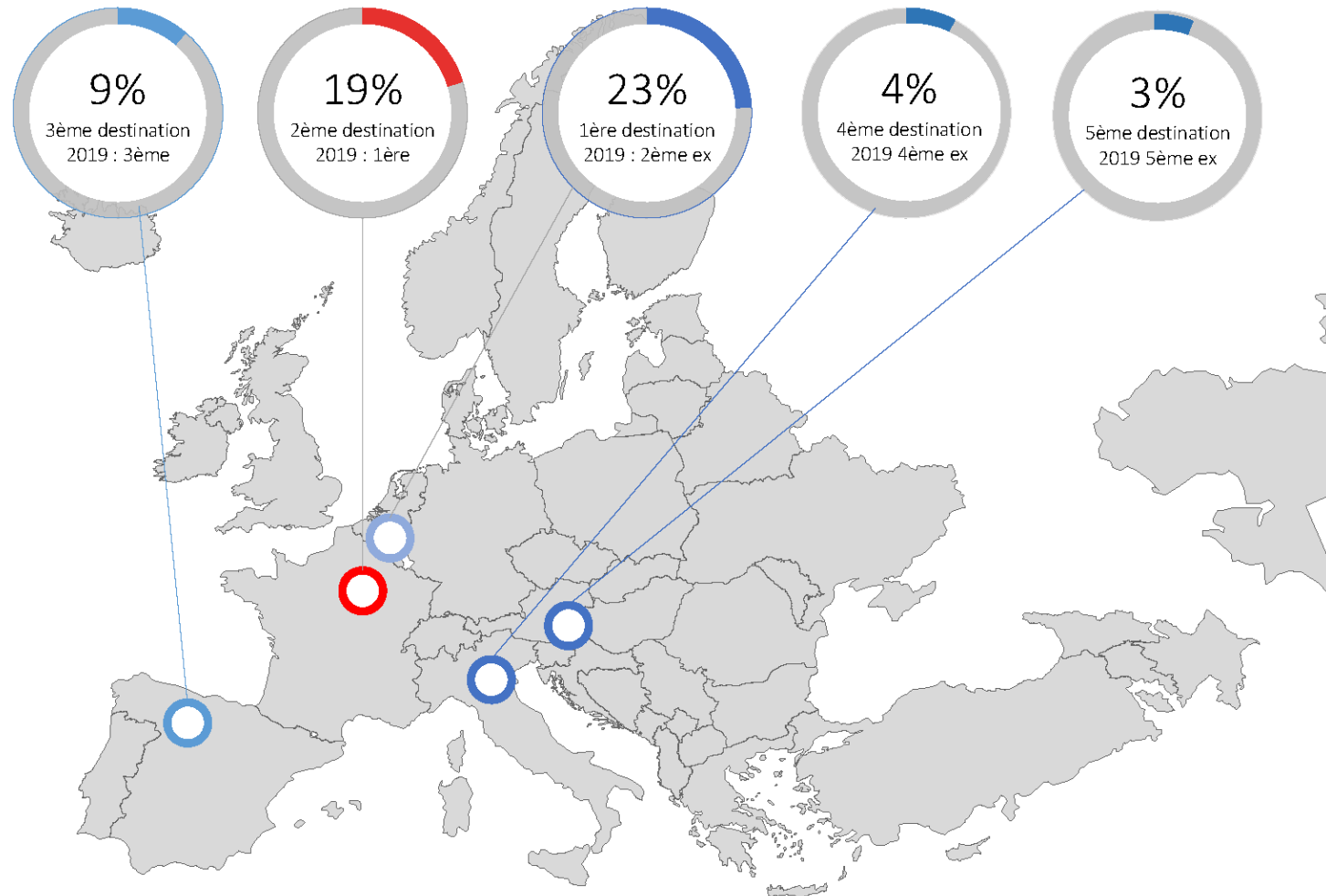


- **Une clientèle de fidélisation en Wallonie** (pour l'été, la France arrive en tête de loin devant la Belgique et l'Espagne)
- **Des clientèles à développer en Flandre** (principalement pour l'été en Belgique, France, Pays-Bas, et l'Espagne)
- **Entre 2019 et 2021, augmentation de 3% des néerlandophones en France**

Le profil des voyageurs belges en France

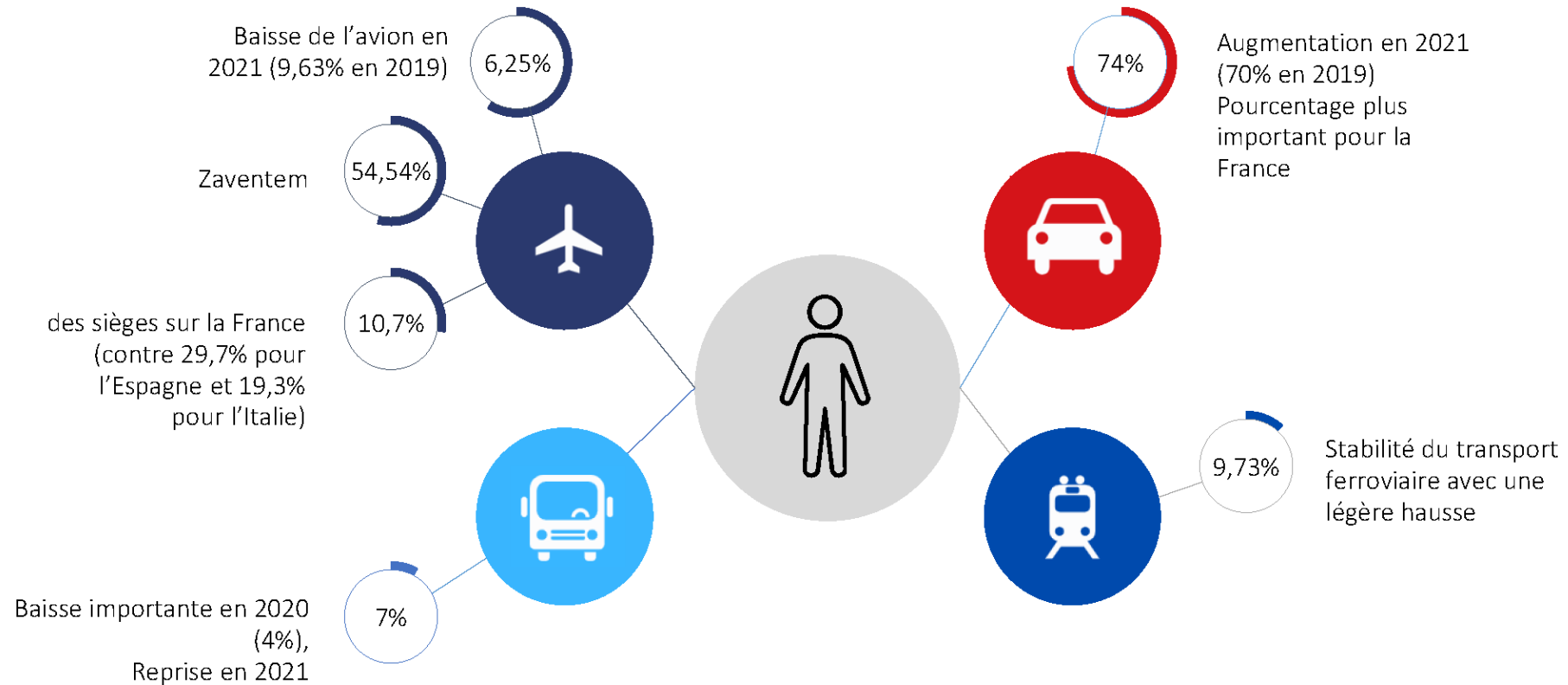


Le Top 5 des destinations pour les Belges

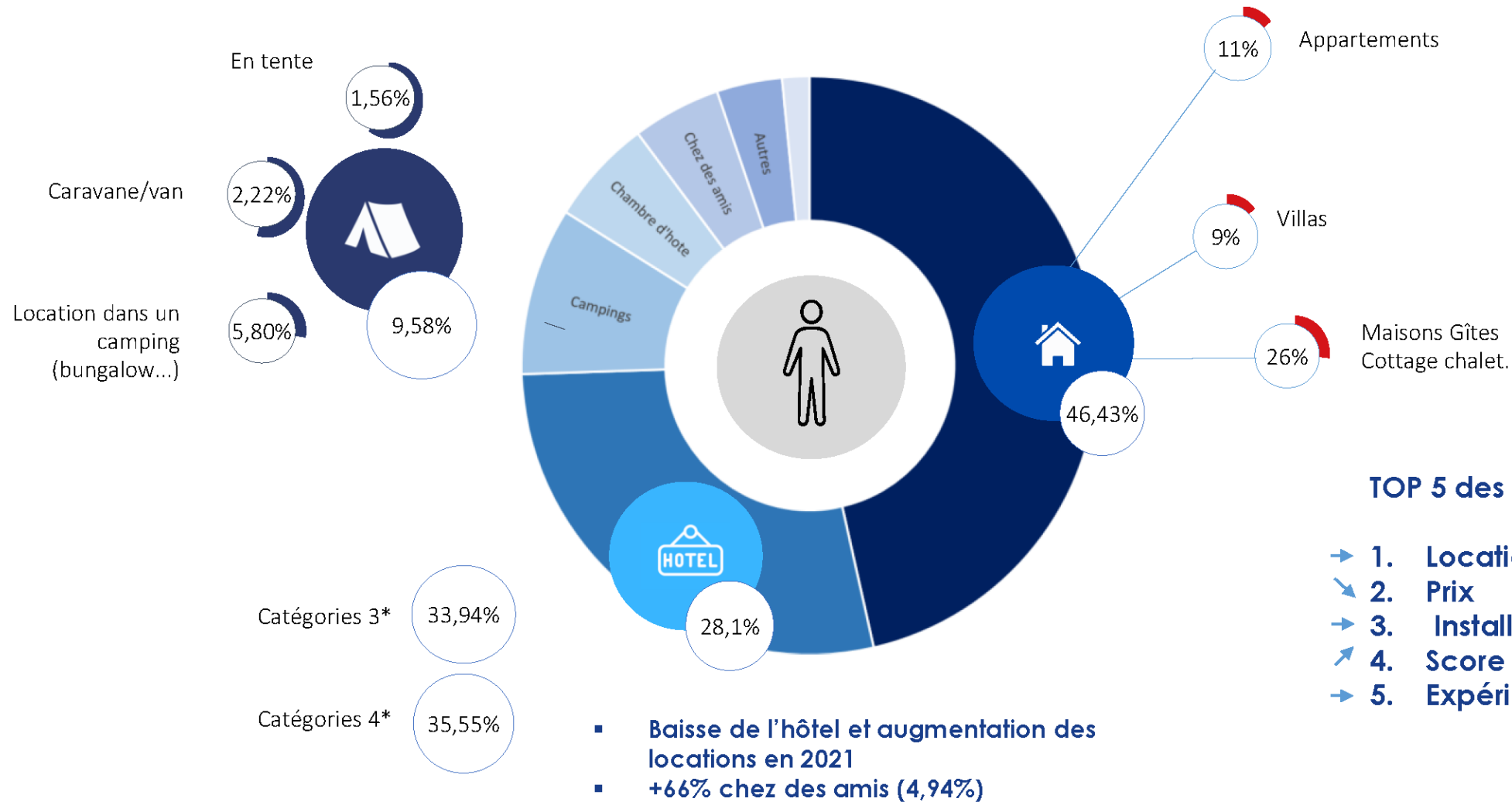


- **Augmentation de la Belgique en tourisme domestique dans la concurrence en 2021**
- **Baisse de l'Italie**
- **En 2022, seule l'Autriche est positive avec +5% par rapport à 2019**

Transports



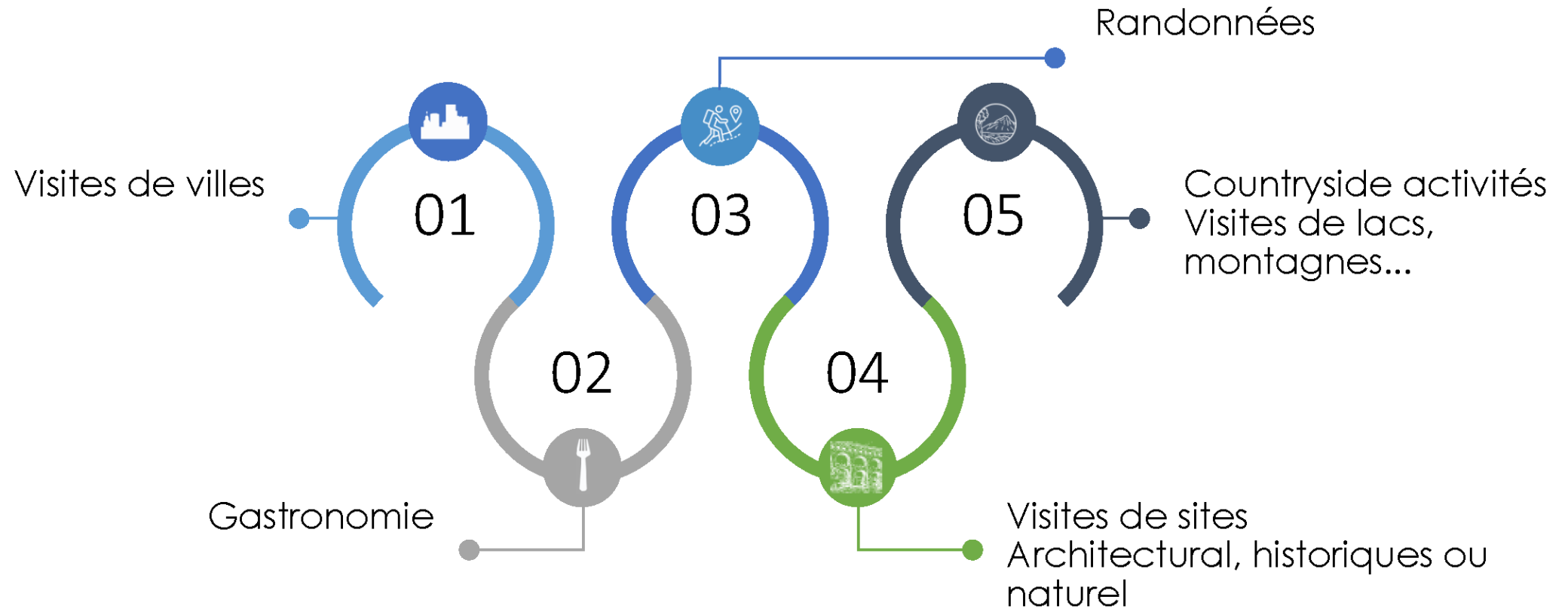
Hébergements



TOP 5 des critères pour leur choix

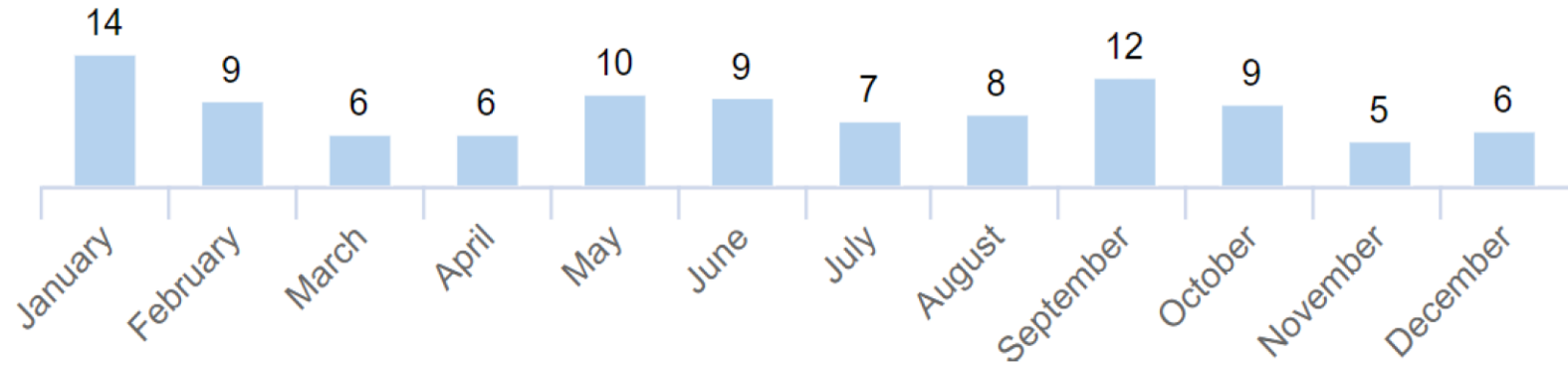
- ➔ 1. Location
- ➔ 2. Prix
- ➔ 3. Installation
- ➔ 4. Score des online reviews
- ➔ 5. Expériences passées

Activités

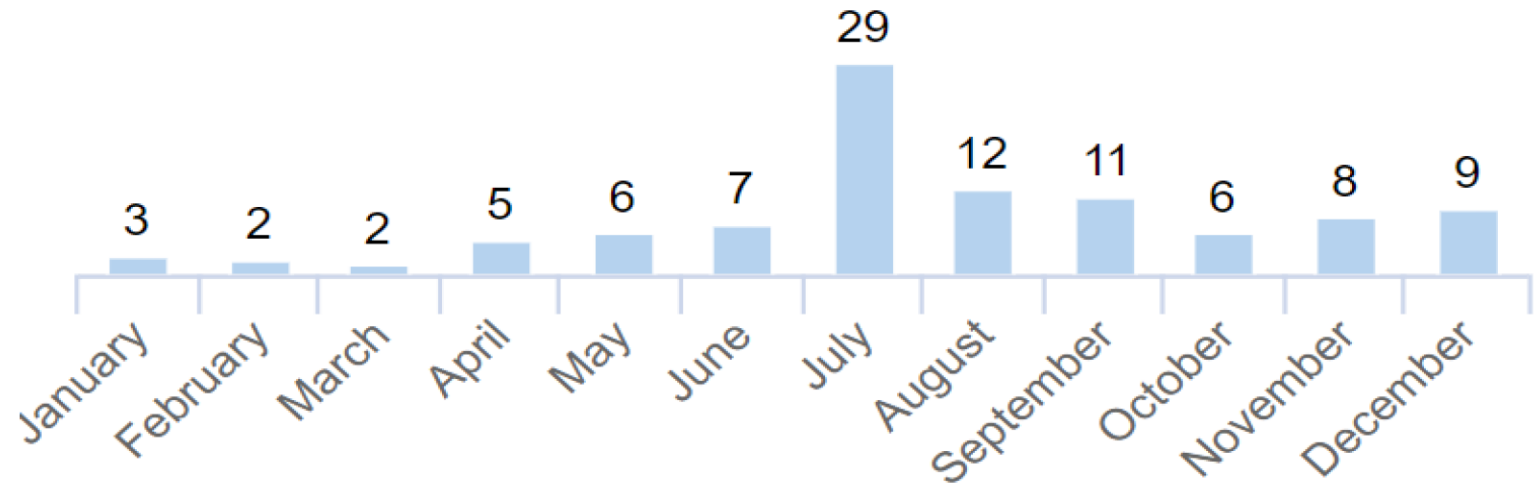


Mois de départ et réservation

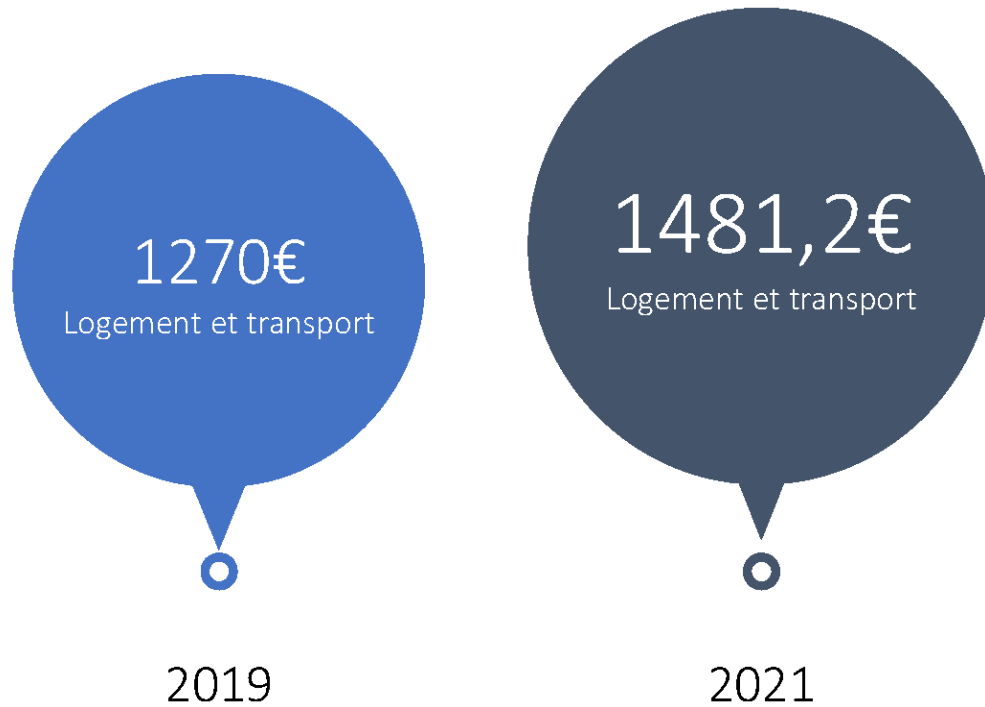
RESERVATIONS



MOIS DE DEPART



Budget



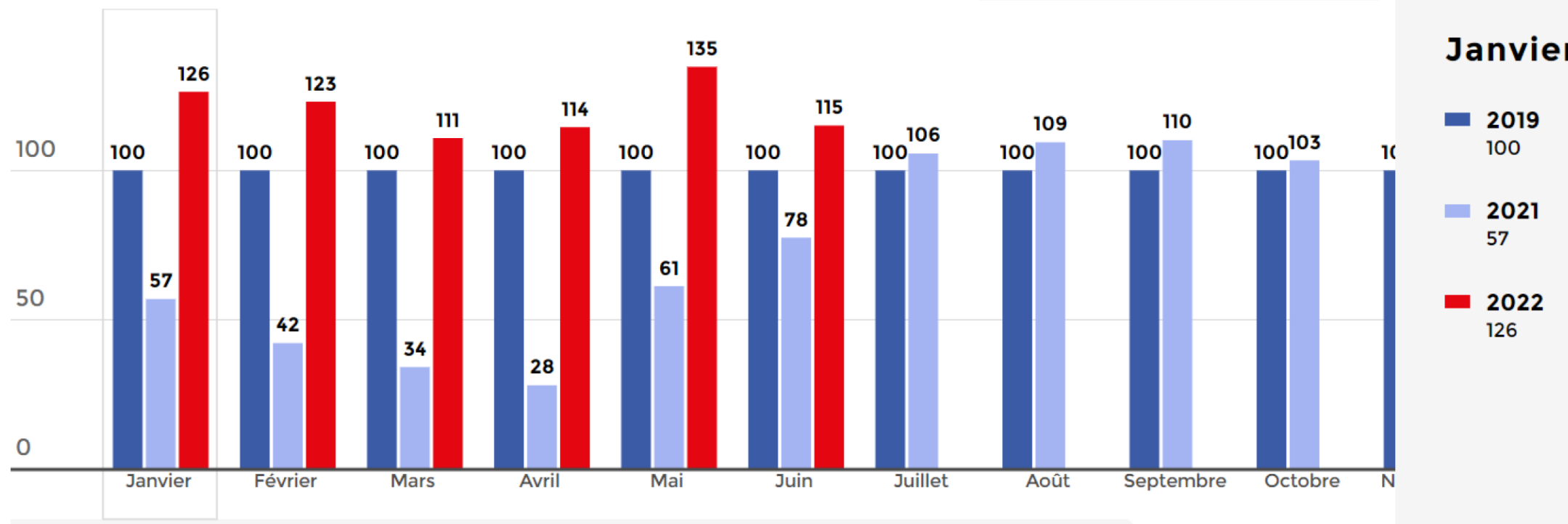
- **Budget plus important car épargne sur 2020**
- **Budget vacances /par séjour : Encore en dessous de la moyenne sur l'Espagne 2413€**

Recettes

Recettes des touristes venant de **Belgique** en France

Indice Base 100 calculé sur 2019

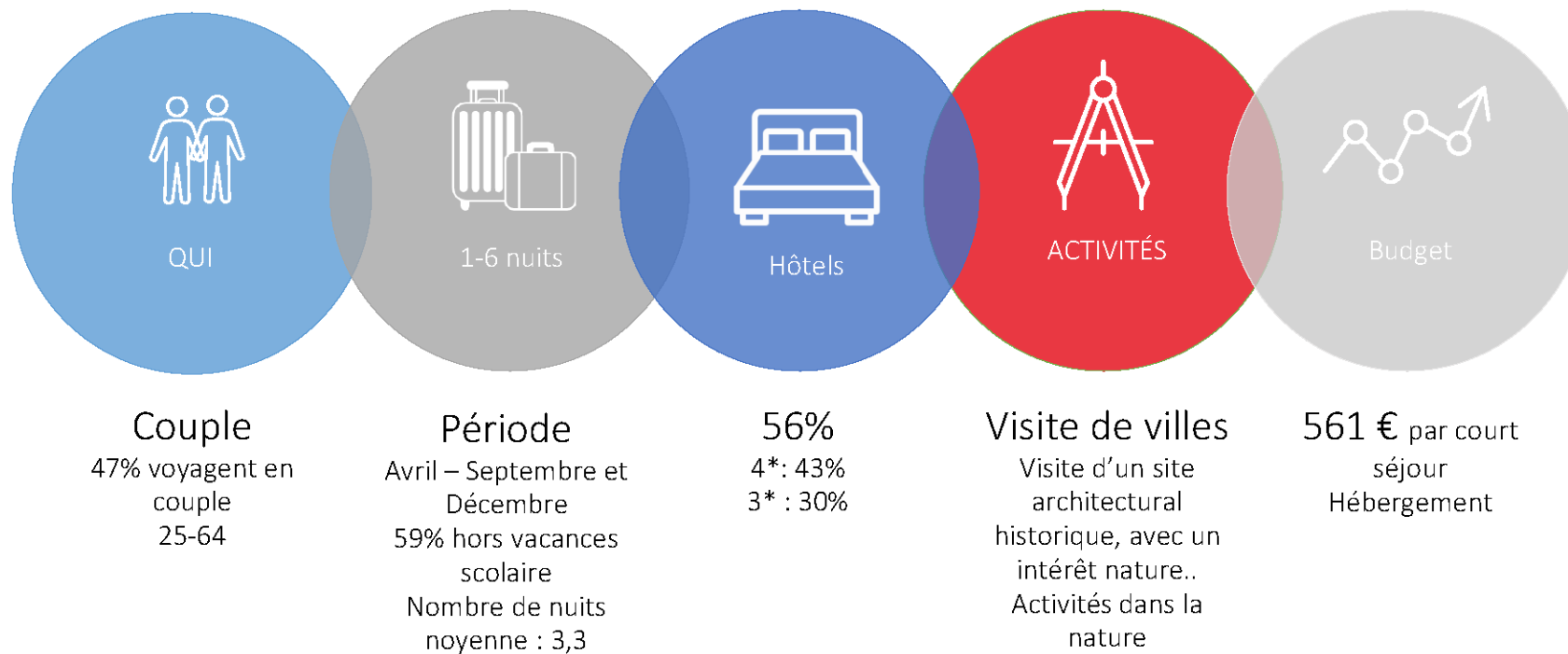
2022, 2021, 2019



2B

Les courts séjours

MARCHE BELGE Courts séjours en France



Facteurs d'influence de l'hébergement choisi :

Location - Prix - Services - Score de l'hébergement - expérience passée

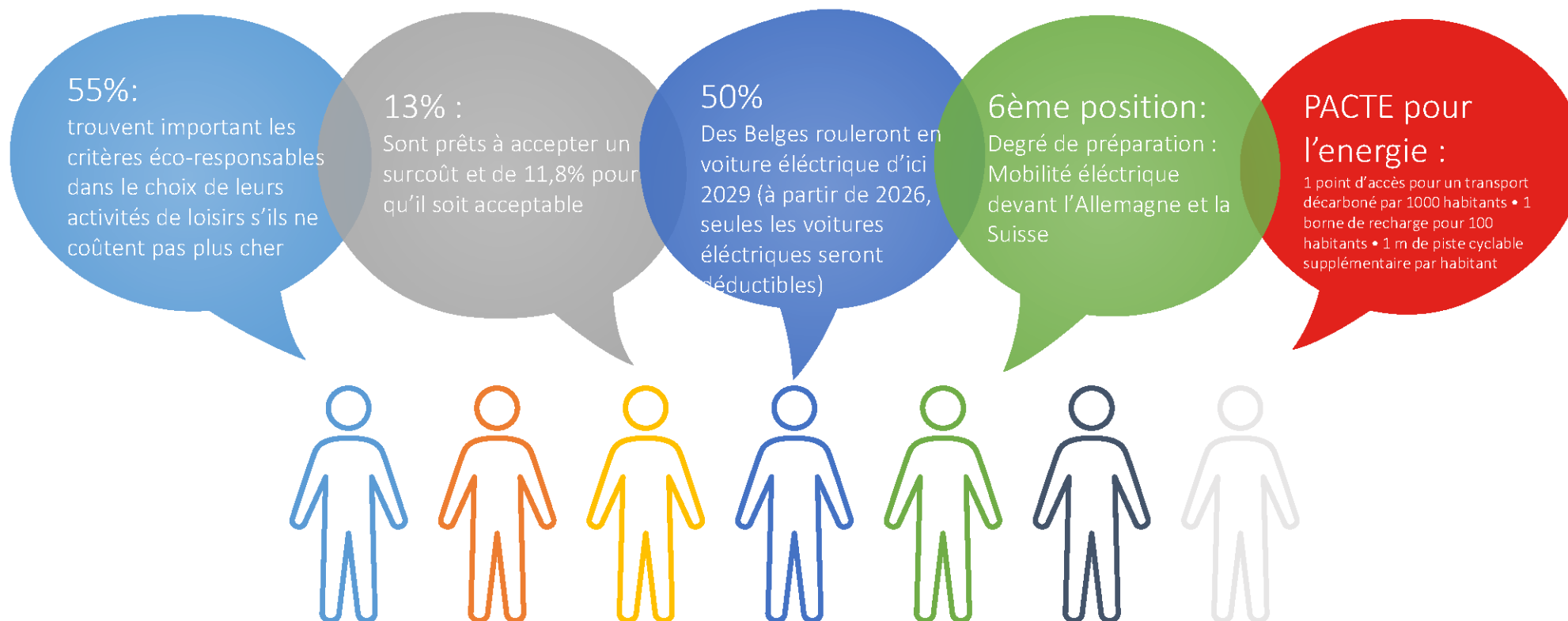
Facteurs d'influence de la destination choisie :

le Pays - expériences passées - la période - la nature - type d'hébergement

2C

Les Belges et le durable

Les Belges et le durable



La France et le durable

01

Positionnement de la France : ni top of mind ni bottom line

Justifications apportées : référence à la nature, au type de transport utilisé pour se rendre dans la destination, le choix du logement sur place

02

Image à valoriser de la France

L'image d'un pays qui valorise et préserve son patrimoine historique, sa nature, sa culture, sa gastronomie, la France est associée à des notions telle que la simplicité, **l'authenticité**, les produits locaux et artisanaux (circuits courts).
La perception des vacances en France incite à une forme de tourisme « authentique » dans la lignée du tourisme durable

03

L'importance du tourisme durable dans le processus de décision

Le choix d'un tourisme durable ne semble pas être un choix conscient, néanmoins il s'agit d'une préoccupation grandissante. Les vacances sont synonymes de liberté. Par conséquent, les clientèles belges aspirent à déconnecter des préoccupations quotidiennes, ce qui passe également par l'abandon des bonnes pratiques en matière de développement durable.

Les Belges et le durable : nos cibles/nos messages

CIBLES

MILLENNIALS

Plus Vert plus local et plus éthique

Tiraillement sur la mise en pratique liée à leur mode vie

Rencontre, partage...

DINKS

Très sensibles aux actions environnementales

Vacances axées sur la découverte, retrouvailles ressourcement...

Hors vacances scolaires, de proximité...

FAMILLE

Conscients des enjeux environnementaux

Contraintes budgétaires

Proche de la nature

Atouts de la France



Villes et villages
de caractère
(patrimoine)



Restauration
durable et
produits locaux



Nature préservée
Déplacements doux

3

**Situation de la
programmation des
professionnels**

Loisirs

4

Reizen Lauwers
Transactief
Transeurope
Vivaweek

Circuits de 3 jours et/ou hébergements secs
(Château de Sedan, Gîtes, Mobilhome, Centre de vacances...)
/ Offre active VTT Ardennes BE/FR

4

Autocaristes
Fermontours
Urmetz
Sambre & Meuse
les Cars Godefroid

REMARQUES

Possibilité : les autocaristes proposent des circuits à la carte à leurs clients associatifs

Peu d'offres car extrême Proximité

Proposer des circuits avec des offres champenoises/Ardennes Belges

5

Contacts

Contacts marché BELUX

Direction

Directrice : Fabienne Javault : fabienne.javault@atout-france.fr

Directrice adjointe : Daniela Jorge Rouault – daniela.jorge@atout-france.fr

Marketing

Responsable : Daniela Jorge Rouault – daniela.jorge@atout-france.fr

Promotion

Responsable : Gisèle Jamin– gisele.jamin@atout-france.fr

Presse

Responsable : Anemone Hubaut – anemone.hubaut@atout-france.fr



Agence de développement
touristique de la France

Pour en savoir plus :
www.atout-france.fr

L'activité du Pôle Marketing

Jauko RAPPEL

Responsable du Pôle Promotion & Communication



Agence de Développement Touristique - ADT

- Tout d'abord, en quelques slides, voici l'ensemble des activités du Pôle promotion et communication en 2022



Pôle Marketing

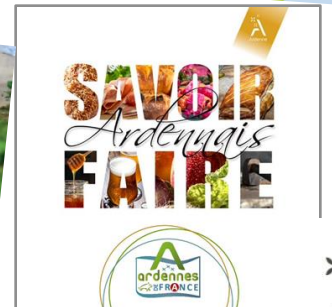
Le grand retour d'Ardennes Tourisme sur les salons en France

- ❑ **Salon Tourissima à Lille – Hauts-de-France**
du 25 au 27 février
✓ 15 100 visiteurs
- ❑ **Salon Destinations Nature à Paris**
du 17 au 20 mars
✓ 40 800 visiteurs
- ❑ **Salon Tendance Nature à Reims**
du 25 au 27 mars
✓ 10 000 visiteurs



Des outils de séduction collection print 2022

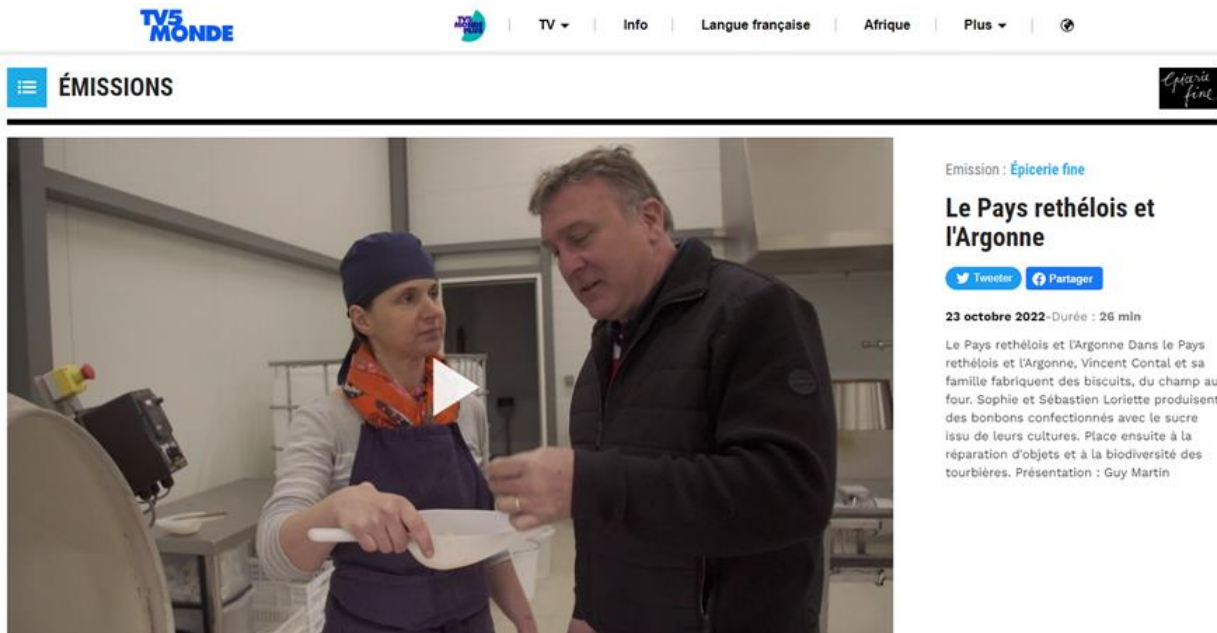
- Edition et diffusion du magazine « **Inspirations Ardennes** » - 38 000 ex. en français et 7 000 ex. en néerlandais, anglais et allemand par an. Diffusion via réseau départements limitrophes + Belgique ;
- Edition et diffusion de la brochure « **A pied et à vélo dans les Ardennes** » 18 000 ex. en français + 8 000 ex. en néerlandais par an ;
- Edition, diffusion du **dossier de presse général et des dossiers thématiques « nature » et « vélo »** - en français, néerlandais et anglais ;
- Edition et diffusion de la **nouvelle carte touristique** des Ardennes – 20 000 ex. par an ;
- Edition et diffusion de la brochure de la marque collective « **Ardennes de France** » - 8 000 ex. par an



Les actions presse en 2022

Les accueils presse/blogueur majeurs en 2022:

- Accueil d'un blog trip "**Un monde à vélo**" - août 2022 – 315 000 utilisateurs du site
- Accueil d'une exploratrice québécoise de VAOLA, une plateforme collaborative pour voyageurs soucieux de leur impact - août 2022



Une sélection de parutions d'articles/reportages en 2022:

- France Inter, diffusion de l'émission **CO2 Mon Amour** "Si un bout d'Ardennes nous était conté..." à réécouter sur Radio France (675 000 auditeurs)
- **TV5 Monde**, l'émission **Épicerie fine** consacrée à l'Argonne et au Pays Rethélois.

Au-delà du voyage



La France hors-sentiers battus ; une exploration dans les Ardennes!

21 octobre 2022

La France est le pays le plus visité du monde. Elle regorge de lieux emblématiques desquels nous avons vu les photos des milliers de fois. Où donc se rendre pour explorer la France hors des sentiers battus? La réponse est simple, partons à la découverte des Ardennes!



La France hors-sentiers



5 hébergements éco-



8 producteurs québécois à

Les actions auprès des professionnels de voyage et TO en 2022



Eductours organisés en collaboration avec l'Agence Régionale du Tourisme du Grand Est et Atout France:

- Accueil de 7 tour-opérateurs belges en Ardennes le 25 juin 2022
- Accueil de 7 tour-opérateurs néerlandais en Ardennes les 15 et 16 septembre

Renouer le contact avec les tour-opérateurs et agences de voyage des marchés de proximité :

- Présences aux côtés de l'Agence Régionale du Tourisme du Grand Est
- Workshops/salons pro dédiés à la Région Grand Est organisés avec les différents bureaux d'Atout France à **Amsterdam, Francfort, Bruxelles et Londres**



Focus sur les actions de marketing digital



Pôle Marketing

La livraison du nouveau site web ardennes.com



- ❑ Mise en ligne effective du nouveau site web de la destination Ardennes le **2 juin 2022.**
- ❑ Nouveau design, responsive mobile, nouvelles rubriques, bouquet de vidéos thématiques et du territoire, réservation en ligne...

Les indicateurs de performance

www.ardennes.com



Les indicateurs de performance et tendances www.ardennes.com

2022



Du 1^{er} janvier au 2 juin 2022
262 010 visiteurs*
soit +45 % Vs 2021 sur la même période du 1^{er} janvier au 2 juin 2021

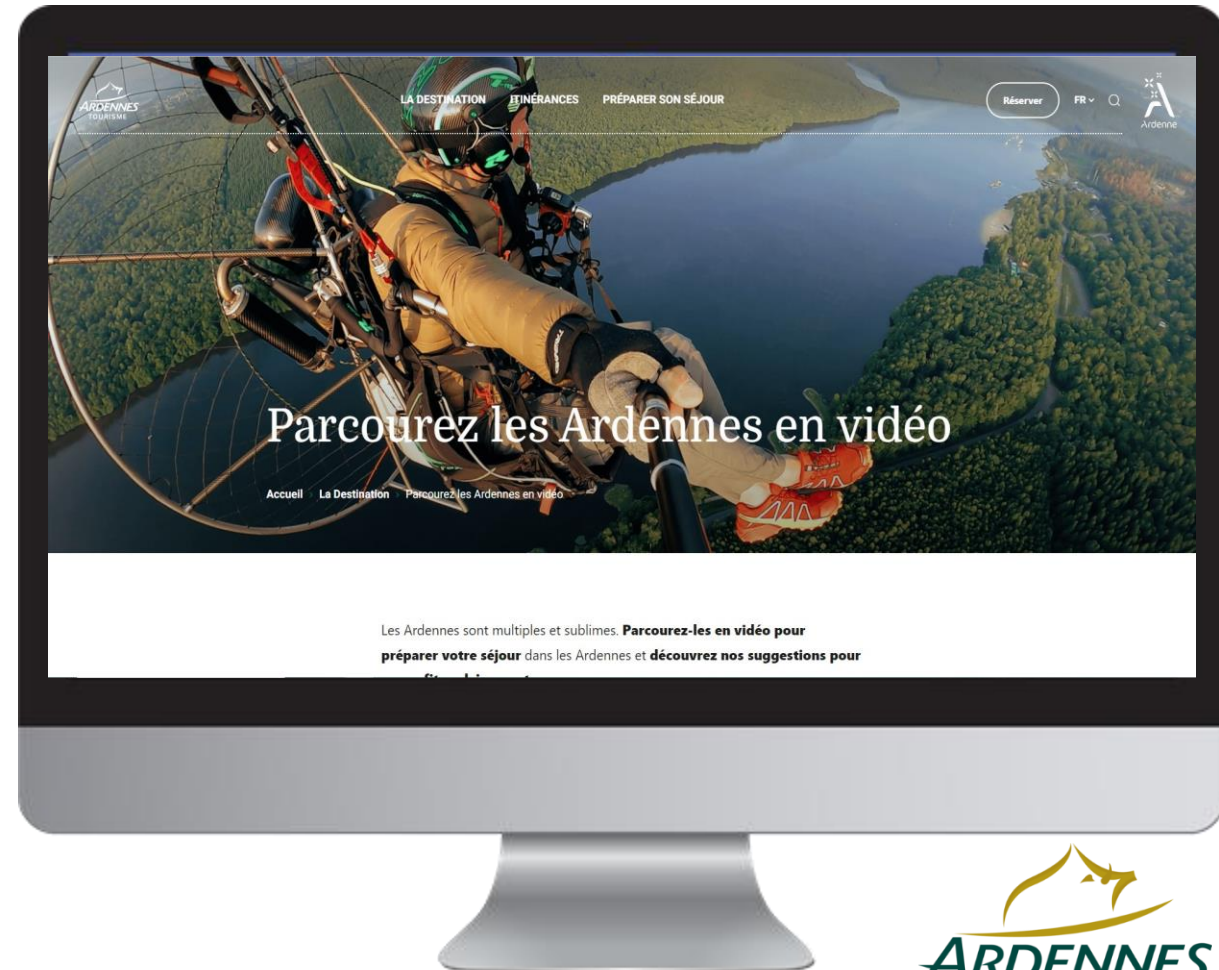
Du 2 juin au 2 novembre 2022
377 000 visiteurs*
soit +37 % Vs 2021 sur la même période du 2 juin au 2 novembre 2021

Les indicateurs de performance et tendances www.ardennes.com

ZOOM SUR AOÛT 2022

90 000 visiteurs
soit +50 % par rapport à 2021

186 732 pages vues
soit +20% par rapport à 2021



Les indicateurs de performance et tendances www.ardennes.com

ZOOM SUR AOÛT 2022

Provenance géographique

72% France
17% Belgique
6% Pays-Bas
5% Autres pays (Allemagne, Royaume-Uni...)

Régions d'origine

1. Grand Est – 25%
2. Non géolocalisé (RGPD) - 16%
3. Ile-de-France – 14%
4. Wallonie – 10%
5. Hauts-de-France – 9%
6. Bruxelles Région - 5%



Les indicateurs de performance et tendances www.ardennes.com

ZOOM SUR AOÛT 2022

Comment les visiteurs accèdent à www.ardennes.com ?

- 58% via des moteurs de recherche
- 27% via nos campagnes en cours
- 11% par une entrée directe
- 2% via d'autres sites web référents
- 2% via les réseaux sociaux



Type de périphérique d'accès

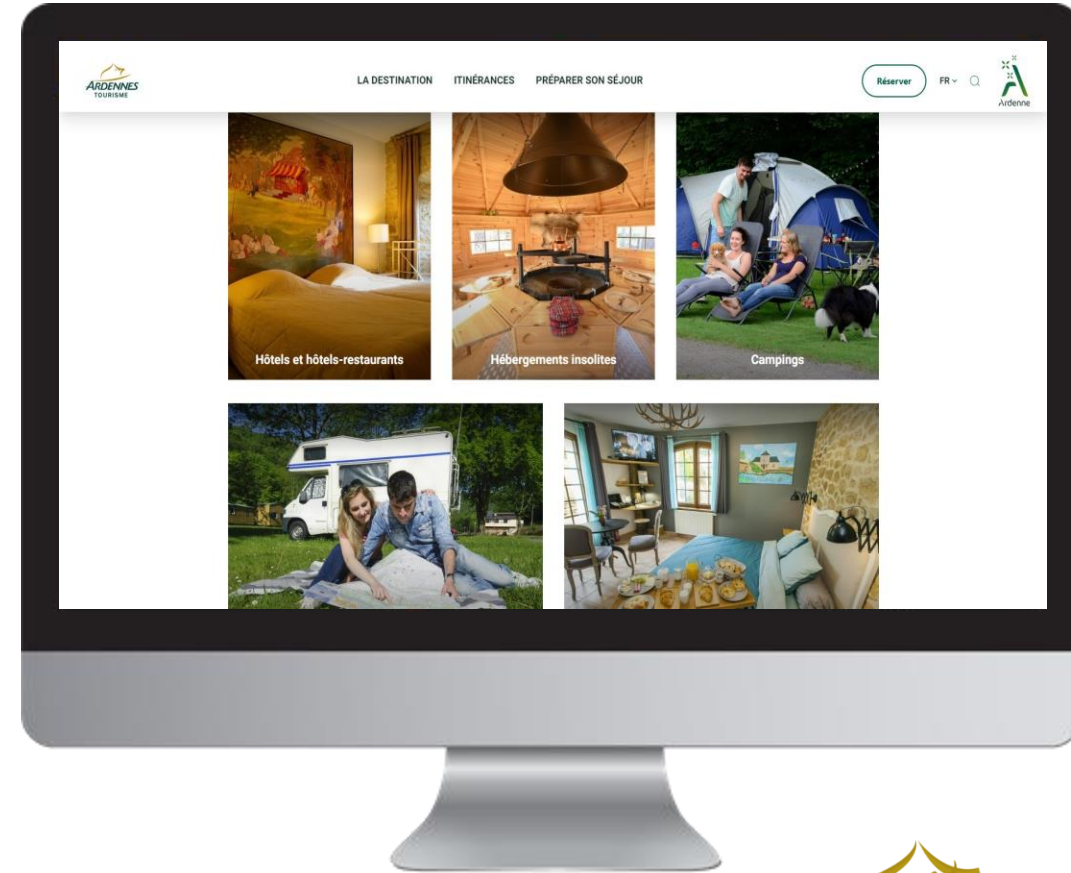
- 77% via mobiles (smartphones/tablettes)
- 23% via ordinateur de bureau

Les indicateurs de performance et tendances www.ardennes.com

ZOOM SUR AOÛT 2022

Rubriques les plus visitées

La Destination	21% des visiteurs
Préparer son séjour	21% des visiteurs
Agenda	7% des visiteurs
Version NL du site	8% des visiteurs
Itinérances	6% des visiteurs



Pôle Marketing

Assurer la montée en puissance du site web www.ardennes.com

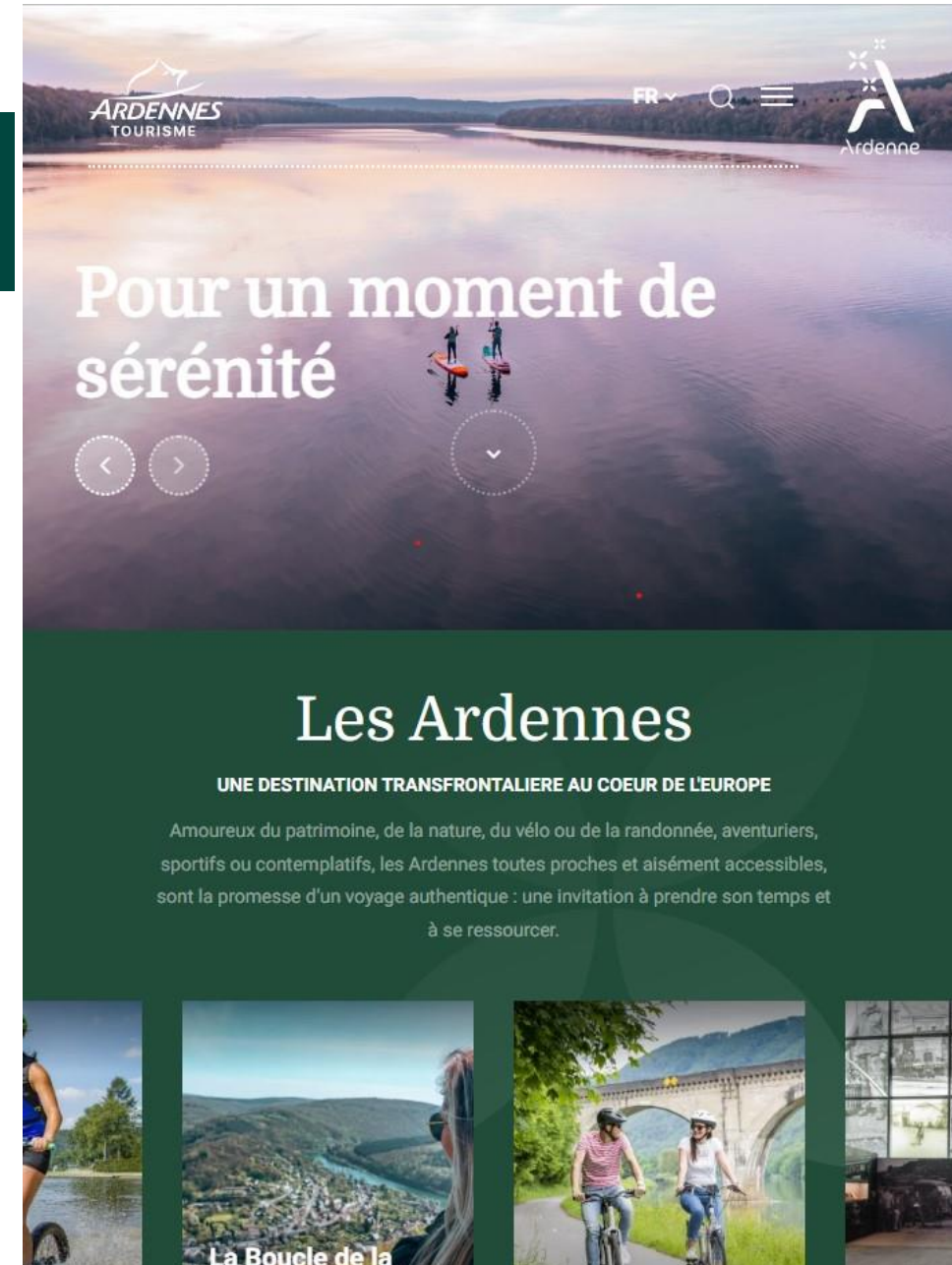
Après la livraison du nouveau site web pour **saison 2022** :

Objectifs majeurs:

- Développer le trafic sur le site www.ardennes.com
- Accroître les communautés Facebook et Instagram

Comment ?

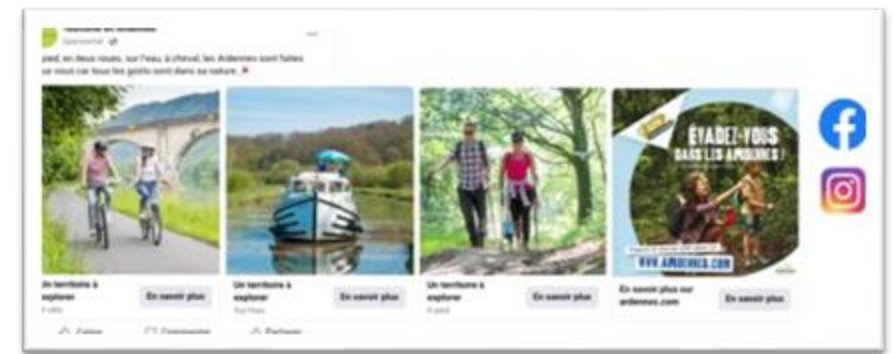
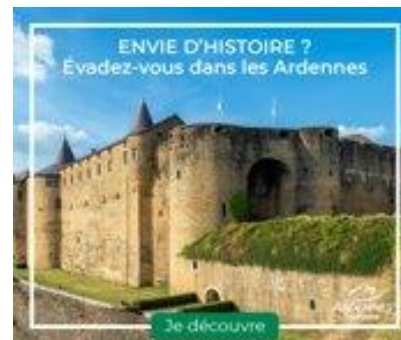
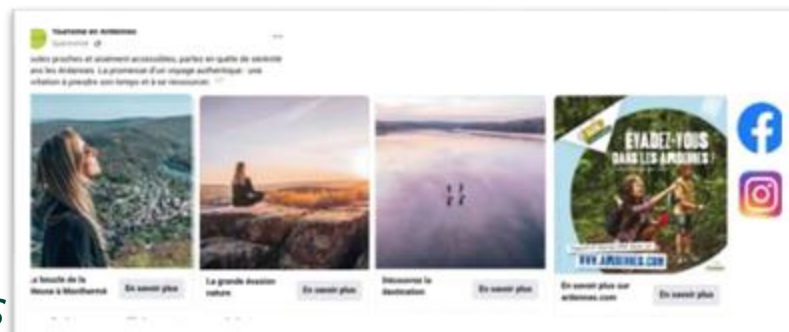
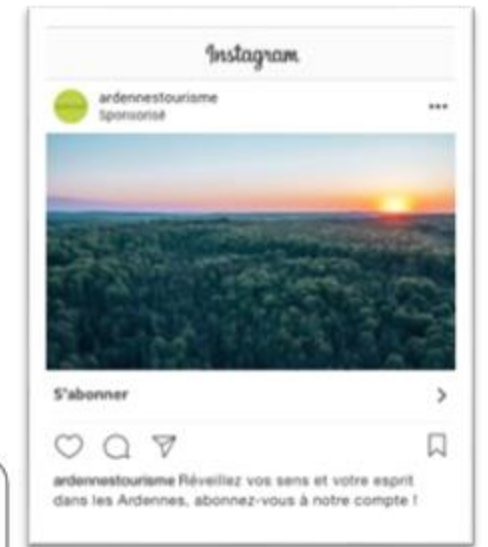
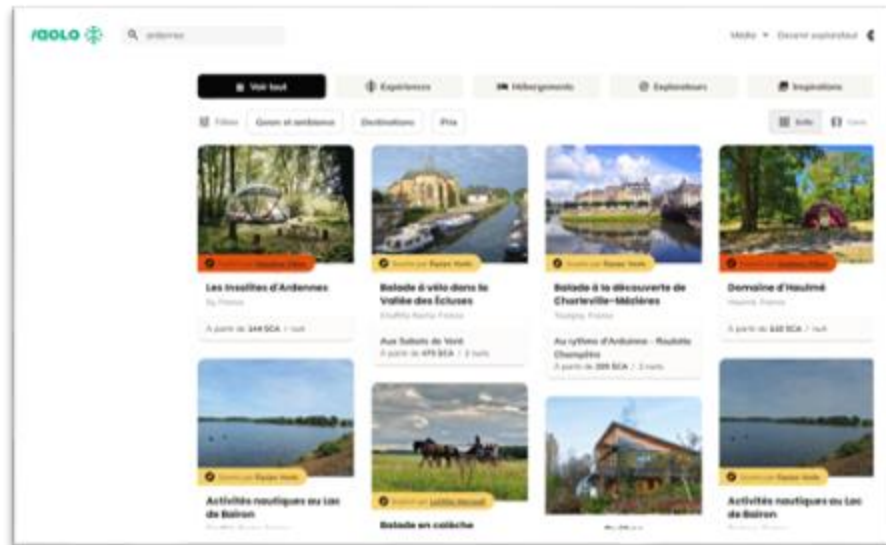
- Développer une campagne de promotion digitale à 360°
 - ✓ Activation de la stratégie éditoriale pour www.ardennes.com
 - ✓ Diffusion de la newsletter de l'ADT à plus de 20 000 contacts
 - ✓ Campagnes de promotion publicitaire et publi-rédac web
 - ✓ Développement d'une stratégie influenceurs = NOUVEAUTÉ
 - ✓ Campagne de promotion, de recrutement et de sponsoring réseaux sociaux



Pôle Marketing

Assurer la montée en puissance du site web www.ardennes.com

➤ Développer une campagne de promotion digitale à 360°



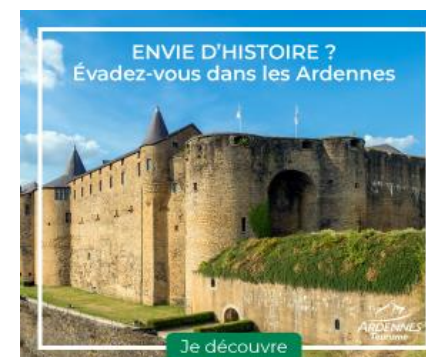
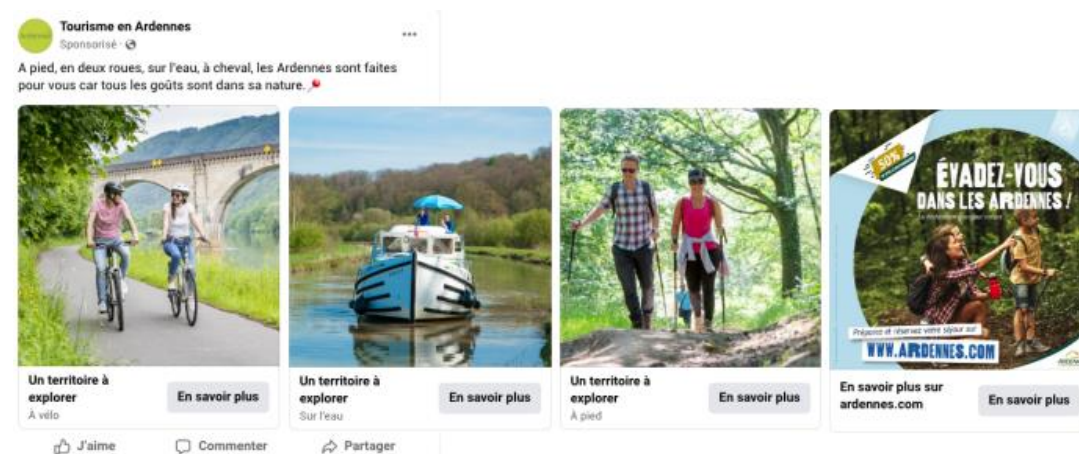
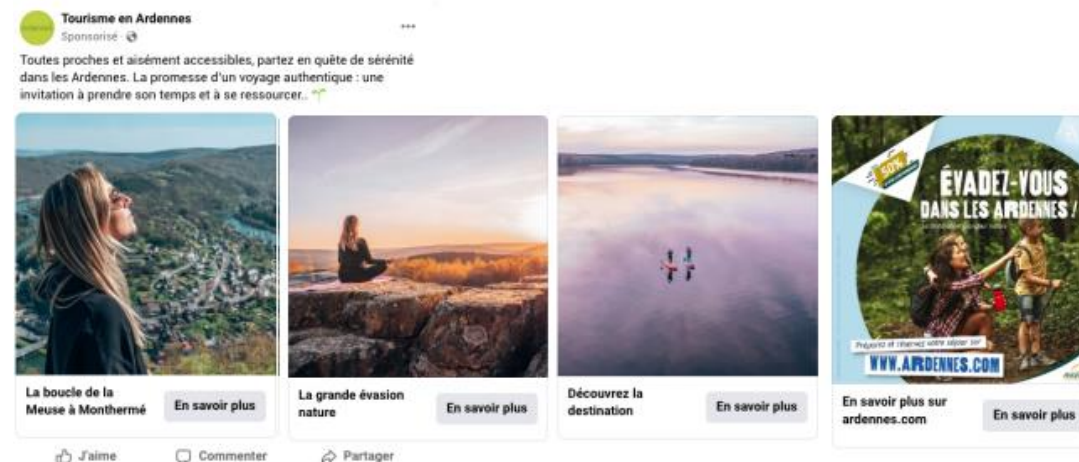
Pôle Marketing

Actions de marketing digital afin :

- ☐ D'optimiser la notoriété des Ardennes auprès d'un public à 300 km autour du département
- ☐ générer du trafic sur le nouveau site web
- ☐ promouvoir le bouquet des vidéos "Ardennes Inspirations"

En mettant en œuvre:

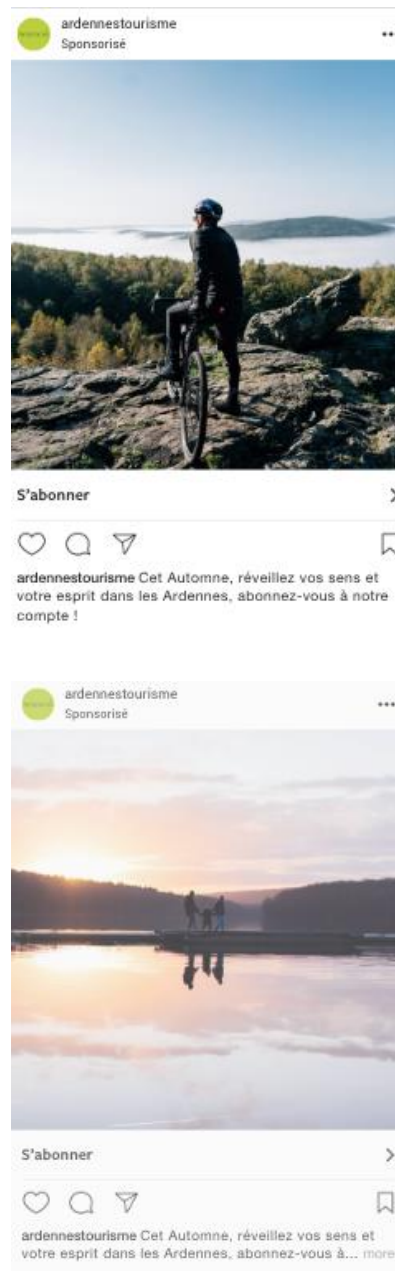
- ☐ une animation régulière des réseaux sociaux de l'ADTA avec des visuels/vidéos
- ☐ une campagne publicitaire sur les réseaux sociaux
- ☐ une campagne publicitaire digitale avec la presse régionale du Nord, de la Picardie et de la Marne



Pôle Marketing

Premiers résultats probants:

- ❑ Près de 2 millions de vues de vidéos sur Facebook depuis le 1er mars 2022
- ❑ Près de 10.000 vues auprès d'un public néerlandais
- ❑ Une part de 27% de la fréquentation du nouveau site web grâce aux campagnes menées



Les indicateurs de performance des réseaux sociaux 2022

En collaboration avec l'agence de communication digitale ADRING:

Facebook Tourisme en Ardennes en 2022*

- 77 731 abonnés
- 115 publications
- 22 millions d'impressions (publications vues)
- 9 vidéos sponsorisées générant 8,1 millions d'impressions (publications vues) et plus de 51 600 clics générés sur les vidéos
- 5 publicités pour générant 10,6 millions d'impression (publicités vues) et 100 000 clics générés sur le site web

*observé jusqu'au 30 septembre 2022



Les indicateurs de performance des réseaux sociaux 2022

En collaboration avec une agence de communication digitale spécialisée :
Instagram Ardennes Tourisme en 2022 *

15 123 abonnés
115 publications
2,7 comptes Instagram touchés (publications vues)
et près de 9 000 clics générer pour s'abonner à la page

*observé jusqu'au 30 septembre 2022



Les indicateurs de performance campagne publicitaire digitale 2022

L'Union
La Voix du Nord
Le Courrier Picard
www.sudinfo.be

Campagne de communication presse digitale régionale en France et Belgique

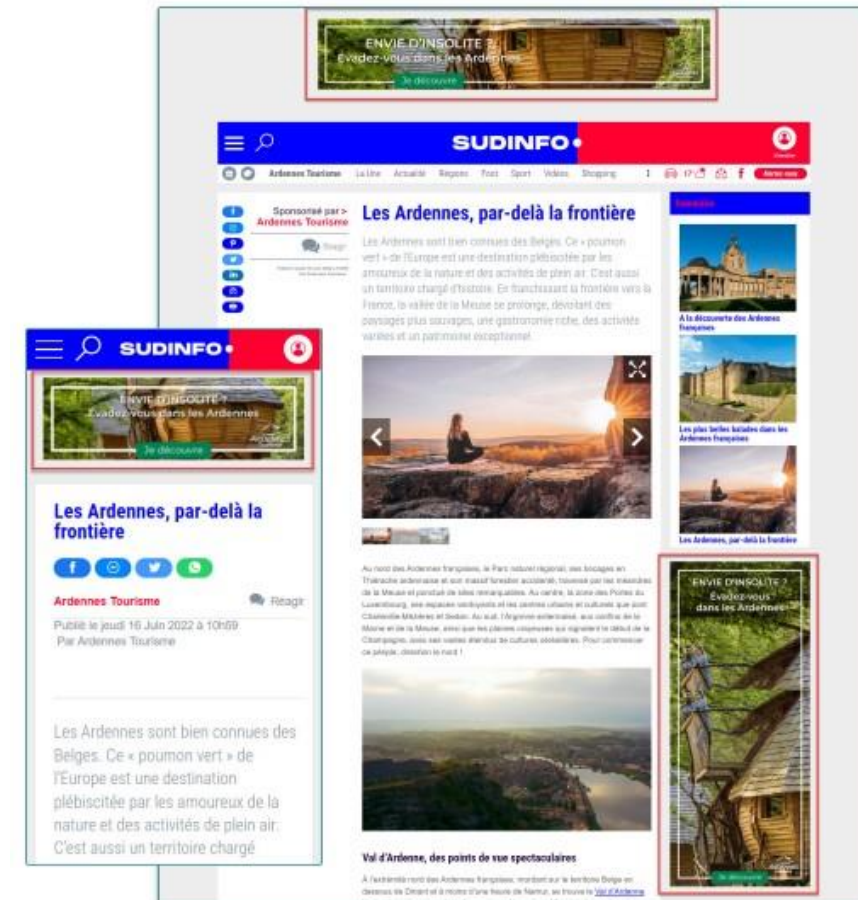
- 5 web communiqués publiés du 7 juin au 23 octobre dans chacun des médias incluant l'ensemble des vidéos de l'ADT

Au total 10 000 lectures prévues ;

- 5 campagnes publicitaires sur chacun des médias avec campagne display (visuels pub dans rédactionnel) et campagne préRoll (vidéo/capsules dans rédactionnel)

Au total 400 000 impressions prévues et 100 000 vues à 100% prévues ;

- 1 campagne avec 3 web communiqués et une campagne publicitaire digitale sur Namur, Bruxelles et Liège.



Les indicateurs de performance campagne publicitaire digitale 2022

Campagne de communication presse digitale régionale en France et Belgique

Premiers résultats sur trois campagnes réalisées:

- 6031 lectures au total avec 2,15 min de temps de lecture,
- 240 000 publicités vues au total et 60 000 vidéos vues à 100% ;
- total de 1070 clics générés sur l'ensemble des campagnes ;
- 4 077 lectures pour la campagne belge avec une moyenne de 2 min 55 de temps de lecture



Newsletter grand public

Stratégie & Diffusion

La newsletter "Ardennes Inspirations" avec nouvelles rubriques et nouveau graphisme.

Depuis le printemps 2022: recrutement de **4 000 nouveaux abonnés** à la newsletter grâce à :

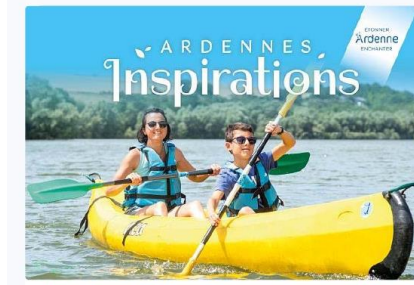
- L'opération "Evadez-vous dans les Ardennes« (opt-in)

Envoi de 5 newsletters depuis le début de la saison 2022

Nombre de destinataires par newsletter : **20 000 contacts**

Taux de clic moyen par newsletter: 5,4%

(moyenne nationale – secteur tourisme = 1,39%)



ARDENNES Inspirations

Lettre d'information de l'Agence de Développement Touristique des Ardennes

Réservez votre séjour

LE COUP DE CŒUR

Le magazine Inspirations

Soixante pages d'idées de sorties, d'escapades familiales, d'itinéraires, d'expériences, de rencontres, pour un séjour authentique en terre d'Ardennes. Le magazine Inspirations est disponible gratuitement dans les offices de tourisme du département et en téléchargement. Un outil indispensable à vous procurer avant cet été.

DÉCOUVRIR

LE BON PLAN

Séjour Cabaret Vert... on s'occupe de tout !

L'été arrive... Il est temps de réserver votre séjour pour le Cabaret Vert. Du 17 au 21 août, le cœur de Charleville-Mézières battra encore plus fort avec 5 jours de fête, 4 scènes et une centaine de concerts. En famille, ou entre amis, partez sereins et découvrez nos séjours insolites allant de la bière à la detox.

EN SAVOIR PLUS

LA TENDANCE DU MOMENT

Faire le plein de nature et d'aventures

Dans les Ardennes, l'aventure vous attend. Gardez la forme avant l'été avec tout un choix d'activités de pleine nature : parcours acrobatiques dans les arbres, randos avec des ânes... Les professionnels du réseau Ardennes Nature & Aventures vous proposent une large palette d'activités.

VOIR LA VIDÉO

TESTÉ POUR VOUS

Réserver un séjour Clévacances

Réseau de qualité, reconnu au niveau national, Clévacances Ardennes propose une grande variété d'hébergements. Chambres d'hôtes, appartements en ville, petites maisons à la campagne... À réserver sans tarder pour vos prochaines vacances.

DÉCOUVRIR

COVID 19: L'ensemble des acteurs touristiques ardennais met tout en œuvre pour vous accueillir dans les meilleures conditions et dans le respect des consignes sanitaires (gestes barrières et distanciation sociale). Il est recommandé de consulter les sites internet des prestataires ou de les contacter par mail ou par téléphone afin de connaître leurs modalités d'accueil.



ARDENNES Inspirations

Lettre d'information de l'Agence de Développement Touristique des Ardennes

Préparez votre séjour

LA TENDANCE DU MOMENT

Partir sur les routes du Tour

Cette année marque le grand retour du passage du Tour de France dans les Ardennes. Le jeudi 7 juillet, les coureurs partiront depuis Binche, en Belgique, avant d'arriver à Regniowez et parcourir, ensuite, les routes du département sur plus de 90 kilomètres.

DÉCOUVRIR

LE BON PLAN

Jusqu'à 100 € remboursés

Évadez-vous dans les Ardennes à l'occasion du passage du Tour et profitez de cette offre exceptionnelle. Il suffit de réserver au minimum 2 nuits consécutives (hôtel, camping, chambre d'hôtes ou gîte, meublé...) ET de déjeuner ou dîner dans un restaurant ou pratiquer une activité de loisir. Jusqu'à 100 € vous seront alors remboursés suite à votre séjour dans les Ardennes.

EN SAVOIR PLUS

LE COUP DE CŒUR

Les Logis, hébergeur officiel des équipes cyclistes du Tour

Grâce à son statut d'hébergeur officiel de la grande boucle, les hôteliers Logis ont à cœur de proposer une restauration à base de produits frais et locaux et de recevoir les coureurs et leur staff dans les meilleures conditions.

VOIR LA VIDÉO

TOUR France

Logis

Fournisseur officiel

TESTÉ POUR VOUS

Le label Accueil vélo

Que vous soyez cycliste chevronné ou simple amateur, suivez le label Accueil vélo. Cette marque nationale offre la garantie de trouver un endroit sécurisé pour votre vélo et de quoi le réparer en cas de problème.

EN SAVOIR PLUS

COVID 19: L'ensemble des acteurs touristiques ardennais met tout en œuvre pour vous accueillir dans les meilleures conditions et dans le respect des consignes sanitaires (gestes barrières et distanciation sociale). Il est recommandé de consulter les sites internet des prestataires ou de les contacter par mail ou par téléphone afin de connaître leurs modalités d'accueil.

La grande nouveauté sur www.ardennes.com



Solution de commercialisation Elloha

Zoom sur le chiffre d'affaires au 31/10/2022

CA TTC : 548 413 €

5441 réservations

+ 76 % par rapport à 2021

- Culture, loisirs : 140 241 €
- Campings : 67 262 €
- Hébergements : 340 910 €

PROS : VOTRE SITE WEB AVEC ELLOHA



Elloha, un outil pour booster vos réservations.

RÉSERVEZ EN DIRECT

Hébergements

Activités

Tout type d'hébergement Date 1 nuit 1 hébergement / 2 adultes MODIFIER RECHERCHER

Comptes diffusés par Elloha : 266

Hébergements : 220

Monuments et loisir culturel : 6

Loisir sportif : 7

Hôtels (offre via Booking) : 30

Campings : 3

**Merci de votre
attention**



POINT D'ACTUALITÉ TOURISME



L'AMÉNAGEMENT, L'ENTRETIEN ET LA PROMOTION DU RÉSEAU DES VOIES VERTES

Voie verte
Trans-Ardenne

Voie verte
Sud-Ardenne

Le Conseil départemental des Ardennes aménage pour vous la

Voie verte Sud-Ardennes

**110 KM DE VOIE VERTE LE LONG DU CANAL
DES ARDENNES, DE L' AISNE ET DE VOUZIER
DE PONT À BAR À BRIENNE-SUR-AISNE**

Planning prévisionnel de travaux : Septembre 2021 – Juin 2023

Cout du projet estimé : 11 MILLIONS HT

Maîtrise d'ouvrage : Conseil départemental des Ardennes

Maîtrise d'œuvre : Conseil départemental des Ardennes

Co-financeurs :

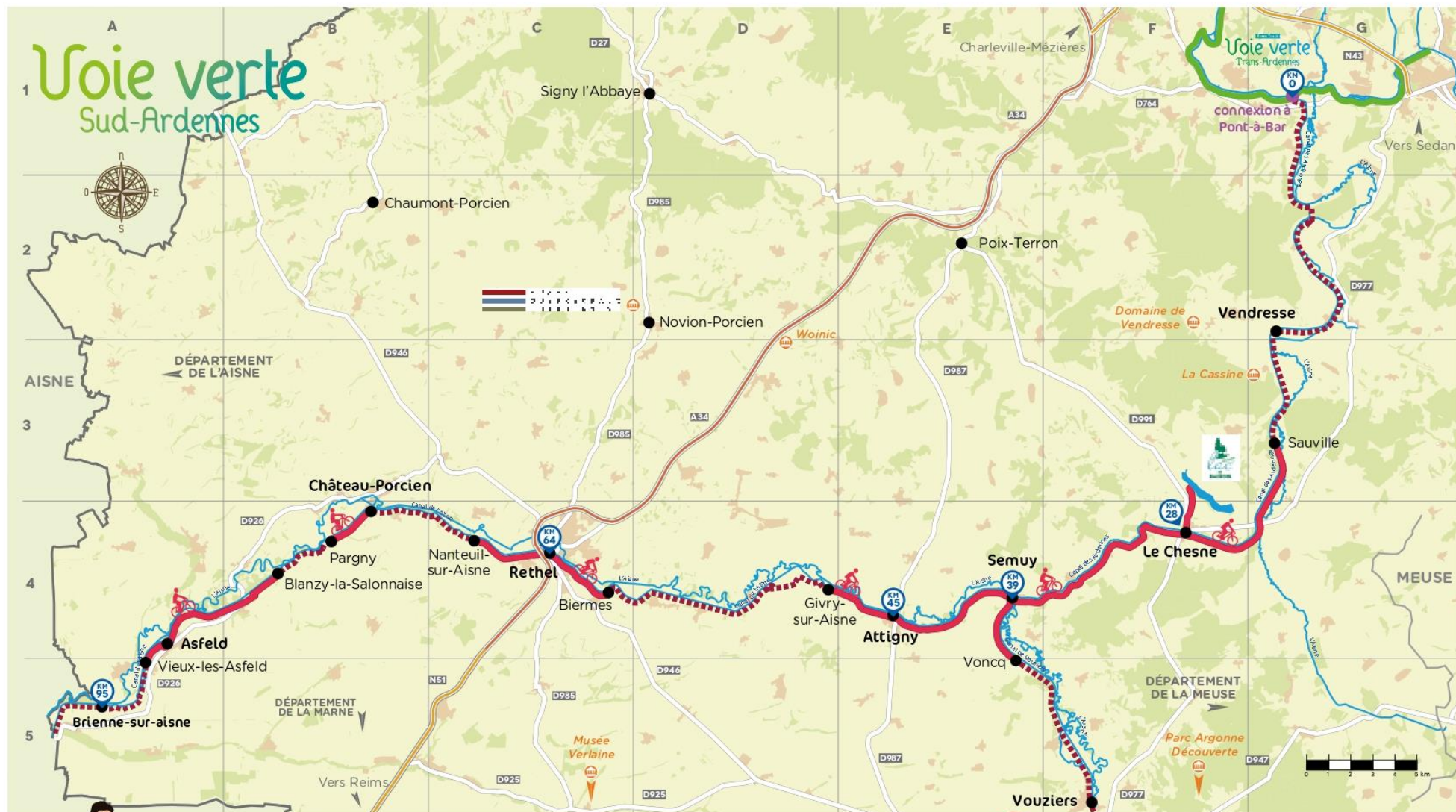


Arrêté préfectoral n°2021-141 du 15 Mars 2021

VOIE VERTE TRANS-ARDENNES



VOIE VERTE SUD-ARDENNES



Sauville > Le Chesne : 7,8 km
 Le Chesne > Givry-sur-Aisne : 20,5 km
 Semuy > Voncq : 3,5 km
 Biermes > Nanteuil-sur-Aisne : 7,5 km
 Château-Porcien > Pargny : 2,5 km
 Blanzay-la-Salonnaise > Vieux-les-Asfeld : 8,8 km

LÉGENDE

--- en cours d'aménagement
 — tronçon ouvert

LE SCHÉMA DE VALORISATION TOURISTIQUE DES ITINÉRAIRES CYCLABLES

cd08.fr Voies vertes Les informations répertoriées sont situées sur le tracé et dans un périmètre de 5 km. Parcours et distances

Voies vertes des Ardennes

Rechercher une adresse ou un li

Fourmies Hirson Revin Charleville-Mézières Sedan Rethel Reims

PNR des Ardennes

Canal des Ardennes

Meuse Aire Risle

Verdun

Orne

Meurthe

Chiers

305 m

475 m

418 m

587 m

239 m

20km

5 006 49 528 Degrés

Photographies

Point de vue

Office de tourisme

Musée et attraction

Château et fortification

Hébergement

www.cd08.fr

NES mental

LE CONTRAT CANAL DES ARDENNES





L'ANIMATION DES LACS DE BAIRON ET DES VIEILLES FORGES







Thierry Michel



MARC EN CIEL
PHOTOGRAPHIES

LE MUSÉE GUERRE ET PAIX

MUSÉE GUERRE & PAIX EN ARDENNES

MURDER PARTY
QUI A TUÉ LE GÉNÉRAL DE GEOFFREVILLE ?

TRouvez les indices,
Étudiez les preuves et
Élucidiez ce meurtre

À PARTIR DU 19 JUILLET 2022

Prix : 4€ en supplément au prix d'entrée
Lieu : Musée Guerre et Paix en Ardenne
Nombre de joueurs : de 6 à 30 joueurs
Durée : 1h
Accessibilité : à partir de 12 ans
Réservations : réservation nécessaire par téléphone 03.24.72.69.50 ou par email guerreetpaix@cd08.fr
+ d'info : www.guerreetpaix.fr

ARDENNES Conseil Départemental

MUSÉE GUERRE & PAIX EN ARDENNES

PARCOURS BD

PARCOURS BD AU MUSÉE GUERRE ET PAIX JUSQU'AU 31 DÉCEMBRE 2022

SANS SUPPLÉMENT AU PRIX DU BILLET D'ENTRÉE

GABARET VERBERT Futuropolis Glénat DM casterman

ARDENNES Conseil Départemental

MERCI DE VOTRE ATTENTION