

La Belgique, joyau touristique niché au cœur de l'Europe

Quand l'inattendu devient incontournable

Pour sa 3e édition, Maasmechelen Village a accueilli ce 22 mai 2025 la Tourism Conference, au sein du Terhills Conference Center. Plus de 100 professionnels du secteur – experts, décideurs, partenaires internationaux, représentants institutionnels – s'y sont retrouvés autour d'une idée forte : révéler la Belgique comme une destination à part entière, singulière et désirable. Loin des clichés, la Belgique s'impose désormais comme une escale précieuse pour les voyageurs en quête de sens et d'authenticité.

Organisée par Maasmechelen Village, qui fait partie de The Bicester Collection, cette matinée de réflexion et d'échanges a proposé une immersion dans une Belgique vibrante, connectée, hospitalière et durable. À travers des interventions inspirantes, des partages d'expériences et des dialogues stratégiques, la Belgique s'est affirmée comme un acteur majeur du tourisme européen, capable de conjuguer authenticité locale et ambition internationale.

"Continuons à collaborer et à améliorer la façon dont le monde perçoit la Belgique et l'Europe." a déclaré Ludivine Destrée, Senior Marketing Expert, European Travel Commission.

Animée par Ana Rovzar, la conférence a mis en lumière les multiples facettes du tourisme belge, à travers de nombreux intervenants de référence :

Laura Olaerts (Députée Tourisme, Province du Limbourg) a souligné la dynamique croissante du tourisme d'affaires et de loisirs dans la région. Portée par des initiatives innovantes comme le cyclotourisme, salué par Time Magazine, le Limbourg s'impose comme un territoire exemplaire en matière de développement touristique durable.

Bart Canini (CEO, Créneau International) a exploré l'impact du design et de l'expérience utilisateur sur l'attractivité touristique. Grâce à une expertise internationale en aménagement d'espaces sur-mesure, il a montré comment la Belgique pouvait transformer l'accueil en véritable signature culturelle.

Tania Ter-Ossepianz (Senior Aviation Marketing Manager, Brussels Airport) a présenté, quant à elle, une stratégie ambitieuse d'investissement : 500 millions d'euros sur les cinq prochaines années, pour renforcer la connectivité de la Belgique et son positionnement comme hub stratégique au cœur de l'Europe : *"Un nouveau vol intercontinental a un impact énorme sur le marché belge. Il rapporte entre 50 et 100 millions d'euros par an à l'économie belge"*.

Investissement, durabilité et connexion ont rythmé la matinée : investir durablement, renforcer la mobilité et connecter les talents et les initiatives pour offrir une expérience de voyage plus fluide, plus inspirante, plus humaine.

En clôture, Delphine Medaouri, Directrice Générale de Maasmechelen Village, a rappelé la vocation du lieu, celle d'une invitation à ralentir et à redécouvrir ce que voyager signifie.

« Ce qui rassemble toutes ces voix, c'est une conviction commune : la Belgique a tout d'une destination à part sur la carte européenne ». A-t-elle exprimé. « C'est dans cet esprit que Maasmechelen Village, membre de The Bicester Collection, a souhaité organiser cette rencontre - un moment privilégié de dialogue, d'inspiration et de connexion. » Et d'ajouter : « Au fil des années, Maasmechelen Village s'est imposé comme bien plus qu'un lieu de shopping : c'est aujourd'hui une véritable destination touristique, ancrée dans un cadre naturel exceptionnel, aux abords du Parc National. Ici, la diversité culturelle,

l'héritage local et la richesse gastronomique se rencontrent dans une atmosphère unique, où nature, hospitalité et mode se répondent avec harmonie. »

België, een toeristisch juweel in het hart van Europa

Wanneer het onverwachte onmisbaar wordt

Voor haar derde editie verwelkomde Maasmechelen Village op 22 mei 2025 de Tourism Conference in het Terhills Conference Center. Meer dan 100 professionals uit de sector – experts, beleidsmakers, internationale partners, institutionele vertegenwoordigers – kwamen samen rond één krachtige gedachte: België presenteren als een volwaardige, unieke en aantrekkelijke bestemming. Weg van clichés profileert België zich nu als een waardevolle tussenstop voor reizigers op zoek naar betekenis en authenticiteit.

Deze ochtendsessie van reflectie en uitwisseling, georganiseerd door Maasmechelen Village, dat deel uitmaakt van The Bicester Collection, bood een inkijk in een levendig, verbonden, gastvrij en duurzaam België. Via inspirerende toespraken, ervaringsuitwisselingen en strategische dialogen bevestigde België zijn rol als belangrijke speler in het Europese toerisme, die lokale authenticiteit en internationale ambitie weet te combineren.

“Laten we blijven samenwerken en de manier waarop de wereld naar België en Europa kijkt verbeteren.” verklaarde Ludivine Destrée, Senior Marketing Manager bij de European Travel Commission.

Onder leiding van Ana Rovzar belichtte de conferentie de vele facetten van het Belgische toerisme, met diverse vooraanstaande sprekers:

Laura Olaerts (Gedeputeerde voor Toerisme Provincie Limburg) benadrukte de groeiende dynamiek van het zakelijke en recreatieve toerisme in de regio. Gedragen door innovatieve initiatieven zoals fietstoerisme, geprezen door Time Magazine, profileert Limburg zich als een voorbeeldregio op het gebied van duurzaam toerisme.

Bart Canini (CEO van Creneau International) besprak de impact van design en gebruikerservaring op toeristische aantrekkingskracht. Met zijn internationale expertise in maatwerkruimte-ontwerp toonde hij hoe België gastvrijheid kan omvormen tot een echte culturele signatuur.

Tania Ter-Ossepianz (Senior Aviation Marketing Manager, Brussels Airport) presenteerde een ambitieuze investeringsstrategie: 500 miljoen euro in de komende vijf jaar om België's connectiviteit en positie als strategische hub in het hart van Europa te versterken: *“Een nieuwe intercontinentale vlucht heeft een enorme impact op de Belgische markt. Het levert de Belgische economie 50 tot 100 miljoen euro per jaar op”*.

Investerings, duurzaamheid en connectiviteit bepaalden het ritme van de ochtend: duurzaam investeren, mobiliteit versterken en talenten en initiatieven verbinden om een meer naadloze, inspirerende en menselijkere reiservaring te bieden.

Ter afsluiting herinnerde Delphine Medaouri, General Manager van Maasmechelen Village, aan de missie van de plek: een uitnodiging om te vertragen en te herontdekken wat reizen betekent.

“Wat al deze stemmen verenigt, is een gedeelde overtuiging: België heeft alles in zich om een unieke bestemming te zijn op de Europese kaart,” stelde ze. *“In die geest heeft Maasmechelen Village, onderdeel van The Bicester Collection, deze bijeenkomst willen organiseren, een bijzonder moment van dialoog, inspiratie en verbinding.”* Ze voegde eraan toe: *“Door de jaren heen is Maasmechelen Village veel meer geworden dan een shoppingbestemming: het is vandaag een ware toeristische bestemming, ingebed in een uitzonderlijk natuurlijk kader, aan de rand van het Nationaal Park Hoge Kempen. Hier ontmoeten culturele diversiteit, lokaal erfgoed en gastronomische rijkdom elkaar in een unieke sfeer, waar natuur, gastvrijheid en mode harmonieus samenkomen.”*

Belgium, a tourism gem hidden in the heart of Europe
When the unexpected becomes unmissable

On 22 May 2025, Maasmechelen Village hosted the 3rd edition of the Tourism Conference at the Terhills Conference Center. More than 100 professionals from the sector – experts, decision-makers, international partners, and institutional representatives – gathered around a powerful idea: to showcase Belgium as a full-fledged, unique, and desirable travel destination. Far from clichés, Belgium is now emerging as a precious stop for travelers seeking meaning and authenticity.

Organized by Maasmechelen Village, part of The Bicester Collection, this morning of reflection and dialogue offered an immersive experience into a vibrant, connected, welcoming, and sustainable Belgium. Through inspiring talks, experience sharing, and strategic conversations, Belgium established itself as a key player in European tourism, successfully blending local authenticity with international ambition.

« Let's keep collaborating and keep upgrading the way the world experiences Belgium and Europe » stated Ludvine Destrée, Senior Marketing Manager at the European Travel Commission.

Moderated by Ana Rovzar, the conference shed light on the many facets of Belgian tourism, with contributions from several prominent speakers:

Laura Olaerts (Provincial Deputy of Limburg) highlighted the region's growing momentum in both business and leisure tourism. Driven by innovative initiatives such as cycle tourism, praised by *Time Magazine*, Limburg is becoming a model territory for sustainable tourism development.

Bart Canini (CEO of Creneau International) explored how design and user experience impact tourism appeal. With international expertise in bespoke spatial design, he demonstrated how Belgium can turn hospitality into a true cultural signature.

Tania Ter-Ossepianz (Senior Aviation Marketing Manager, Brussels Airport) presented an ambitious investment strategy: €500 million over the next five years to enhance Belgium's connectivity and strengthen its position as a strategic hub at the heart of Europe. *"A new intercontinental flight has a huge impact on the Belgian market. It brings in between 50-100 million per year to the Belgian economy"*.

Investment, sustainability, and connection were the key themes of the morning: investing sustainably, improving mobility, and connecting talents and initiatives to create a smoother, more inspiring, more human travel experience.

In closing, Delphine Medaouri, General Manager of Maasmechelen Village, reiterated the site's mission, an invitation to slow down and rediscover the meaning of travel.

"What unites all these voices is a shared belief: Belgium truly stands out as a destination on the European map," She said. *"It is with this spirit that Maasmechelen Village, part of The Bicester Collection, chose to organize this gathering, a privileged moment of dialogue, inspiration, and connection."* She added: *"Over the years, Maasmechelen Village has become much more than a shopping destination. Today, it is a true tourism hotspot, set in a stunning natural environment on the edge of the National Park. Here, cultural diversity, local heritage, and gastronomic richness come together in a unique atmosphere, where nature, hospitality, and fashion blend in harmony."*