

# RAPPORT D'ACTIVITÉS 2024

Document 24-25 / RA / 14  
Rapport d'activités 2024  
(1<sup>er</sup> janvier 2024 au 31 décembre 2024)

## La Communication



Conseil provincial  
Session de mars 2025



Éditeur responsable :  
Province de Liège  
Place Saint-Lambert, 18A  
4000 Liège

D/2025/4540/14

**CONSEIL PROVINCIAL DE LIÈGE**

Réunions de mars 2025

OBJET : Rapport d'activités 2024 concernant « *La Communication* ».

---

**RAPPORT DU COLLÈGE PROVINCIAL AU CONSEIL PROVINCIAL**

Mesdames,  
Messieurs,

Le Collège provincial a l'honneur de vous soumettre, en annexe, son rapport d'activités en ce qui concerne « *La Communication* », pour la période allant du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2024.

**CONCLUSION**

Votre Collège vous propose de prendre connaissance du présent rapport d'activités.

Rapport adopté par le Collège provincial.

Pour le Collège provincial,

Le Directeur général provincial a.i.,

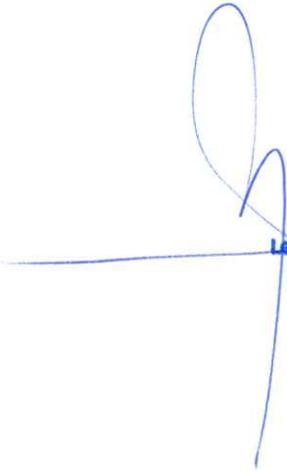
Le Député provincial Vice-Président,

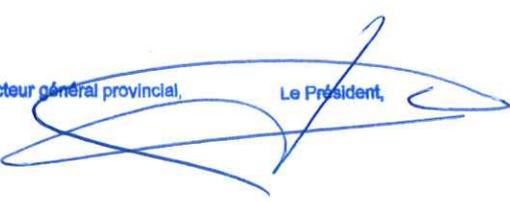
Etienne GUIOT

Luc GILLARD,  
Président de séance.

PRIS : ~~ACTE~~  
- CONNAISSANCE  
en séance publique de ce jour  
Liège, le

27 MARS 2025

  
Le Directeur général provincial,

  
Le Président,

# Sommaire

<b>1. Coordonnées</b> .....	5
<b>2. Historique</b> .....	5
<b>3. Rapport sur la gestion</b> .....	6
3.1. Personnel .....	6
3.2. Bâtiments .....	8
3.3. Activités du Département .....	8
3.4. Marchés publics .....	25

# 1. Coordonnées

- Direction
- Pôle Administration
- Pôle Rédaction
- Pôle Images
- Pôle Promotion

Place de la République française, 1 à 4000 Liège

04/279.50.60 | [communication@provincedeliege.be](mailto:communication@provincedeliege.be)

- Antenne d'information d'Eupen

Bergstrasse, 16 à 4700 Eupen

04/279.64.70 | [antenne.eupen@provincedeliege.be](mailto:antenne.eupen@provincedeliege.be)

## 2. Historique

Pour rappel, depuis octobre 2019, les anciens services de la Communication et des Relations presse et de l'Information multimédia ont fusionné pour ne former qu'un seul et même service : le Département de la Communication.

Grâce à ce nouveau dénominateur commun, la Province de Liège tend ainsi à gagner en visibilité et en lisibilité au travers de ses actions de communication.

Le Département est composé d'une Direction et de 4 pôles complémentaires à savoir : les pôles Administration, Rédaction, Images, Promotion et de l'Antenne d'information d'Eupen. Tous ont pour objectif de pouvoir proposer une politique de communication cohérente et moderne.

# 3. Rapport sur la gestion

## 3.1. Personnel

Suite à la réforme de la Communication actée par le Collège provincial en 2022, le Département de la Communication fait face à de nouveaux défis. En effet, 8 agents des Sports et de la Culture ont intégré le Département en date du 8 février 2023. De plus, en sa séance du 8 septembre 2023, le Collège provincial a acté l'incorporation d'agents issus de la Fédération du Tourisme, de la Direction générale de l'Enseignement et de la Formation, ainsi que du Département de la Culture.

Cette arrivée de personnel entraîne une réorganisation du Département. La mise en œuvre de cette deuxième vague d'incorporation, tant organisationnelle, que géographique est actuellement en cours. Elle implique notamment la modification de l'organigramme du service et sera effective en 2025.

Complémentairement à ces incorporations, des changements ont également été opérés au sein du Département. Parmi ceux-ci, on compte 5 départs, dont 2 à la retraite, et 6 arrivées.

En date du 31 décembre 2024, le Département de la Communication était composé comme suit :

### Direction

Premier Directeur : 1  
Directeur : 1

### Pôle Administration

Graduées administratives B2 : 2  
Employée d'administration D5 : 1  
Employé d'administration D4 : 1  
Employée d'administration D3 : 1

## Pôle Rédaction

Premières attachées administratives A5SP : 2  
Attachée administrative A2SP : 1  
Attachée administrative A1SP : 1  
Chefs de bureau spécifique administratifs A1 : 2

Graduée B3 : 1  
Graduée B2 : 1  
Gradué B1 : 1  
Employé.e.s d'administration D6 : 2  
Auxiliaire d'administration E3 : 1

### Cellule Tourisme

Première Attachée administrative A4SP : 1  
Attaché.e.s administratif.ve.s A1SP : 2  
Technicienne de studio B3 : 1  
Animatrice graduée B3 : 1  
Employé d'administration D5 : 2  
Employée d'administration D4 : 1  
Employé d'administration D3 : 1  
Agent technique D8 : 1  
Agent technique D7 : 1

### Cellule Enseignement/Formation

Premier attaché spécifique (coordinateur administratif et technique) A4SP : 1  
Attachées administratives A2SP : 2  
Gradué technique B3 : 1  
Gradués techniques B2 : 2  
Gradués techniques B1 : 1  
Employé d'administration D6 : 1  
Employé d'administration D4 : 1

## Pôle Images

### Cellule photo

Employée d'administration D6 : 1  
Employé.e.s d'administration D4 : 2

### Cellule graphique

Gradué administratif B3 : 1  
Gradué.e.s administratif.ve.s B2 : 2  
Gradué.e.s techniques B2 : 2  
Graduée administrative B1 : 1  
Gradué technique B1 : 1  
Employée d'administration D6 : 1  
Agents techniques D8 : 3  
Agent technique D7 : 1

### Cellule vidéo

Gradué B2 : 1  
Employé d'administration D8 : 1  
Employé d'administration D6 : 1  
Employé d'administration D4 : 1

## Pôle Promotion

Gradué B3 : 1  
Employé.e.s d'administration D6 : 2  
Employé d'administration D4 : 1

### Antenne d'Information d'Eupen

Employée d'administration D5 : 1

## 3.2. Bâtiments

Dans le cadre de l'incorporation des nouveaux agents, le Département de la Communication devrait bénéficier de nouveaux espaces de travail au sein du Bâtiment Charlemagne.

## 3.3. Activités du Département

### 3.3.1. Pôle Administration

#### Émissions et reportages sur les télévisions locales et régionales

Le service collabore à l'élaboration d'émissions produites par des médias de proximité.

Signalons à ce propos l'existence de contrats de gestion entre la Province avec d'une part, l'ASBL Qu4tre et d'autre part, l'ASBL Vedia. Ceux-ci définissent notamment la production et la diffusion d'émissions d'actualité sportive.

Il s'agit également, par ces conventions, d'encourager des échanges de séquences entre ces deux télévisions locales.

De plus, la collaboration avec Qu4atre pour la réalisation de l'émission « Rat des villes, rat des champs » s'est poursuivie en 2024.

Elle s'est articulée autour de la thématique de la transition écologique et alimentaire en mettant en lumière des sujets relevant de l'agriculture, de la ruralité et de l'environnement.

Les thèmes abordés dans les 7 capsules de cette année furent les suivants :

- Les études hydrauliques au profit des cours d'eau ;
- Un GAL : qu'est-ce ? ;
- Les forêts, ça se gère ! ;
- L'aquaponie, qu'est-ce que c'est ? ;
- Concours totalement givré ;
- Les sols agricoles de notre province sont magiques et riches en cultures diverses ;
- De la graine, à l'huile, aux produits gastronomiques, aux savons...  
Tout est bon dans le grain !

Une collaboration est également menée avec la BRF, dans le cadre de l'Accord de Coopération avec la Communauté germanophone, afin d'assurer la promotion d'actions provinciales comme par exemple :

Communications sur le site web :

- « 130 vies : La Province de Liège fait la promotion du dépistage du cancer colorectal », publié le 20/03 ;
- « Festival de BD LaBD dans toute la province », publié le 26/03 ;
- « On cherche encore des stewards pour les Hautes Fagnes », publié le 27/03 ;
- « La navette fluviale liégeoise reprend du service », publié le 11/04 ;
- « Inauguration de la Maison du Cyclisme Liège-Bastogne-Liège avec de nombreuses Stars », publié le 19/04 ;
- « Tour de France Femmes mercredi à Liège », publié le 13/08 ;
- « Deuxième Mammobile en province de Liège », publié le 26/09 ;
- « Le Conseil provincial de Liège désormais en place », publié le 06/12.

### 3.3.2. Pôle Rédaction

#### | Relations de la Province et de ses services avec les médias

##### *Organisation de conférences de presse, rédaction et diffusion de communiqués*

Cette première mission consiste en l'organisation de conférences (invitations et relances), la conception de dossiers de presse, la rédaction de communiqués et leur diffusion aux médias présents.

Le suivi post-conférence est également assuré : envoi de communiqués ou de photos légendées aux médias, traitement de l'information sur les outils de communication provinciaux.

En 2024, le Pôle Rédaction a envoyé **41** invitations aux rédactions. Au total, **37** communiqués de presse ont été envoyés.

### Revue de presse électronique

Cette dernière est mise en ligne du lundi au vendredi, vers 10 heures, et est consultable, au format PDF, au départ de l’Intranet provincial, par 293 utilisateurs (conseiller.ère.s provinciaux.iales, membres des Cabinets, chargé.e.s de communication et autres collaborateur.trice.s dont les fonctions nécessitent l’accès à cet outil).

Cette année, **9.570** articles ont été mis en ligne pour un total de **64.715** lectures. En 2023, les chiffres étaient respectivement de **11.632** articles pour **53.759** lectures.

Sur les **64.715** lectures totales de l’année, **83 %** des articles représentent des achats à Gopress-Belga. Les **17 %** restant concernaient divers articles non achetés via cette plateforme (reportages TV et radio, sites Internet, dépêches Today In Liège et dépêches Belga payantes). Les articles qui ont le taux de lecture le plus important proviennent de Sudpress, de la DH, suivis du TéléMoustique, puis de la Libre Belgique et enfin du Soir.

En termes de lectures, les articles proviennent :

- Du groupe Rossel (SudPresse – Le Soir – Le Soir Mag – L’Echo – Grenz Echo – Sillon belge) : 46,94 %
- Du groupe IPM (L’Avenir – la Dh – la Libre Belgique – TéléMoustique – Paris Match) : 33,49 %
- Des télévisions nationales et locales : 10,98 %
- De divers médias (Today In Liège -L-Post- Belga) : 5,67 %
- Du groupe Roularta (Le Vif – Trends) : 2,92 %

Le Pôle Rédaction peut réaliser des revues de presse thématiques sur demande des Autorités provinciales ou d’initiative, afin de mettre en exergue l’un ou l’autre sujet.

### Médias germanophones

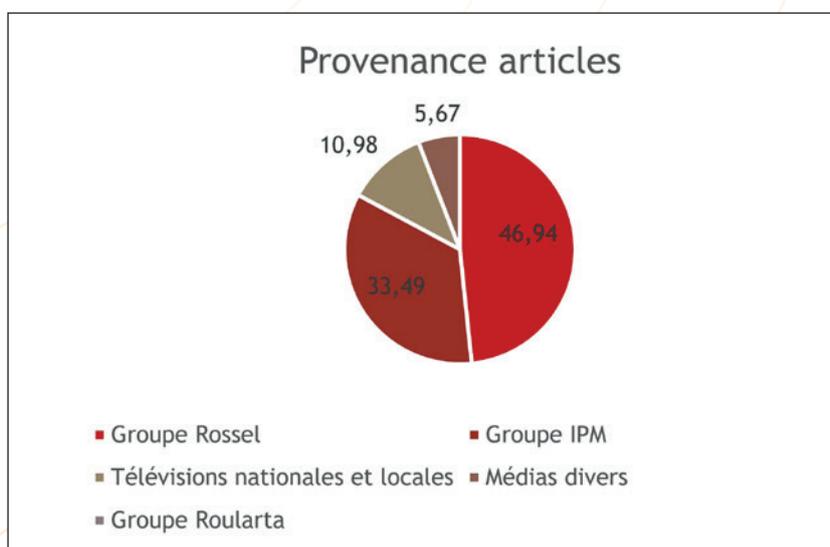
Selon les sujets, des contacts en allemand sont assurés auprès des médias germanophones (invitations, relances téléphoniques, accueil des journalistes, transmission d’informations et de communiqués). Les invitations officielles et les communiqués de presse sont traduits en allemand par le centre de traduction d’Eupen. Le service poursuit également une veille presse au niveau de ces médias.

### Notes d’orientation

Il s’agit de la rédaction d’un calendrier synthétisant les rendez-vous fixés à la presse. Ce document est soumis chaque semaine au Collège provincial pour approbation.

### Communication des projets du Service des Sports

Depuis 2022, l’ancienne Cellule Communication du Service des Sports a rejoint le Département de la Communication. Les agents composant cette entité ont pour mission de communiquer autour des activités sportives organisées, mais également de mettre en lumière les infrastructures sportives provinciales.



### *Organisation des Trophées du Sport de la Province de Liège*

En parfaite collaboration avec le Service des Sports, la cellule a organisé cet évènement récompensant les sportif.ve.s du territoire qui ont brillé dans leur discipline durant la saison écoulée. Cette manifestation s'est déroulée le 24 mai 2024 au « Petit Country-Hall » et a rassemblé plusieurs centaines de personnes. Alternant entre remise de trophées et démonstrations de rugby, de hockey, de handball, de freestyle, de dunk acrobatique, de cheerleading ou encore de cécifoot, cette soirée des Trophées du Sport était aussi l'occasion de rappeler l'engagement de la Province de Liège auprès de ses partenaires – communes, fédérations, clubs.

### *La page Facebook @Service des Sports de la Province de Liège*

Cette page comptabilise une audience de **5.100** followers ainsi qu'une couverture estimée à **521.900** personnes. Le public de cette page est constitué de 59,3 % de femmes (en majorité entre 35 et 44 ans) et de 40,7 % d'hommes entre 35 et 54 ans.

### *Communication des projets du Département de la Culture*

Pour rappel, depuis 2022, la Cellule Communication Culture est officiellement intégrée au Département de la Communication. Cette cellule est en charge de la communication de tous les sites et « outils » de la Culture, à savoir : le B3 (Centre de ressources et de créativité de la Province de Liège installé sur le site de Bavière), Sphères Sonores (le pôle musical de la Province de Liège, installé à l'OM à Seraing), le Musée de la Vie wallonne.

La cellule est en outre chargée de la communication de tous les projets du Département Culture dans et hors les murs : concerts, festivals, expositions, théâtre, manifestations liées aux métiers d'art, rencontres d'auteurs, activités du B3 à destination des différents publics...

Ceci comprend, entre autres, la tenue d'un planning commun à l'ensemble du Département de la Culture, l'établissement de la stratégie de communication et la coordination des plans de communication pour l'ensemble des projets, les contacts avec la presse, ainsi que la gestion quotidienne du site web et des pages Facebook et comptes Instagram @Province de Liège Culture, @Sphères Sonores et @B3 – Province de Liège.

Les projets et évènements médiatisés en 2024 furent les suivants :

- Activités culturelles au Palais provincial ;
- Nuits Indé Indoor ;
- Soirée Sphères Sonores au Festival Jazz à Liège ;
- Festival LaBD, au B3, à Saint-Luc et dans toute la Province ;
- Rencontres du Théâtre amateur wallon ;
- Exposition Mon colonel & Spit à la galerie de Wégimont ;
- Fiertés ardentes, programmation au B3 et autres sites ;
- L'été au B3 (diverses animations et activités en juillet-août) ;
- Les Ardentes ;
- Francofolies de Spa ;
- Place aux Artistes ;
- Rencontres Théâtre Jeune public ;
- Exposition Poils, Plumes, Boulons à la Design Station ;
- En Piste ! à La Boverie ;
- Nuits Indé au B3 ;
- Parcours d'Artisans ;
  - Concert au Théâtre de Liège ;
  - Finales Live Sphères Sonores ;
  - Exposition Cadeaux (métiers d'Art).

### *Communication des projets du Département de l'Enseignement et de la Formation*

Pour rappel, la cellule en charge de la communication du Secteur Enseignement – Formation (ENFO) a intégré le Département de la Communication fin 2023, mais a conservé ses tâches spécifiques.

En 2024, la cellule a répondu à plus de **300** demandes de réalisations graphiques et d'actions de communication pour les services « Enseignement-Formation ». Plus de **1.000** documents, visuels et supports divers ont ainsi été créés. La cellule a également pris part à la coordination et à l'organisation d'évènements du secteur :

- Réalisation graphique et mise à jour des brochures, dépliants, flyers, affiches et catalogues de formations (ENFO +350, brochures « Je vote », conceptions liées au projet « Cantines durables ») ;
- Réalisation des agendas pour le personnel et les étudiant.e.s de la HEPL ;



- Réalisation de supports pour les écoles et les services de la Formation (fardes, documents administratifs, supports pédagogiques, carnets, to-do listes, planning de cours...);
- Réalisation d'invitations et de Save the date pour différents événements liés au secteur;
- Conception et réalisation de stands pour divers foires et salons (SIEP, Foires agricoles de Libramont et Battice, Salon de la réorientation et Talentum organisés par Références...);
- Création de visuels spécifiques pour l'habillage de véhicules, de bâtiments et de locaux scolaires (fenêtres, signalisations, enseignes, nouveau flochage de la Conserverie Solidaire...);
- Réalisation de supports promotionnels (bâches, panneaux, beachflags) et d'identité corporate (goodies, textiles, image de marque, visuels...);
- Réalisation d'annonces publicitaires et d'affichages urbains (Campagne TEC, Cinémas, centres commerciaux, Presse...);
- En parfaite collaboration avec le DSI, conception graphique et rédactionnelle des nouveaux sites Internet des écoles provinciales (secondaires et promotion sociale) et de l'École de Police;
- Création de visuels dynamiques et « corporate » pour les réseaux sociaux, et les sites Internet (rentrée scolaire, inscriptions, nouvelles formations...);
- Participation à la gestion des réseaux sociaux et des sites Internet de tous les établissements d'enseignement (secondaire, HEPL et promotion sociale) et des services de la Formation, en ce compris la mise à jour des visuels;
- Réalisation graphique des canevas et mise en page mensuelle des newsletters internes (Insight HEPL, Newsletter HEPL...);
- Coordination du projet « Un autre regard » en collaboration avec Qu4tre : réalisation de 9 nouvelles capsules vidéo consacrées aux formations qualifiantes de l'enseignement secondaire;
- Organisation et coordination d'événements liés au secteur ENFO : Cocktail de rentrée EPL, cérémonies de remises de prix (ERASMUS+, HEPL, Cadets...), colloques et symposiums (IPEFA, École Supérieure de Pédagogie, EPA, TACMED...);

- Réalisation de vidéos de type « Aftermovie » ou « promotionnelle » pour les événements et activités du secteur ;
- Réalisation de reportages et d'articles pour divers projets ENFO (épicerie solidaire, formation conjointe IPEFA Verviers/EPA...).

### Communication de la Cellule Informer de la Fédération du Tourisme

Depuis 2023, le service Informer dépend du Département de la Communication. Il se charge exclusivement de réaliser les plans de communication pour les différents services de la Fédération du Tourisme de la Province de Liège.

En 2024, les équipes ont travaillé à promouvoir davantage la FTPL, ses missions et ses produits que sont : « Tourisme Ardenne Incoming », « MICE » et le Réseau Points-Nœuds. Le département a également aidé les sites touristiques provinciaux et paras provinciaux à se promouvoir. Dans ce cadre, de nombreux documents, pages web, publications ont été réalisés et produits.

Il est à noter que pour illustrer l'ensemble des actions de communication, la cellule photo a réalisé, en 2024, environ **30** reportages. Toutes ces photos sont ensuite traitées et retravaillées.

#### Plan média

Un plan média global a été construit. Ce plan média comprenait la diffusion dans les médias de plusieurs campagnes, soit via convention (ROSSEL, RMB, IPM, Védia), soit via commande dans différents magazines et médias. Pour l'année 2024, une nouvelle convention a été signée avec le groupe IPM. Ce sont presque **120** publicités (comprenant des encarts papier, encarts web, des pages ou dossiers dans les magazines, des spots radios et télévision, mais également des émissions télé et posts sur les réseaux sociaux) qui ont été produites et publiées/diffusées en 2024.

#### Plan de communication et production de contenus

Les « référent.e.s communication » de la cellule œuvrent en tant que chef.fe.s de projet communication. Ils.elles ont proposé un plan de communication global par Mission avec des projets étalés sur l'année.

Il y a ainsi eu 6 plans de communication comprenant une multitude d'actions de communication (newsletters, posts sur les RS, actus web, prints...). Par ailleurs, pour soutenir les actions de communication, de nombreuses productions de contenus sont nécessaires.

#### Site Internet

En 2024, la FTPL dispose de 4 sites Internet et d'une landing page :

- **Web [www.liegetourisme.be](http://www.liegetourisme.be)** – La landing page depuis la mise hors ligne du site le 13 septembre 2022  
Nombre d'utilisateur.trice.s : **16.540**  
Nombre de vues : **52.359**
- **Le site Pro : [tourimsepro.be](http://tourimsepro.be)** – Ce site a été mis en ligne le 13 septembre 2022  
Nombre d'utilisateur.trice.s : **7.884**  
Nombre de vues : **30.030**
- **Le site « Vélotourisme Points-nœuds en Province de Liège »**  
Nombre d'utilisateur.trice.s : **48.594**  
Nombre de vues : **173.813**
- **Le site « MICE »**  
Nombre d'utilisateur.trice.s : **23.576**  
Nombre de vues : **62.052**
- **Le site Groupes : « L'Ardenne commercialisée »** via « Ardenne Incoming »  
Nombre d'utilisateur.trice.s : **37.981**  
Nombre de vues : **84.093**

#### Newsletters

En 2024, 5 types de newsletters destinées à différents publics ont été envoyées par la cellule :

- Newsletters Pro :

Nombre de newsletters	Nombre de destinataires moyen	Taux d'ouverture moyen
<b>14</b>	<b>2.290</b>	<b>43,56 %</b>

- Newsletters Grand public : Développer/Ingénierie – Points-nœuds

Ces newsletters avaient pour but de faire connaître l'existence de ce réseau, d'expliquer le fonctionnement du planificateur.trice, d'inciter les abonné.e.s à tester l'une des balades « prêtes à l'emploi », ou encore de leur proposer de télécharger la nouvelle carte générale du réseau.

	Nombre de newsletters	Nombre de destinataires moyen	Taux d'ouverture moyen
Français	<b>6</b>	<b>43.730</b>	<b>22,59 %</b>
Néerlandais	<b>5</b>	<b>5.531</b>	<b>23,69 %</b>
Allemand	<b>5</b>	<b>563</b>	<b>39,06 %</b>

- Newsletters MICE

Ces contenus digitaux envoyés en français, néerlandais et anglais mettent systématiquement en avant les actualités ou nouveautés des prestataires qui sont membres du « Club MICE ».

	Nombre de newsletters	Nombre de destinataires moyen	Taux d'ouverture moyen
Français	<b>6</b>	<b>14.732</b>	<b>22,89 %</b>
Néerlandais	<b>6</b>	<b>293</b>	<b>34,91 %</b>
Anglais	<b>6</b>	<b>93</b>	<b>37,89 %</b>

- Collaborations externes : Meeting Advisor

Les statistiques des newsletters réalisées en français, néerlandais et anglais sont fournies via l'outil « Flexmail » sont les suivantes :

	Nombre de newsletters	Nombre de destinataires moyen	Taux d'ouverture moyen
Français	<b>4</b>	<b>3.291</b>	<b>40,50 %</b>
Néerlandais	<b>4</b>	<b>4.997</b>	<b>47,25 %</b>
Anglais	<b>4</b>	<b>1.287</b>	<b>42,25 %</b>

- Collaborations externes : Event news

Cette collaboration aura permis d'insérer 2 **articles** au sein de leurs newsletters francophone et néerlandophone durant cette année. Les statistiques nous sont communiquées directement par ce partenaire.

	Nombre de newsletters	Nombre de destinataires moyen	Taux d'ouverture moyen	Nombre de clics
Français	<b>4</b>	<b>877</b>	<b>22,14 %</b>	<b>342</b>
Néerlandais	<b>4</b>	<b>3.579</b>	<b>12,48 %</b>	<b>812</b>

- Collaborations externes : Event online

Les chiffres ci-dessous sont issus du rapport communiqué suite à l'envoi d'une newsletter réalisée en anglais avec ce prestataire spécialisé.

Nombre de destinataires moyen	Taux d'ouverture moyen	Nombre de clics
<b>22.068</b>	<b>10,38 %</b>	<b>92</b>

- Newsletters Groupes (Ardenne Incoming)

Quatre newsletters concernant ce segment ont été envoyées depuis Ingénie en français, néerlandais et allemand. La base de données a été affinée à plusieurs reprises afin de correspondre aux souhaits de l'équipe « Ardenne Incoming ».

	Nombre de newsletters	Nombre de destinataires moyen	Taux d'ouverture moyen
Français	<b>5</b>	<b>2.040</b>	<b>38,84 %</b>
Néerlandais	<b>5</b>	<b>659</b>	<b>44,22 %</b>
Allemand	<b>5</b>	<b>194</b>	<b>38,23 %</b>

### Réseaux sociaux

Les comptes de Réseaux sociaux professionnels de la FTPL sont alimentés, si pas quotidiennement, de manière hebdomadaire à raison d'une ou plusieurs publications.

### Facebook et LinkedIn

La FTPL ne communique plus d'informations vers les touristes mais vers ses prestataires (sauf pour la page Points-nœuds).

Nos pages sont :

- Facebook Point Nœud : **7.524** fans | **49** publications ;
- LinkedIn FTPL #tourismepro : **2.798** fans | **79** publications ;
- LinkedIn Convention Bureau • MICE Liège-Spa : **453** fans | **20** publications
- LinkedIn Ardenne Incoming : **287** fans | **25** publications ;
- Chaîne YouTube Tourisme **603** fans | **8** vidéos ;
- Chaîne YouTube pro **14** fans

Et pour communiquer de manière générale vers tout notre public BTB (autocaristes, hôtelier.ère.s, prestataires touristiques, partenaires, club MICE...), la cellule dispose, depuis deux ans, d'un groupe professionnel privé Facebook. En 2024, 19 publications ont été publiées à destination de 597 membres.

Il est à noter qu'en 2024, une page Facebook Tourimsepro a été créée afin de permettre la sponsoring et de mieux se faire connaître des prestataires touristiques. Actuellement, cette page est suivie par 175 fans et dispose de **79** publications. Enfin, la page Ardenne Incoming a été supprimée.

### | Gestion des principaux outils de communication de la Province

Le Pôle Rédaction assure la gestion globale des principaux vecteurs de communication de la Province en dehors des outils spécifiques à certains départements ou services.

### Notre Province/Unsere Provinz

Le journal représente le principal outil de communication vers le grand public. Il a pour objectif de faire connaître les activités de notre Institution et d'informer les citoyen.ne.s sur les actions et le fonctionnement des différents services. Depuis mars 2022, le trimestriel est mis en ligne sur le site web [www.provincedeliege.be](http://www.provincedeliege.be) et sa publication est annoncée sur nos différents réseaux sociaux.

Afin de ne pas léser les citoyen.ne.s qui n'auraient pas accès à l'information en ligne, il est possible de continuer à recevoir le Notre Province/Unsere Provinz en version papier. Le trimestriel est actuellement adressé par enveloppes à 8.000 ménages. L'impression et l'envoi sont réalisés respectivement par le Centre d'impression provincial et par le service d'envoi de la DGT et non plus en externe.



**Cette action participe à l'atteinte de l'OO 1.6.2. :  
Améliorer la communication externe**

## Quadrimestriel Entre-nous

Ce journal interne est destiné aux collaborateurs (enseignants et non-enseignants), aux retraités et aux conseillers provinciaux afin de les informer en priorité des actualités provinciales. L'Entre-nous est complètement digitalisé et est diffusé via une newsletter.

Il est également envoyé sur les adresses mail privées des collaborateurs qui ne disposent pas d'une adresse professionnelle ou aux personnes qui en font spécifiquement la demande.

Les objectifs de cette lettre d'information sont de développer le sentiment d'appartenance à l'Institution publique ainsi que la culture d'entreprise et d'inciter les collaborateurs à en apprendre davantage sur les autres services.



**Cette action participe à l'atteinte de l'OO 1.6.1. :  
Améliorer la Communication interne**

Site web [www.provincedeliege.be](http://www.provincedeliege.be)

Mise en ligne le 28 mai 2013, la version actuelle repose sur 5 rubriques principales :

**| Nous découvrir |**

**| Apprendre |**

**| Se cultiver et se détendre |**

**| Vivre mieux |**

**| Créer et Entreprendre |**

Le Département des Systèmes d'Information et notre service en assurent la maintenance et la gestion globale, mais cet outil bénéficie de la collaboration de TOUS les services provinciaux. **124** web-rédacteurs sont affectés, en partie, à cette écriture particulière.

Derrière les cinq rubriques principales, différents blocs sont consacrés à des thématiques précises comme l'Enseignement, les Sports, la Culture, la Santé ou encore l'Agriculture.

La Une du site, gérée par le Département de la Communication est mise à jour au moins une fois par semaine et permet à l'internaute de prendre connaissance des principales actualités des services provinciaux en un coup d'œil.

En 2024, **256** news ont été mises en ligne sur l'ensemble du site, dont **99** à la Une. Le nombre de visites sur notre site web s'élève à **1.270.899**. Au total, près de **3 millions** de pages ont été lues.

Les 5 blocs les plus consultés sont les suivants :

- Promotion sociale
- Wégimont
- Secondaire
- Château de Jehay
- Musée de la vie wallonne

## Réseaux sociaux

Le service a veillé à la visibilité de la Province de Liège sur les plateformes sociales les plus utilisées. Facebook et Instagram ont été les principaux réseaux sur lesquels notre équipe s'est attelée à défendre l'image de marque de notre Institution, à surveiller son respect et à la valoriser.

De plus, le service accompagne les départements qui souhaitent se lancer sur les réseaux sociaux, en évaluant ensemble l'opportunité et les enjeux de leur présence en ligne. Des rencontres avec les gestionnaires peuvent être organisées, dans le but de leur apporter un soutien dans la création et la diffusion de l'information.

### Les pages Facebook de la Province de Liège

Toute l'actualité provinciale est diffusée en tenant compte des projets menés par la totalité des services provinciaux sur la page @Provincedeliege. Une veille quant à une utilisation adéquate des autres pages provinciales existantes est également réalisée.

Nous avons identifié les publications qui ont rencontré le plus de succès organique, c'est-à-dire sans sponsoring en 2024 :

- Vidéo : Concours de la meilleure gaufre de Liège pour cuisiniers amateurs  
**30.522** comptes touchés | **34.929** lectures  
| **515** réactions | **92** commentaires | **95** partages ;
- Post avec lien : La Province de Liège investit plus de 36 millions dans la construction d'un bâtiment scolaire sur le site de Bavière, en face du B3  
**69.552** comptes touchés | **211** réactions  
| **36** commentaires | **62** partages ;
- Réel : Les plaisirs d'été en province de Liège – Wégimont  
**31.963** comptes touchés | **38.642** lectures  
| **178** réactions | **47** commentaires | **54** partages.

En 2024, **6** concours ont été organisés et ont permis de faire gagner des places pour de nombreux événements organisés ou soutenus par la Province de Liège. Ces concours sont un excellent moyen d'augmenter la visibilité de la page Facebook principale et ce, sans recourir au sponsoring.

La Province de Liège est présente sur Facebook à travers **37** pages. Le profil principal @Provincedeliege comptabilisait près de **23.500** abonné.e.s fin 2024 contre 22.600 fin 2023 et une couverture de **31.659** comptes.

En 2024, une enveloppe budgétaire consacrée au sponsoring a été utilisée afin de promouvoir **33** publications pour une dépense totale de **923** €.

### Le compte Instagram @ProvincedeLiegeofficiel

La Province dispose d'un compte Instagram officiel depuis le 10 septembre 2021. Instagram est un réseau social gratuit, accessible à tou.te.s sans abonnement mais dont les fonctions principales sont réservées aux membres inscrit.e.s. Instagram est utilisé par près de 5 millions de Belges, soit environ 50 % des Belges de plus de 13 ans. La moyenne d'âge la plus représentée étant celle des 18-34 ans. Ce réseau social permet donc de viser un public différent de celui qui consulte d'autres médias (papier, presse, web, réseaux sociaux), mais également de ne pas dépendre d'une plateforme unique.

Le nombre d'abonné.e.s s'élève à **4.142** fin décembre 2024 (contre 3.015 fin 2023), soit une audience appréciable et uniquement organique (sans sponsoring). En 2024, **135** « posts » ont été publiés dont **59** photos et **76** reels (vidéo).

Les thématiques les plus populaires sont similaires pour les « posts » (photos) et les « reels » (vidéo). Elles concernent principalement les événements sportifs (inauguration de la Maison du Cyclisme : **32.000** vues, Classiques ardennaises : **10.000** likes, Master David Goffin : **1.100** likes, Trophées des Sports : **227** likes), l'Enseignement et la Formation (HEPL : **338** likes et Cadets de l'École du feu : **7.000** vues), le B3 et les Fêtes de Wallonie.

### Le compte Threads @ProvincedeLiègeofficiel

La Province de Liège dispose d'un compte Threads depuis décembre 2023. Threads est un réseau social lancé par Meta (Facebook, Twitter, WhatsApp, Messenger) afin de tenter de concurrencer Twitter / X, à l'instar d'autres plateformes telles que Bluesky ou Mastodon. L'avantage de ce réseau social est d'être directement lié à Instagram, ce qui permet donc de récupérer une partie des abonné.e.s d'Instagram. Threads peine cependant à décoller en Belgique et à dégager une identité propre.

*Le compte X (Twitter) @ProvincedeLiège*

La Province dispose d'un compte Twitter officiel depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2015.

Twitter est un réseau social gratuit, accessible à tous, comme n'importe quel site Internet, sans qu'un abonnement ne soit nécessaire. Malgré une popularité moindre que d'autres réseaux tels que Facebook ou Instagram, Twitter permet de décliner la communication vers un public parfois très spécifique, d'informer en temps réel, et de ne pas dépendre d'une plateforme unique.

Le compte Twitter sert également de « fil info » recensant l'ensemble des communications provinciales de manière chronologique.

Le nombre d'abonnés s'élève à **4.188** fin 2024.

En 2023, Twitter (désormais officiellement nommé « X ») a modifié sa politique éditoriale : l'algorithme favorise notamment les comptes payants, la modération a fortement décliné, la visibilité devient plus difficile et l'existence même de ce réseau social semble poser question à l'avenir.

Les réseaux sociaux ont connu une évolution très rapide et incertaine en 2024. Constatant qu'il n'existe pas vraiment de réseau social « idéal », notamment en termes de collecte de données, de modération ou de diffusion de « fakenews », moyennant qu'il reste souhaitable de ne pas dépendre d'une seule plateforme et en attendant de voir l'évolution, la Province de Liège reste actuellement sur Threads et X/Twitter à titre expérimental tout en étant attentive à l'apparition d'alternatives telles que Bluesky.

*Guichet électronique info@provincedeliege.be*

Il ne s'agit pas véritablement d'un moyen de diffusion vers l'extérieur mais plutôt d'une porte d'entrée pour les citoyens qui souhaitent poser une question à la Province de Liège sur ses services, ses événements ou ses actualités.

En 2024, **1.047** demandes réelles (hors spams) ont été traitées et suivies via le portail électronique. Les 5 matières qui comptent le plus grand nombre de demandes sont l'Enseignement et la Formation, suivies par le Tourisme, la Culture, les Ressources humaines et la Communication.

### 3.3.3. Pôle Images

#### 3.3.3.1. Cellule photo

Celle-ci est chargée de la réalisation des reportages photo pour tous les services de la Province de Liège. Elle gère l'« album photo » de l'Institution provinciale à travers la galerie photo accessible sur l'Intranet. Son travail permet ainsi d'illustrer les nombreux supports gérés par le Département de la Communication, mais aussi ceux des autres services provinciaux. Au total, **55.946** photos ont été réalisées au cours de cette année, soit **692** dossiers photo sur le serveur.

En 2024, **9.939** photos soit **237** galeries ont été mises en ligne sur l'Intranet. Notre équipe se charge également de prendre en photo chaque nouveau collaborateur ou conseiller provincial.

#### 3.3.3.2. Cellule vidéo

##### *Vidéo*

La mission de cette cellule consiste en la création, la production et la diffusion de vidéos mettant en lumière les activités de notre Institution. La diffusion de ces différents contenus est réalisée sur des supports variés tels que des écrans, le site Internet provincial ou les réseaux sociaux.

En 2024, parmi toutes les productions, **62** ont été réalisées et/ou retransmises sur la chaîne Youtube ProvincedeLiege TV. Le nombre total de vues sur la plateforme de diffusion s'élève en 2024 à **182.558**.

Toutes les demandes de reportage vidéo sont soumises hebdomadairement au Collège provincial via la Note d'orientation vidéo. Les besoins spécifiques en termes de communication et la finalité de diffusion du contenu sont analysés en amont par le Directeur du Département.

## Régie

La Cellule vidéo comprend également deux régisseurs en charge de la technique lors des événements nécessitant un appui du point de vue du son, de la mise en place d'une captation et/ou d'une diffusion. Outre les Jeudi Santé, les séances en visio des commissions, des séances du Conseil et du Collège, notre équipe a assuré la régie des événements suivants :

- 24 janvier : conférence de presse des Classiques ardennaises ;
- 8 février : retransmission de la conférence Unigreen à la HEPL ;
- 19 février : réunion Cohezio au Palais provincial ;
- 12 mars : remise de prix brigadier.ière.s ;
- 2 avril : présentation du Salon du volontariat ;
- 25 avril : assemblée générale Euregio avec traduction simultanée ;
- 24 mai : cérémonie des Trophées du Sport ;
- 2 juin : présentation Hitalia au Palais provincial ;
- 12 juin : présentation travaux Monthausen au Palais provincial ;
- 17 juin : réunion organisation des élections au Palais provincial ;

- 20 juin : réunion des aîné.e.s au Palais provincial ;
- 19 septembre : débat électoral au Palais provincial ;
- 26 septembre : inauguration Mammobile à Saint-Laurent.

### 3.3.3.3. Cellule graphique

Chaque année, elle est chargée de la mise en page du trimestriel Notre Province (et de sa traduction allemande *Unsere Provinz*), des numéros de l'Entre-Nous, de l'actualisation des visuels du site Internet provincial (bandeaux, bannières) et des réseaux sociaux, des dossiers pour les conférences de presse, des mises à jour nécessaires de divers documents provinciaux, de la mise en page de nouveaux documents pour les besoins des services provinciaux, du téléchargement d'images sur la banque de données Getty pour l'ensemble des services provinciaux et de la rédaction hebdomadaire de la note d'orientation graphique soumise à la validation du Collège provincial.



Pour rappel, la charte graphique provinciale a été actualisée en 2022. Ce document permet de clarifier les règles en vigueur quant à l'utilisation du logo provincial sur tous types de documents, qu'ils soient imprimés sur du papier, diffusés sur le web ou des écrans ou même pelliculés sur des véhicules ou des façades. Le changement le plus considérable réside dans l'abandon des logos des compétences pour privilégier le logo provincial général pour l'ensemble des communications de l'Institution.

En 2024, les graphistes ont répondu favorablement à **291** demandes en créant plus de **877** documents (sans compter les propositions non retenues). À titre de comparaison, l'année 2023 comptait **366** demandes et la création de **2.198** documents. L'ouverture du B3 en 2023, qui nécessita de nombreux documents dont la signalétique du bâtiment, explique la diminution des nombres par rapport à l'année 2023.

La cellule graphique a travaillé sur les événements provinciaux importants de l'année 2024 comme, les Fêtes de Wallonie (dont le pelliculage d'un bus, les nouvelles enseignes pour le Musée Tchantchès et Nanesse, le « petit livre en wallon » en édition 20<sup>e</sup> anniversaire, etc.), le Salon du Volontariat, Pan'Art, la Journée de la Famille provinciale à Jehay, le Tour de France Femmes avec Zwift, le concours du meilleur glacier, Une nuit au Palais, le 1<sup>er</sup> Salon des Viticulteurs, etc.

De nombreuses brochures ont été mises en pages comme : la brochure Égalité des chances, les dossiers pédagogiques Tip-Top Start et #Tip-Top (avec leurs fiches-outils), ce qui représente plusieurs centaines de pages. D'autres dossiers ont également été traités comme les panneaux informatifs pour les visites de Jehay, la nouvelle signalétique pour le bâtiment Saint-Laurent, les communications internes DGTEAM, le logo de l'opération Votre Palais, etc.

L'année 2025 se prépare actuellement avec les mises en page d'une exposition sur le folklore et la conception d'une ligne du temps pour le Palais provincial.



L'arrivée d'un nouvel agent au sein de la cellule graphique en 2024 a permis au Département de pouvoir créer des animations de visuels (affiche ou programme) pour les différents réseaux sociaux : Fêtes de Wallonie (les programmes des journées ainsi que le trajet du jogging), 1<sup>er</sup> Salon des viticulteurs, opération Votre Palais, podcast Pollec, Festival La BD, Sphères Sonores, Fête de la Musique, Été au B3, concert Dan San, Parcours d'Artisans, exposition Horizons, Projection de courts-métrages au B3, exposition Folklore (en cours)...

### 3.3.4. Pôle Promotion

Le Pôle est chargé du placement de la visibilité lors de manifestations organisées, co-organisées ou subventionnées par la Province de Liège.

Il propose également des activités et des outils (supports promotionnels) afin de donner plus de cohérence à l'« image » provinciale, que ce soit en interne ou en externe. Il gère également un stock de gadgets promotionnels. Ceux-ci sont distribués lors des manifestations provinciales et permettent de répondre aux demandes qui nécessitent un traitement immédiat.

## | Communication externe

Le Pôle Promotion se charge, entre autres, de la visibilité provinciale, via divers supports promotionnels, sur différents évènements, mais également sur les écrans situés en façade de ses bâtiments. Ces écrans ont pour but de capter l'attention des citoyen.ne.s afin de les informer des nombreuses missions effectuées par l'ensemble des services de la Province de Liège. Les supports promotionnels quant à eux, permettent de renforcer l'identité, la lisibilité et la visibilité de l'Institution provinciale.

Plusieurs aménagements d'espaces pour les discours ou de stands « La Province est LÀ » ont été imaginés et assurés par les agents du Pôle Promotion. Ces espaces sont de véritables vitrines du savoir-faire des services provinciaux.

### *Collaborations lors d'évènements*

Au total, le Pôle Promotion a participé à **120** évènements organisés, co-organisés ou soutenus par la Province de Liège en 2024. Parmi ceux-ci, il a couvert des évènements récurrents comme les Conférences

« Jeudi Santé » ou des évènements de plus grande envergure tels que les Trophées du Sport ou les Fêtes de Wallonie. Nous avons isolé, ci-dessous, 5 évènements auxquels le Pôle Promotion a collaboré :

- 19 avril : inauguration de la Maison du cyclisme à Aywaille ;
- 17 mai : Wégimont au Domaine provincial de Wégimont ;
- 18 mai : le Palais s'ouvre au public avec l'opération « Votre Palais » et plus particulièrement, « La nuit du Palais » ;
- 19 septembre : remise des prix de la Haute École de la Province de Liège au Campus 2000 ;
- 30 novembre : 1<sup>er</sup> Salon des viticulteurs de la province de Liège.

### *Gadgets promotionnels*

Afin d'assumer son rôle de transversalité, le Pôle Promotion s'est constitué un stock de gadgets « logotés » au couleur de l'institution afin de répondre aux demandes des différents services provinciaux. Durant cette année 2024, ce sont **865** gadgets qui ont été distribués lors des manifestations provinciales.





### Actions diverses

Dans le cadre du marché stock des « vêtements de travail », le Pôle Promotion informe également les services provinciaux de la marche à suivre pour la réalisation des flocages de ceux-ci.

L'utilisation des vêtements de travail floqués permet de renforcer l'identité, la lisibilité et la visibilité de la Province de Liège en favorisant une meilleure communication de l'Institution et de ses services en améliorant la communication interne et externe.

---

### Ces actions participent à l'atteinte de l'OO 1.6.2 : Améliorer la Communication externe

---

### Plans de communication

Le Pôle Promotion est sollicité pour la réalisation de plans de communication destinés à promouvoir les événements des différents services provinciaux comme les Fêtes de Wallonie.

## | Communication interne

### Newsletter

Ce support de communication interne permet d'envoyer directement par mail aux collaborateurs disposant d'une messagerie électronique des informations relatives aux activités provinciales.

Cette newsletter permet ainsi de les inviter à participer à des actions promotionnelles sous forme de jeux-concours. Les agents peuvent également bénéficier de tarifs préférentiels, voire parfois de la gratuité pour des opérations telles que des spectacles de divertissement.

La newsletter est générée de façon hebdomadaire et/ou en fonction de l'actualité. En 2024, **42** lettres d'information ont été diffusées.

### Newsletter/DGTeam

Ce projet a vu le jour en mars 2023 et, depuis, **26** newsletters ont déjà été envoyées.

DGTeam, est destiné à **386** agents faisant partie de la Direction générale transversale au sens large, répartis sur 7 sites différents.

16 · 09 · 24



Ce **16 septembre**, célébrons le travail de nos collègues avec des gestes simples mais significatifs : laissez sur leur passage vos petits mots de remerciement, partagez leur un sourire,...

N'oubliez pas que **chaque petit geste compte**.  
Maintenons **ensemble** un environnement de travail harmonieux.

#DGTeam

Ces informations internes ont pour but de favoriser les échanges entre les agents DGTeam et de créer des liens d'appartenance. Ces newsletters informent sur l'arrivée des nouveaux agents, les départs à la retraite, les journées à thèmes.

*Le Pôle Promotion en quelques chiffres :*

- Distribution de 865 gadgets aux différents services provinciaux ;
- Diffusion de 42 newsletters à l'ensemble des agents provinciaux et 26 newsletters/DGTeam ;
- Visibilité promotionnelle sur plus de 120 évènements organisés, co-organisés ou subventionnés par la Province de Liège ;
- Montage et démontage de plus de 8 stands ;
- Installation de 402 roll-up, 760 beach-flags ;
- Placement de plus de 200 m de banderoles intissées, de 60 structures en tissus avec visuels, de 2 bâches de 24 m<sup>2</sup> et de 2 bâches de 250 m<sup>2</sup> ;
- L'installation de 44 écrans TV répartis sur 22 sorties.

### 3.3.5. Antenne d'information d'Eupen

Suite à la fermeture des Antennes d'information provinciales, seule celle d'Eupen demeure ouverte car elle comporte une spécificité. En effet, outre sa mission d'information auprès du public, celle-ci constitue également un bureau de traduction de et vers l'allemand.

L'Antenne d'Eupen, en tant que point de contact direct, a mené à bien son rôle d'interface entre les citoyen.ne.s germanophones et les différents services provinciaux localisés en à Liège.

En 2024, l'Antenne d'Eupen a accueilli **878** visiteurs et a répondu à **745** demandes axées principalement sur le Tourisme, le Social, la Culture, l'Administratif et le Sport.

### 3.4. Marchés publics

Le Pôle Administration a conclu plusieurs marchés publics d'acquisition de fournitures et de services :

- Accès à la plateforme Belgapress durant l'année civile 2024 – Marché de services (débutant le lendemain de la notification au soumissionnaire de l'approbation de son offre, et au plus tôt le 1er janvier 2024, pour se terminer le 31 décembre 2024) passé par voie de procédure négociée sans publication préalable (exclusivité) ;
- Reconduction de l'abonnement « Premium Access Essentials » à la base de données Getty Images pour une période de 4 ans (2025-2029) – Marché de services passé par voie de procédure simplifiée auprès de la SPRL GETTY IMAGES BELGIUM (spécificité/exclusivité) ;
- Acquisition d'un terrain de « Boogle » pour les futures manifestations provinciales – Marché de fournitures passé par voie de procédure simplifiée auprès de la SRL BOOGLE (exclusivité) ;
- Acquisition de nouveau matériel photo et vidéo nécessaire au Département de la Communication dans le cadre de la réalisation de contenus – Marché de fournitures passé par voie de procédure simplifiée ;
- Réalisation et diffusion de 9 nouvelles capsules vidéo pour les besoins du Département Enseignement – Marché de services passé par voie de procédure « simplifiée » ;
- Campagne d'affichage sur l'extérieur des bus TEC destinée à promouvoir les divers établissements d'Enseignement de la Province de Liège pour les périodes du 18/06 au 1/07 et du 13/08 au 27/08/24 – Marché de services passé par voie de procédure simplifiée auprès de la SRL CLEAR CHANNEL BELGIUM (exclusivité) ;
- Acquisition de 4 nouveaux écrans TV avec pieds et flightcases pour les besoins du Département de la Communication. – Marché de fournitures passé par voie de procédure négociée sans publication préalable « voie électronique » ;
- Nettoyage bimestriel des vitres, châssis de fenêtres et des portes vitrées de l'Antenne d'Information d'Eupen ainsi que le nettoyage hebdomadaire des locaux pour une période d'un an – Marché de services passé par voie de procédure simplifiée ;
- Acquisition, sous le couvert du marché de services relatif à la « Connectivité réseau et services complémentaires » pour les besoins de la Province de Liège et les pouvoirs locaux adhérents à la centrale d'achat, d'un écran LED destiné à équiper le bâtiment Charlemagne ;
- Participation du Département de l'Enseignement de la Province de Liège au Salon SIEP de Namur du 14 au 15 mars 2025 avec mise à disposition de mobiliers – Marché de services passé par voie de procédure simplifiée auprès de l'ASBL SIEP (exclusivité) ;
- Participation du Département de l'Enseignement au Salon SIEP de Liège du 14 au 15 février 2025 avec mise à disposition de mobiliers – Marché de services passé par voie de procédure simplifiée auprès de l'ASBL SIEP (exclusivité).

**SUBVENTIONS OCTROYÉES ANTÉRIEUREMENT ET CONTROLÉES EN 2024**

N° GED	Bénéficiaire (forme juridique et siège social)	Finalité de la subvention : Activité/projet (à préciser) ou subvention de fonctionnement	Montant de la subvention en espèces	Valorisation de la subvention en nature	Date ultime de production des justificatifs	Subvention en nature  Attestation sur l'honneur reçue ? (si oui : <b>V</b> )	Subvention en espèces			Résultat du contrôle (Positif ou Négatif)
							Activité/projet	Fonctionnement		
							Montant total des justificatifs de dépenses produits	Type de pièces reçues : comptes ( <b>C</b> ), bilan ( <b>B</b> ), factures ( <b>F</b> ), extraits de compte ( <b>EC</b> ) Attestation sur l'honneur ( <b>A</b> )	Bénéfice ( <b>B</b> ) ou perte ( <b>P</b> ) constaté(e) sur l'exercice	
2023-08888	ASBL Maison de la Presse (Rue Haute Sauvenière, 19-4000 Liège)	Organisation du Cocktail de rentrée de la Maison de la Presse	1.646 € (indirect)	675 €	18/04/2024	<b>V</b>		A		P
2023-05807	Union professionnelle des Métiers de la Communication (Rue Haute Sauvenière, 19 à 4000 Liège)	Remise des Prix de l'UPMC au B3	1.500 € (directe) 3.480,48 € (indirecte)	1.012,94 €	09/01/2024	V		F, B, EC, A		P
2024-03356	ASBL Maison de la Presse (Rue Haute Sauvenière, 19-4000 Liège)	Fonctionnement	20.700 €		30/06/2024			C,B		P
2021-08842	BRF (Etablissement public – Kehrweg, 11 à 4700 Eupen)	Accord Communauté Germanophone	90.000 €		30/06/2024			C,B		P

2024-03360	Liège Gestion Centre-Ville (ASBL – Place St Lambert, 45-47 à 4000 Liège)	Fonctionnement	5.300 €		30/06/2024			C,B		P
2024-03362	QU4TRE (ASBL ASBL – Rue du Laveu, 58 à 4000 Liège)	Partenariat journal sportif	66.000 €		30/06/2024			C,B		P
2024-03362	Vedia (ASBL – Rue du Moulin, 30a à 4820 Dison)	Partenariat journal sportif	58.000 €		30/06/2024			C,B		P

**SUBVENTIONS OCTROYÉES EN 2024 ET MENTION DE LEUR CONTRÔLE EFFECTUÉ EN 2025**

N° GED	Bénéficiaire (forme juridique et siège social)	Finalité de la subvention : Activité/ projet (à préciser) ou subvention de fonctionnement	Montant de la subv. en espèces	Valorisation de la subv. en nature	Date ultime de produc- tion des justificatifs	Subvention en nature  Attestation sur l'honneur reçue ? (si oui : <b>V</b> )	Subvention en espèces			Résultat du contrôle ( <b>P</b> ositif ou <b>N</b> égatif)
							Activité/ projet	Fonctionnement		
								Montant total des justificatifs de dépenses produits	Type de pièces reçues : comptes ( <b>C</b> ), bilan ( <b>B</b> ), fac- tures ( <b>F</b> ), extraits de compte ( <b>EC</b> ) Attestation sur l'honneur ( <b>A</b> )	
2024-03363	Union profes- sionnelle des Métiers de la Communication (Rue Haute Sauvenière, 19 à 4000 Liège)	Remise des Prix de l'UPMC	1.500 € (directe)	5.830,34 €	09/02/202	<b>En attente</b>		F, B, EC A		