

Développement stratégique de l'attractivité globale de l'Ardenne transfrontalière

3.4.106 - Mobilisation des entreprises et des citoyens de l'Ardenne transfrontalière (Projet B)

Ardenne Ambassadors

1. OPERATEUR CHEF DE FILE

Fédération du Tourisme de la Province de Namur

Code postal : 5000

Ville : NAMUR

Pays : Belgique

2. OPERATEURS ET BUDGET

| OPERATEURS | VERSANT | BUDGET TOTAL | FEDER |
|--|-----------|-----------------------|-----------------------|
| Fédération du Tourisme de la Province de Namur | WA | 192 892,20 EUR | 106 090,71 EUR |
| N° 8 : Chambre de Commerce et d'Industrie des Ardennes françaises | FR | OP associé | OP associé |
| N°3 : Chambre de commerce et d'industrie du Luxembourg belge - CCILB | WA | 96 157,82 EUR | 52 886,80 EUR |
| N°1 : Fédération du Tourisme du Luxembourg belge | WA | 51 250,00 EUR | 28 187,50 EUR |
| N°4 : Office de Tourisme Charleville-Sedan en Ardenne | FR | 168 087,20 EUR | 92 447,96 EUR |
| N°5 : Val d'Ardenne | FR | 76 260,01 EUR | 41 943,00 EUR |
| N°7 : Bureau Economique de la Province de Namur | WA | OP associé | OP associé |
| N°6 : IDELUX | WA | OP associé | OP associé |
| N°2 : Agence de Développement Touristique des Ardennes | FR | 51 250,00 EUR | 28 187,50 EUR |
| N°9 : Agence de Développement Economique des Ardennes | FR | OP associé | OP associé |
| TOTAL | | 635 897,23 EUR | 349 743,47 EUR |

3. RESUME

Le défi du portefeuille consiste à positionner au mieux l'Ardenne transfrontalière parmi les régions qui comptent en Europe.

Ardenne Ambassadors a pour objectif majeur de mobiliser habitants, entreprises touristiques et professionnels du tourisme pour en faire de véritables ambassadeurs de l'Ardenne porteurs d'offres et de contenus touristiques qui seront valorisés dans le cadre du projet Ardenne Marketing.

Au regard des nouveaux modèles de marketing-mix territoriaux incluant le durable, Ardenne Ambassadors mobilisera également les écoles de tourisme ainsi que les institutions concernées par l'attractivité de l'Ardenne transfrontalière.

L'image de l'Ardenne auprès des publics cibles (habitants, professionnels du tourisme et touristes), en déficit tant sur son versant belge que français, mais disposant d'une large marge de progression, doit à terme susciter l'envie et le respect à l'image d'autres régions d'Europe dont la seule évocation incite à s'y rendre ou y vivre, pour entreprendre, apprendre, se détendre,...

Cette démarche se veut à la fois innovante et durable, basée sur un marketing territorial qui place les habitants, les professionnels du tourisme, les écoles de tourisme au cœur de sa stratégie. Encore peu appliqué en Belgique et dans le nord de la France, elle fait de l'appartenance à l'Ardenne transfrontalière, un véritable avantage compétitif, une création de valeurs positives pour ses habitants, ses entreprises touristiques, ses clients et ses salariés.

Concernant les professionnels du tourisme, Ardenne Ambassadors vise également :

- à les faire adhérer à la marque Ardenne ;
- à les faire se connaître de part et d'autre de la frontière ;
- à maximiser leurs complémentarités et profiter des potentialités qui s'offrent au territoire en faisant abstraction des limites géographiques imposées par les frontières ;
- à augmenter leur niveau de professionnalisation ;
- à les sensibiliser aux nouvelles attentes des clientèles touristiques ;
- à favoriser la création de produits et services touristiques transfrontaliers ;
- à fidéliser leurs clientèles ;
- à rechercher avec eux de nouveaux débouchés pour pérenniser et accroître leurs activités ;
- à augmenter la durée de séjour et réduire les effets de saisonnalité ;
- à susciter des synergies entre les opérateurs du projet en termes de co-construction d'offres touristiques.

4. DATE DE DÉBUT ET DE FIN DU PROJET

Date de début : 01/07/2016

Date de fin : 30/06/2020

5. DÉNOMINATION DE LA CATÉGORIE D'INTERVENTION

Développement et promotion du tourisme de services culturels et patrimoniaux publics

6. DATE DE LA DERNIÈRE MISE À JOUR

17 mai 2016