

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