

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 coeur 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. RAPPORT D'ACTIVITÉS AU 30/09/2017

Ardenne Ambassadors, la mobilisation ardennaise est en route

Ardenne Ambassadors fait partie du Portefeuille de projets « Ardenne Attractivity » et s'inscrit dans le prolongement du projet Interreg IV « Ardenne Tourisme GPS ». Il s'adresse aux opérateurs touristiques et aux citoyens des territoires des provinces de Namur (FTPN) et du Luxembourg belge et du département des Ardennes françaises autour de la Marque Ardenne.

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 encore peu appliqués en Belgique et dans le nord de la France, 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,...

Les 1ers travaux ont réuni les opérateurs autour de 5 activités prioritaires :

La gestion de projet.

Un Google Drive rassemble les documents échangés par le Portefeuille de projets Ardenne Attractivity et le projet AGRETA, couvrant ainsi le territoire transfrontalier ardennais.

Un séminaire d'information a rassemblé tous les opérateurs de Ardenne Attractivity et de AGRETA les 12 & 13 décembre 2016 afin de faire le point sur les projets et de renforcer la cohésion entre les responsables des actions.

Création des référentiels et des outils communs.

Une étude sur les labels transfrontaliers existants a permis de travailler un « référentiel » commun et transfrontalier qui répertorie les opérateurs touristiques ardennais en tant que adhérents – adhérents acteurs – ambassadeurs et les touristes/visiteurs en tant que acteurs – ambassadeurs.

Cet inventaire a permis la définition d'un référentiel commun répertoriant les opérateurs touristiques ardennais en tant que adhérents – adhérents acteurs – ambassadeurs et les touristes/visiteurs en tant que acteurs – ambassadeurs. Pour résumer, la démarche vise à faire évoluer l'opérateur touristique partenaire en le faisant monter en puissance sur trois axes : communication, accueil et écotourisme. L'adhérent aura donc la possibilité de devenir un acteur et puis un ambassadeur de l'Ardenne. En contrepartie de son investissement, le programme « Ambassadors » propose des outils (plateforme de marque) un accompagnement et surtout une visibilité (site web grand public). Ces contreparties sont d'autant plus importantes que l'adhérent est actif dans la démarche. Pour valider son activité, nous avons établi trois stades : adhérent, acteur et ambassadeur. Le passage d'adhérent à acteur est validé par une série d'actions que l'opérateur touristique doit entamer pour justifier son engagement en tant qu'acteur. Pour atteindre le stade d'ambassadeur, il devra accomplir la totalité des actions définies et son acceptation ne pourra se faire que sur candidature ou cooptation. Le comité de la marque du GEIE pilote l'acceptation (ou non) des candidats ambassadeurs. Cela permet également de rester cohérent par rapport aux « Ambassadeurs » (non pro : artistes, blogueurs, écrivains) qui sont démarchés par le projet afin de devenir des portes étendards de l'Ardenne (ex : Martin Dellicour, Club des blogueurs ardennais).

Plateforme web de marque.

La plateforme constituée d'une page d'accueil qui offrira aux adhérents un accès à toutes les informations liées à la marque, aux outils, aux différents accompagnements et formation proposées par Ardenne Ambassadors et les autres projets.

Parallèlement à cela, une réflexion a concerné la simplification des adhésions à la Marque Ardenne. En effet, la procédure papier était lourde et chronophage. Désormais, grâce à cette solution développée en internet par Sébastien Ortega et Slimane Chibane, la procédure est non seulement simplifiée mais accessible à tous sur le site <http://adhesion.visitardenne.com>

Une médiathèque à l'attention des acteurs et des opérateurs de tourisme et à l'échelle de la destination Ardenne est en réflexion. Cette médiathèque doit permettre de mettre à disposition différents médias (photos, vidéos, élément de marque...) auprès des adhérents de la marque « Ardenne » et auprès de l'ensemble des partenaires de la destination transfrontalière.

Mobilisation des membres Ardenne.

Lors d'une réunion en novembre 2016 et sur le Salon des Blogueurs de Voyages à Saint-Malo en avril 2017, des contacts privilégiés ont été pris avec des blogueurs belges et français

7. DATE DE LA DERNIÈRE MISE À JOUR

30 septembre 2017