

Strategische ontwikkeling van de globale attractiviteit van de grensoverschrijdende Ardennen

3.4.106 - Mobilisatie van de bedrijven en burgers van de grensoverschrijdende Ardennen (Project B)

Ardenne Ambassadors

1. PROJECTLEIDER

Fédération du Tourisme de la Province de Namur

Postcode: 5000

Stad: NAMUR

Land: België

2. PROJECTPARTNERS EN BUDGET

PROJECTPARTNERS	GEBIEDSDEEL	TOTAAL BUDGET	EFRO
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	Geassocieerde PP	Geassocieerde PP
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	Geassocieerde PP	Geassocieerde PP
N°6 : IDELUX	WA	Geassocieerde PP	Geassocieerde PP
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	Geassocieerde PP	Geassocieerde PP
TOTAAL		635 897,23 EUR	349 743,47 EUR

3. OVERZICHT

De grote uitdaging van portefeuille Ardenne Attractivity is de grensoverschrijdende Ardennen zo goed mogelijk te positioneren onder de regio's die meetellen in Europa.

Ardenne Ambassadors heeft als hoofddoel het tot actie aansporen van de inwoners, de bedrijven en de toeristische sector om van hen echte ambassadeurs van de Ardennen te maken en dragers van een toeristisch aanbod dat bevorderd zal worden in het kader van het project Ardenne Marketing.

Ardenne Ambassadors wil de bedrijven die zich bij het project aansluiten structureren en samen met hen nieuwe afzetgebieden zoeken om hun activiteiten uit te breiden en te bestendigen. Dat kadert in de nieuwe territoriale marketingmixmodellen waarin het aspect duurzaamheid opgenomen is en die de bedrijven, de inwoners, de hogescholen en de instellingen die bij een optimalisering van de aantrekkelijkheid van de grensoverschrijdende Ardennen betrokken zijn, op de been brengen.

Het imago van de Ardennen bij de doelgroepen (inwoners, professionals van de toeristische sector en toeristen) laat zowel aan Belgische als aan Franse kant te wensen over, maar is nog ruim vatbaar voor verbetering. Het moet op termijn zin geven en respect afdwingen zoals de andere regio's van Europa, waarvan alleen nog maar de naam noemen aanzet om er naar toe te trekken of er te wonen, te ondernemen, te leren, te ontspannen, ...

Deze aanpak wil tegelijk innovatief en duurzaam zijn, op basis van een territoriale marketing die de de inwoners en de professionals van de toeristische sector centraal stelt in haar strategie. Ze maakt van de verbondenheid met de grensoverschrijdende Ardennen een heus concurrentievoordeel, met de creatie van positieve waarden voor hun inwoners, hun toeristische bedrijven, hun klanten en werknemers.

Wat de professional van de toeristische sector betreft, streeft Ardenne Ambassador er ook naar om:

- ze te doen aansluiten bij het merk Ardennen;
- ze bekend te maken aan weerszijden van de grens;
- hun complementaire krachten optimaal te benutten en te profiteren van de mogelijkheden voor het gebied wanneer men geen rekening houdt met de geografische limieten die grenzen opleggen;
- hun niveau van professionalisering te verhogen;
- ze bewust te maken van de nieuwe verwachtingen van het toeristische clientele;
- het creëren van grensoverschrijdende toeristische producten en diensten te bevorderen;
- synergieën op te wekken tussen de operatoren van het project wat betreft het samen bouwen van het toeristische aanbod.

4. BEGIN- EN EINDDATUM VAN HET PROJECT

Begindatum: 01/04/2016

Einddatum: 30/09/2019

5. NAAM VAN DE CATEGORIE STEUNVERLENING

Ontwikkeling en bevordering van diensten op het gebied van cultuur en erfgoed

6. DATUM VAN DE LAATSTE BIJWERKING

17 mei 2016