

## 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
<b>Fédération du Tourisme de la Province de Namur</b>	<b>WA</b>	<b>192 892,20 EUR</b>	<b>106 090,71 EUR</b>
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
<b>TOTAAL</b>		<b>635 897,23 EUR</b>	<b>349 743,47 EUR</b>

### 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. ACTIVITEITENVERSLAG OP 30/09/2017

Ardenne Ambassadors, de Ardense mobilisatie is in aantocht.

Ardenne Ambassadors maakt deel uit van de projectenportefeuille 'Ardenne Attractivity' en is een opvolger van het project Interreg IV 'Ardenne Tourisme GPS'. Het is bestemd voor de toeristische projectpartners en de burgers van het grondgebied van Namen (FTPN), Belgisch Luxemburg en het departement van de Franse Ardennen en draait rond het merk 'Ardennen'.

De belangrijkste doelstelling van Ardenne Ambassadors is de bewoners, toeristische ondernemingen en professionelen mobiliseren om echte ambassadeurs te worden van de Ardennen, waarbij ze een toeristisch aanbod en inhoud brengen die gepromoot zullen worden in het kader van het project Ardenne Marketing.

Met het oog op de nieuwe territoriale marketing-mixmodellen, met inbegrip van het duurzaamheidsaspect dat in België en het noorden van Frankrijk nog weinig wordt toegepast, zal Ardenne Ambassadors ook de toerismescholen en de instellingen voor wie de aantrekkelijkheid van de grensoverschrijdende Ardennen belangrijk is, mobiliseren. Het imago van de Ardennen bij de doelgroepen (bewoners, toerismeprofessionals en toeristen), dat zowel in het Belgische als Franse gebiedsdeel niet zo positief is maar dat in de goede richting evolueert, moet op termijn zin en respect opwekken, zoals dat bij andere regio's in Europa het geval is, waarbij alleen de naam al aanzet om erheen te gaan of er te gaan wonen, om te ondernemen, te leren, zich te ontspannen,...

De eerste werkzaamheden bestonden erin de projectpartners bijeen te brengen rond 5 prioritaire activiteiten:

#### Projectbeheer

Een Google Drive verzamelt alle documenten die via de projectenportefeuille Ardenne Attractivity en het project AGRETA uitgewisseld worden, zodat het Ardense grensoverschrijdende grondgebied bestreken wordt.

Een informatieseminarie heeft alle projectpartners van Ardenne Attractivity en van AGRETA op 12 & 13 december 2016 bijeengebracht om een balans op te maken van de projecten en de cohesie tussen de verantwoordelijken van de acties te versterken.

#### Creatie van gemeenschappelijke registers en instrumenten

Een studie over de bestaande grensoverschrijdende labels heeft het mogelijk gemaakt een gemeenschappelijk en grensoverschrijdend 'register' op te stellen van de Ardense toeristische projectpartners als leden – leden-spelers – ambassadeurs en de toeristen/bezoekers als acteurs – ambassadeurs.

Deze inventaris heeft de definitie van een gemeenschappelijk register mogelijk gemaakt met de Ardense toeristische projectpartners als leden – leden-spelers – ambassadeurs en de toeristen/bezoekers als acteurs – ambassadeurs. Samengevat is dit initiatief erop gericht de toeristische projectpartner vooruit te helpen door hem op drie vlakken te versterken: communicatie, onthaal en ecotoerisme. Het lid zal dus de mogelijkheid hebben om eerst een speler te worden en dan een ambassadeur van de Ardennen. Als tegenprestatie voor zijn investering biedt het programma 'Ambassadors' instrumenten (merkplatform), een begeleiding en vooral zichtbaarheid (website brede publiek). Deze tegenprestaties zijn des te belangrijker wanneer het lid actief meewerkt. Om zijn activiteit te valideren hebben we drie stadia vastgelegd: lid, speler en ambassadeur. De overgang van lid naar speler wordt gevalideerd door een serie acties die de toeristische projectpartner moet starten om zijn engagement als speler te motiveren. Om het stadium van ambassadeur te bereiken moet hij alle gedefinieerde acties uitvoeren en zijn aanvaarding zal enkel kunnen via kandidatuur of coöptatie. Het merkcomité van het EES stuurt de aanvaarding (of niet) van de kandidaat-ambassadeurs. Dat maakt het ook mogelijk om consistent te blijven met de 'Ambassadeurs' (niet professionelen: artiesten, bloggers, schrijvers) die benaderd

worden door het project om vlaggenschepen van de Ardennen te worden (bv.: Martin Dellicour, Club des blogueurs ardennais).

#### Platform merkwebsite

Het platform zal uit een onthaalpagina bestaan die de leden toegang biedt tot alle informatie die verband houdt met het merk, de instrumenten, de verschillende begeleidingen en de voorgestelde opleidingen door Ardenne Ambassadors en de andere projecten.

Parallel daaraan werd nagedacht over de vereenvoudiging van het lidmaatschap van het merk Ardennen. De papieren procedure is immers omslachtig en tijdrovend. Dankzij de door Sébastien Ortega en Slimane Chibane ontworpen online oplossing is de procedure niet enkel eenvoudiger maar ook toegankelijk voor iedereen: <http://adhesion.visitardenne.com>.

Er wordt momenteel nagedacht over een mediatheek over de bestemming Ardennen voor de spelers en projectpartners uit de toeristische sector. Deze mediatheek moet het mogelijk maken verschillende media (foto's, video's, merkelementen...) beschikbaar te stellen voor de leden van het merk 'Ardennen' en bij alle partners van de grensoverschrijdende bestemming.

#### Mobilisatie van de leden Ardennen

Tijdens een vergadering in november 2016 en op de beurs voor reisbloggers te Saint-Malo in april 2017 werden goede contacten gelegd met Belgische en Franse bloggers.

## 7. DATUM VAN DE LAATSTE BIJWERKING

30 september 2017