

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

### 3.4.114 - Projet pilote

#### Ardenne Attractivity

#### 1. OPERATEUR CHEF DE FILE

Destination Ardenne

Code postal : 8000

Ville : Charleville-Mézières

Pays : France

#### 2. OPERATEURS ET BUDGET

OPERATEURS	VERSANT	BUDGET TOTAL	FEDER
Destination Ardenne	FR	400 057,50 EUR	220 031,62 EUR
Fédération du Tourisme de la Province de Namur	WA	OP associé	OP associé
Fédération Touristique du Luxembourg Belge	WA	OP associé	OP associé
Agence de Développement Touristique des Ardennes	FR	OP associé	OP associé
<b>TOTAL</b>		<b>400 057,50 EUR</b>	<b>220 031,62 EUR</b>

#### 3. RESUME

Riches de leur marque porteuse de valeurs fortes, les Ardennais ont l'ambition de faire de leur Ardenne un territoire compétitif qui remettra l'homme et la nature au coeur de tout développement.

Dotée d'espaces et d'eau, deux grands forces pour demain, cette terre d'accueil favorisera plus encore la rencontre et le partage entre ses visiteurs et ses habitants.

Terre de bien-être et véritable "poumon vert", l'Ardenne possède les atouts pour réconcilier développement touristique et qualité de vie. Elle a tout pour équilibrer nature et culture, tradition et innovation, action et repos, puissance et douceur, conservation du patrimoine et vitalité créative.

Le portefeuille Ardenne Attractivity et ses 3 projets constitutifs vont servir cette ambition avec pour finalité d'accroître l'attractivité globale de l'Ardenne via le tourisme et sa capacité à :

- intégrer les dimensions liées au durable dans son développement
- rayonner en termes de notoriété et d'image
- promouvoir ses produits et services
- retenir et attirer des entreprises touristiques
- attirer de nouvelles clientèles touristiques et allonger leur durée de séjour tout au long de l'année, conformément aux préconisations du Schéma Départemental de Développement Touristique des Ardennes (voir Schéma de Développement ADT des Ardennes (initiative nationale-2014) et Analyse marketing de l'Ardenne transfrontalière (initiative transnationale entre français, belges et grand-ducaux luxembourgeois- 2010).

La stratégie d'attractivité mise en oeuvre par le portefeuille s'inspire de nouveaux modèles de marketing-mix territoriaux ayant fait leurs preuves dans d'autres régions du monde et que propose la Chaire « Attractivité et Nouveau Marketing Territorial » de l'institut d'études politiques d'Aix-en-Provence (GAYET Joël, Place Marketing Trend, Paris, 2014).

Elle privilégie le durable et mobilise autour de sa marque les entreprises touristiques, les habitants en tant qu'ambassadeurs du territoire, les écoles de tourisme et les institutions concernées par l'attractivité touristique.

Elle fait de l'appartenance à l'Ardenne transfrontalière un véritable avantage compétitif.

L'outil puissant que représente ce portefeuille de projets permet de concrétiser cette approche «holistique» de l'attractivité touristique ardennaise dans la mesure où il demeure le premier lieu de croisement de l'ensemble des dynamiques nécessaire à l'accroissement, tant de l'attractivité que des retombées socio-économiques qui y sont liées.

#### 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