

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
TOTAL		400 057,50 EUR	220 031,62 EUR

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. RAPPORT D'ACTIVITÉS AU 30/09/2017

Pour rappel, le Groupement Européen d'Intérêt Économique (GEIE) « Destination Ardenne » réunit 8 collectivités sur la France, la Belgique et le Grand-Duché de Luxembourg et 2 collectivités associées (Région Champagne-Ardenne et Wallonie).

Créé en 2014, il a pour principal objectif de renforcer la notoriété et l'image de l'Ardenne au travers de son code de marque, de se démarquer davantage et durablement de la concurrence des destinations touristiques afin de favoriser le développement économique de l'Ardenne. Sa volonté est d'associer les partenaires touristiques et économiques, tant institutionnels que privés, dans une démarche d'appropriation de la marque, puis d'amplification de l'attractivité territoriale de l'Ardenne transfrontalière.

Il s'est donc imposé naturellement comme la structure la plus à même d'assurer le pilotage du portefeuille Ardenne Attractivity en collaboration étroite avec les chefs de file des projets constitutifs, eux même membres du groupement depuis sa création. A signaler que la Destination Ardenne fait désormais partie du portefeuille de marques de la Région Grand Est, au côté de l'Alsace, la Champagne, la Lorraine et les Vosges. Elle est ainsi reconnue et portée par l'ensemble des élus du versant français, dans le cadre du nouveau schéma régional de développement touristique de la Région Grand Est.

Depuis le lancement du projet, le chargé de Mission, Xavier Lorandea, a assuré la mise en œuvre des premières activités qui portaient principalement sur la définition d'un mode d'organisation et de gouvernance, la création d'outils de gestion et la réalisation des premières actions de communication destinées à informer sur le portefeuille et l'ensemble de ses projets constitutifs.

Ces premières activités ont été mises en place au sein du comité de pilotage du portefeuille qui regroupe l'ensemble des chefs de file des projets constitutifs.

Ce comité, animé par Xavier Lorandea, s'est réuni à 9 reprises depuis le lancement du projet.

A noter qu'un certain nombre d'activités sont développées en lien avec le projet « miroir » AGRETA (mené dans le cadre de la programmation Interreg Grande Région) piloté lui aussi par le GEIE Destination Ardenne.

Le coordinateur, Xavier Lorandea participe également à la majorité des comités techniques et autres groupes de travail organisés par les projets constitutifs du portefeuille et ce, afin de veiller constamment à optimiser les synergies entre projets et accroître les plus-values transfrontalières.

Il a rencontré par ailleurs, de nombreux opérateurs au sein de leurs structures afin de les aider dans l'accompagnement administratif et la coordination des activités.

Enfin, les premières actions de communication portant sur le portefeuille et ses projets ont été lancées. Un site web, une plaquette de présentation, des newsletters ont été réalisés pour informer sur les projets, l'avancée des actions et leurs premières retombées.

Le deuxième semestre a également été consacré à la préparation de la première édition des rencontres de l'Ardenne, qui s'est déroulé le 21 novembre 2017, à Libramont.

Ce grand évènement a pour objectif de réunir l'ensemble des adhérents de la marque Ardenne, élus, partenaires institutionnels et acteurs du tourisme du territoire transfrontalier en vue de présenter notre démarche collective destinée à renforcer l'attractivité de la Destination Ardenne au travers des projets développés dans le cadre du portefeuille.

7. DATE DE LA DERNIÈRE MISE À JOUR

30 septembre 2017