

Strategische ontwikkeling van de globale attractiviteit van de grensoverschrijdende Ardennen

3.4.114 - Koepelproject

Ardenne Attractivity

1. PROJECTLEIDER

Destination Ardenne

Postcode: 8000

Stad: Charleville-Mézières

Land: Frankrijk

2. PROJECTPARTNERS EN BUDGET

PROJECTPARTNERS	GEBIEDSDEEL	TOTAAL BUDGET	EFRO
Destination Ardenne	FR	400 057,50 EUR	220 031,62 EUR
Fédération du Tourisme de la Province de Namur	WA	Geassocieerde PP	Geassocieerde PP
Fédération Touristique du Luxembourg Belge	WA	Geassocieerde PP	Geassocieerde PP
Agence de Développement Touristique des Ardennes	FR	Geassocieerde PP	Geassocieerde PP
TOTAAL		400 057,50 EUR	220 031,62 EUR

3. OVERZICHT

De Ardenners zijn rijk aan een merk met sterke waarden, en hebben de ambitie om van hun Ardennen een competitief grondgebied te maken dat de mens en de natuur in het hart van de ontwikkeling zet.

Dit gastvrije land is rijk aan ruimte en water, de twee grote troeven voor morgen, en begunstigt de ontmoeting en het samen delen tussen zijn bezoekers en zijn inwoners.

Als land van welzijn brengt het toeristische ontwikkeling en levenskwaliteit tot elkaar. Het brengt natuur en cultuur, traditie en innovatie, actie en rust, kracht en zachtheid, behoud van erfgoed en creatieve vitaliteit met elkaar in evenwicht.

De portefeuille Ardenne Attractivity en zijn drie deelprojecten (Ardenne Ecotourism, Ardenne Ambassadors en Ardenne Marketing) willen deze ambitie tot uitdrukking brengen met als mikpunt de globale aantrekkingskracht van de Ardennen via het toerisme en haar vermogen om:

- aspecten met betrekking tot duurzaamheid in haar ontwikkeling te integreren
- zich te verbreiden in termen van notoriteit en imago,
- haar producten en diensten te promoten,
- toeristische bedrijven aan te trekken en te behouden,
- een nieuw toeristisch cliënteel aan te trekken en de lengte van hun verblijf te verlengen doorheen het hele jaar, in overeenstemming met de aanbevelingen van het "Schéma Départemental de Développement Touristique des Ardennes" (zie "Schéma de Développement ADT des Ardennes" (nationaal initiatief - 2014) en "Analyse marketing de l'Ardenne transfrontralière" (transnationaal initiatief in de Franse en Belgische Ardennen en die van het Groothertogdom Luxemburg - 2010).

De aantrekkingsstrategie van de portefeuille bouwt voort op de nieuwe territoriale marketingmix modellen. Ze omvat duurzaamheid en mobiliseert rondom haar merk de toeristische bedrijven, inwoners als ambassadeurs van het grondgebied, toerisme opleidingen en instellingen die begaan zijn bij de toeristische aantrekkingskracht. Ze maakt van het onderdeel zijn van de grensoverschrijdende Ardennen een waar concurrentievoordeel.

Het krachtige instrument van de projectportefeuille zal mogelijk maken om deze "holistische" aanpak van Ardense toeristische aantrekkelijkheid concreet vorm te geven, als eerste punt waar alle nodige dynamieken om zowel de aantrekkelijkheid als de bijhorende socio-economische effecten te verhogen, zullen samenkomen.

4. BEGIN- EN EINDDATUM VAN HET PROJECT

Begindatum: 01/07/2016

Einddatum: 30/06/2020

5. NAAM VAN DE CATEGORIE STEUNVERLENING

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

6. ACTIVITEITENVERSLAG OP 30/09/2017

Ter herinnering: het Europees Economische Samenwerkingsverband (EES) 'Destination Ardenne' verzamelt 8 groepen uit Frankrijk, België en het Groothertogdom Luxemburg en 2 geassocieerde groepen (Région Champagne-Ardenne en Wallonie).

Deze groep werd opgericht in 2014 en heeft als voornaamste doelstelling de bekendheid en het imago van de Ardennen via zijn merknaam te versterken, zich nog meer en duurzaam onderscheiden van de concurrerende toeristische bestemmingen om de economische ontwikkeling van de Ardennen te bevorderen. Ze wil de toeristische en economische partners, zowel institutioneel als privé, verenigen via het merk en op basis daarvan de territoriale aantrekkelijkheid van de grensoverschrijdende Ardennen vergroten.

Ze heeft zich dus natuurlijk opgeworpen als de structuur die het best in staat is om het beheer van de portefeuille Ardenne Attractivity te verzekeren, in nauwe samenwerking met de projectleiders van de deelprojecten die zelf sinds haar oprichting lid zijn van de groep. Opmerking: Destination Ardenne maakt nu deel uit van de merkportefeuille van de Région Grand Est, naast de Elzas, Champagne, Lorraine en de Vogezes. Ze wordt op die manier, in het kader van het nieuwe regionale toeristische ontwikkelingsschema van de Région Grand Est, erkend en gedragen door alle verkozenen van het Franse gebiedsdeel.

Sinds de lancering van het project heeft de projecthouder, Xavier Lorandau, de uitvoering verzekerd van de eerste activiteiten die hoofdzakelijk betrekking hadden op de definitie van de werkwijze en het bestuur, de creatie van beheersinstrumenten en de realisatie van de eerste communicatieacties om te informeren over de portefeuille en alle deelprojecten.

Deze eerste activiteiten werden opgezet binnen de stuurgroep van de portefeuille waarin alle projectleiders van de deelprojecten zetelen.

Het comité, dat voorgezeten wordt door Xavier Lorandau, is sinds de lancering van het project 9 maal samengekomen.

Er dient opgemerkt dat een aantal activiteiten samen met het 'spiegelproject' AGRETA (gevoerd in het kader van het programma Interreg Grande Région) en dat ook geleid wordt door het EES Destination Ardenne, ontwikkeld werden.

De coördinator, Xavier Lorandau, neemt ook deel aan de meeste technische comités en andere werkgroepen die door de deelprojecten van de projectenportefeuille worden georganiseerd, en dit om een zo groot mogelijke synergie tussen de projecten te waarborgen en de grensoverschrijdende meerwaarde te verhogen.

Hij heeft overigens al talrijke projectpartners binnen hun organisaties ontmoet om hen te helpen bij de administratieve begeleiding en de coördinatie van de activiteiten.

Ten slotte werden de eerste communicatieacties met betrekking tot de portefeuille en haar deelprojecten gelanceerd. Er werden een website, een presentatiebrochure en nieuwsbrieven ontworpen om te informeren over de projecten, de stand van zaken van de acties en hun eerste resultaten.

Het tweede semester werd ook gewijd aan de voorbereiding van de eerste editie van ontmoetingen rond de Ardennen, die op 21 november 2017 te Libramont heeft plaatsgevonden.

Dit grote evenement heeft tot doel alle leden van het merk Ardennen, verkozenen, institutionele partners en spelers van de toeristische sector in het grensoverschrijdende territorium samen te brengen, om het gemeenschappelijke initiatief om de aantrekkelijkheid van de Destination Ardenne te vergroten via de in het kader van de portefeuille ontwikkelde projecten, voor te stellen.

7. DATUM VAN DE LAATSTE BIJWERKING

30 september 2017