

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

3.4.134 - Mise en marketing touristique de l'Ardenne transfrontalière au regard des nouvelles approches de marketing territorial (Projet C)

Ardenne Marketing

1. OPERATEUR CHEF DE FILE

Fédération Touristique du Luxembourg Belge

Code postal : 6980

Ville : LA ROCHE-EN-ARDENNE

Pays : Belgique

2. OPERATEURS ET BUDGET

OPERATEURS	VERSANT	BUDGET TOTAL	FEDER
Fédération Touristique du Luxembourg Belge	WA	263 617,20 EUR	144 989,46 EUR
Fédération du Tourisme de la Province de Namur	WA	121 975,00 EUR	67 086,25 EUR
Agence de Développement Touristique des Ardennes	FR	121 975,00 EUR	67 086,25 EUR
TOTAL		507 567,20 EUR	279 161,96 EUR

3. RESUME

Afin d'améliorer l'attractivité et par là contrer la baisse des performances touristiques en cours depuis plusieurs années de part et d'autre de la frontière, il apparaît comme une nécessité absolue et urgente de renforcer l'union et la coopération territoriale entre les Ardennais belges et français.

C'est aussi une opportunité exceptionnelle tant l'Ardenne est un territoire «pertinent» avec une identité riche et un nom à forte notoriété, notamment dans le nord de l'Europe. Idéalement située près de grandes conurbations européennes (66 millions d'habitants à moins de 3h de route), son coeur d'identité correspond aux attentes majeures des clientèles touristiques urbaines européennes. Avec l'eau et l'espace, l'Ardenne bénéficie de grands atouts pour demain mais aussi de riches potentialités humaines, naturelles et architecturales synonymes d'offres touristiques attractives. Enfin, il existe une fierté commune d'appartenance, une qualité d'accueil ardennaise et des expertises. Autant de forces pour créer des offres touristiques affinitaires et créatives, relationnelles et expérientielles, en phase avec les attentes des clientèles.

Dans ce contexte, Ardenne Marketing met en oeuvre une stratégie de marketing touristique ambitieuse de type multicanal et basée sur des méthodes innovantes inspirées des nouvelles approches de marketing territorial éprouvées comme par exemple en Alsace, en Auvergne, à Amsterdam ou à Berlin.

Au final, Ardenne Marketing ambitionne d'atteindre les objectifs suivant :

- Développer la notoriété et l'image de la destination Ardenne, son attractivité touristique et par extension son attractivité globale
- Inscrire l'Ardenne parmi les destinations durables et vélotouristiques européennes
- Renforcer le positionnement concurrentiel et durable
- Conquérir de nouvelles clientèles printemps-automne en adéquation avec les lignes d'offres thématiques, par un marketing affinitaire, relationnel et expérientiel centré sur le web et basé sur une interactivité entre les visiteurs et les habitants
- Développer un dispositif web ambitieux, collaboratif, affinitaire et innovant autour d'un bouquet médiatique
- Faire participer les habitants, les visiteurs et les acteurs (réseau communautaire des ambassadeurs et amis)
- Développer et structurer des lignes d'offres thématiques de courts séjours à partir des thématiques porteuses et identitaires
- Qualifier des offres dans l'objectif d'en faire des « expériences ardennaise ».

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