

3.4.120 - TENDANCES

Destinations touristiques - Nouvelles Tendances

1. OPERATEUR CHEF DE FILE

WESTTOER APB

Code postal : 8200

Ville : Brugge (Sint-Michiels)

Pays : Belgique

2. OPERATEURS ET BUDGET

| OPERATEURS | VERSANT | BUDGET TOTAL | FEDER |
|---|-----------|-------------------------|-----------------------|
| WESTTOER APB | VL | 550 296,87 EUR | 275 148,43 EUR |
| Agence d'Urbanisme et de Développement de la Région Flandre Dunkerque | FR | 334 566,32 EUR | 167 283,16 EUR |
| Communauté urbaine de Dunkerque | FR | 120 001,78 EUR | 60 000,89 EUR |
| Comité Régional du Tourisme de Picardie | FR | OP associé | OP associé |
| Fédération Touristique du Luxembourg Belge | WA | 125 497,50 EUR | 62 748,75 EUR |
| Comité Régional de Tourisme Nord-Pas de Calais | FR | OP associé | OP associé |
| UDOTSI du Nord | FR | OP associé | OP associé |
| GECT EGTS West-Vlaanderen/Flandre-Dunkerque-Côte d'Opale | FR | OP associé | OP associé |
| TOTAL | | 1 130 362,47 EUR | 565 181,23 EUR |

3. RESUME

Le projet TENDANCES repose sur la complémentarité entre 2 destinations touristiques soeurs, l'une côté terre et l'autre côté mer.

En effet, le Luxembourg belge et le Littoral franco-belge occupent depuis la naissance du tourisme une place centrale sur le marché des loisirs en Belgique et aux Pays-Bas. Nullement concurrents, ils partagent les mêmes clientèles à la recherche des bienfaits tantôt d'un océan de verdure, tantôt d'un océan d'eau. Au contraire, ils sont alarmés par la même puissance d'attraction des grandes métropoles, par la même amélioration des transports aériens et par la même problématique de renouvellement des clientèles.

Par ailleurs, les 2 destinations partagent un grand nombre de valeurs et sont confrontées au manque de temps, de recul, d'expertise et de moyens pour innover et performer d'un point de vue marketing dans un contexte de révolution numérique venant bouleverser leurs activités.

Le projet entend valoriser le patrimoine et les spécificités de ces 2 territoires en développant conjointement des produits et des services (P&S) touristiques complémentaires qui seront plus adaptés aux tendances actuelles de consommation. Il répond à un besoin commun d'une plus grande cohérence et d'une meilleure attractivité de ces territoires transfrontaliers. Il projette une démarche de cross-marketing entre eux.

Les actions visent à :

- élaborer une stratégie transfrontalière autour de valeurs communes (ex. bien-être et authenticité)
- développer des P&S complémentaires ;
- fédérer les professionnels du tourisme de part et d'autre des frontières nationales ou provinciales.
- améliorer l'efficacité d'une promotion touristique croisée visant à soutenir la fréquentation touristique, l'activité économique et donc l'emploi.

Pour cela, il s'agira de concevoir :

- des P&S répondant aux nouvelles tendances de consommation et valorisant les atouts complémentaires de ces 2 territoires transfrontaliers. Ces offres se construiront autour de l'identité des territoires liés soit à la forêt, soit à la mer.
- des formations qui permettront d'améliorer les compétences locales et de professionnaliser les acteurs touristiques pour plus de compétitivité et d'attractivité.
- des ateliers de co-construction d'offres touristiques qui permettront aux professionnels du tourisme en ce compris les aménageurs urbains :
 - * de bénéficier du regard de différents métiers-experts
 - * de favoriser les échanges d'expériences et de savoir-faire entre eux

4. DATE DE DÉBUT ET DE FIN DU PROJET

Date de début : 01/10/2016

Date de fin : 30/09/2020

5. DÉNOMINATION DE LA CATÉGORIE D'INTERVENTION

Protection, développement et promotion des actifs touristiques publics

6. DATE DE LA DERNIÈRE MISE À JOUR