

### 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
<b>WESTTOER APB</b>	<b>VL</b>	<b>550 296,87 EUR</b>	<b>275 148,43 EUR</b>
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

**TENDANCES**

GECT EGTS West-Vlaanderen/Flandre-Dunkerque-Côte d'Opale	FR	OP associé	OP associé
<b>TOTAL</b>		<b>1 130 362,47 EUR</b>	<b>565 181,23 EUR</b>

### 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. RAPPORT D'ACTIVITÉS AU 30/09/2017

Dans un contexte de concurrence exacerbée à l'échelle de l'Europe entre les destinations touristiques balnéaires et rurales, le projet TENDANCES s'appuie sur le croisement de visions stratégiques et d'expertises émanant de différentes institutions touristiques tant en Ardenne que sur le littoral franco-belge.

Ce projet a pour finalité d'accompagner dans leur positionnement marketing, de manière innovante, les professionnels du tourisme, et singulièrement ceux de l'hôtellerie et de la restauration.

Quatre grands objectifs sont visés :

1. structurer une offre touristique en phase avec les nouvelles tendances et attentes de la clientèle (trajet et carnet d'inspiration transfrontaliers « tendances ») ;
2. développer par la formation une offre de restauration plus saine privilégiant les produits locaux et de saison (trajet et carnet d'inspiration transfrontaliers « culinaire ») ;
3. proposer avec des budgets calculés, des aménagements intérieurs (décoration, mobilier, etc.) en lien avec des éléments identitaires du territoire et/ou répondant aux tendances actuelles (trajet et carnet d'inspiration transfrontaliers « design ») ;
4. améliorer la communication et la réputation des professionnels ciblés au travers du web (trajet et carnet d'inspiration transfrontaliers « e-marketing »).

Depuis le début du projet, les partenaires dunkerquois, flamands et ardennais se sont associés afin d'identifier les nouvelles attentes de leurs clientèles cibles, principalement des familles avec enfants de moins de 12 ans et des seniors, et le plus souvent conjointes en partant du postulat qu'un touriste de l'Ardenne peut être un touriste du littoral franco-belge. Au final, il en ressort une première synthèse partagée d'études existantes et de tendances en matière touristique ainsi que le recrutement d'un cabinet expert dans ce domaine. Celui-ci a été chargé de délivrer (sur base de six focus-group « clientèle » organisés à Lille, Bruxelles et Anvers) un carnet d'inspirations transfrontalier comprenant 40 idées à destination des professionnels du tourisme (« 40 idées cherchent prestataires ! »).

Au-delà d'un site web co-construit afin de maximiser la communication sur leur projet, l'ensemble des opérateurs ont également co-organisé un événement de lancement composé de trois temps forts, au plus près de leurs professionnels. Il a eu lieu à la fois à Coxyde le 10 mai, à Dunkerque le 11 mai et à Paliseul le 1er juin. Le contenu de cet événement de lancement a été défini de manière telle qu'il assure une complémentarité entre les sujets abordés : ambiance et aspects culinaires à Coxyde, nouvelles tendances à Dunkerque, nouveaux services et produits innovants à Paliseul.

Et enfin, les opérateurs ont entamé les actions prévues en termes de design et de nouvelles recettes en lien avec la santé (alimentation saine et équilibrée). Ils se sont ainsi penchés sur la mobilisation de leurs écoles d'architecture et d'hôtellerie. Les premières réalisations sont attendues pour fin 2017.

## 7. DATE DE LA DERNIÈRE MISE À JOUR

30 septembre 2017