



**Projet :** Ardenne Attractivity + AGRETA

**Territoire :** Destination Ardenne FR/BEL/LUX



### Contexte :

1/ La destination Ardenne a une très forte notoriété et attractivité pour les belges et néerlandais. Potentiel de clients : 40M d'hab. à moins de 3 h.

2/ Depuis "toujours", les acteurs du tourisme se voyaient sur les salons et lors d'éductours transfrontaliers. Ils ont naturellement eu envie d'unir leurs moyens pour promouvoir la destination plus efficacement, au départ avec un stand Ardenne commun sur les salons. Les châteaux avaient créé, eux, un pass commun.

3/ En parallèle, la concurrence internationale s'est développée, facilitée entre autres, par Ryanair à Charleville-Mézières (plus gros hub européen pour Ryanair). Pour y faire face, la coopération entre acteurs ardennais était nécessaire.

Les acteurs touristiques institutionnels et privés avaient donc déjà amorcé leur mise en réseau transfrontalière de leur propre initiative, lorsqu'une importante étude de marketing territorial a été réalisée en 2010.

Cette étude a permis d'aller plus loin en définissant le **profil identitaire** de l'Ardenne (valeurs, image...) et une **stratégie marketing** transfrontalière

Le GEIE a été créé suite à cette étude, avec 2 objectifs : promouvoir la destination Ardenne et lever des fonds européens pour cela.

### Pilotage et financement

**Particularité :** pour que l'ensemble de la destination soit couverte, il a fallu solliciter 2 programmes INTERREG :

1/ INTERREG France/Wallonie/Vlaanderen

2016/2020 - Env. 2,5 M € - Zone : France/Belgique

Pilote : GEIE Destination Ardenne

Portefeuille Ardenne Attractivity, qui couvre 3 projets :

1/Ardenne Ecotourism - 2/Ardenne Ambassadors - 3/Ardenne Marketing

2/ INTERREG Grande Région

2016/2020 - Env. 2,5 M € - Zone : Belgique / Luxembourg

Projet AGRETA (Ardenne Grande Région, Eco- Tourisme et Attractivité), qui est le projet miroir d'Ardenne Attractivity



### Projets – Actions menées

**Ardenne Ecotourism :** Objectif : l'Ardenne, destination de tourisme durable : itinérance douce, pros engagés dans la durabilité, valorisation des produits locaux...

**Ardenne Ambassadors : 700 adhérents**

**Objectif :** faire des habitants et pros du tourisme des ambassadeurs de l'Ardenne, porteurs d'offres et de contenus touristiques. valorisés via Ardenne Marketing.



### Facteurs Clés de Succès :

- Démarche "bottom up" : les acteurs touristiques se connaissaient et travaillaient déjà ensemble depuis longtemps avant l'étude.
- Facteurs externes qui favorisent la coopération : concurrence internationale, Ryanair...
- Création du GEIE :
  - o 1 pilote, avec 2 interlocuteurs dédiés
  - o Permet le dépôt de projets INTERREG
  - o Soutien des élus car financements UE possible
- RH : 4 postes financés par INTERREG
- Fort sentiment d'appartenance à la destination Ardenne et la fierté d'être Ardennais : facilite l'appropriation de la marque et la mobilisation des acteurs (habitants et pros)
- Complémentarité Ardenne / local : chacun garde son rôle, pas de doublons. Les actions "Ardenne" font venir les clients (séduction), les actions locales structurent l'offre, accueillent, informent sur les aspects pratiques...
- Outils très concrets pour les pros : formation utilisation des réseaux sociaux, guide de marque, médiathèque...
- Accès gratuit à la marque Ardenne pour avoir un maximum d'ambassadeurs
- Projet inscrit dans la durée : 10 ans de travail
- Stratégie tourisme (marque ombrelle Ardenne), qui pourrait s'étendre : artisanat (marque produit en Ardenne), sport (Sport en Ardenne), culture... A long terme, projet de création d'une agence d'attractivité transfrontalière
- Projets axés développement durable et expérientiel pas parce que c'est une tendance, mais car le territoire s'y prête (9 parcs naturels, offre douce...)
- Une seule langue : plus facile et rapide

**Stratégie :** 1/ Avoir un maximum d'Ambassadeurs qui relayent la marque "Ardenne", notamment sur les réseaux sociaux. Outils : guide de marque, médiathèque, etc.

2/ Définition de l'offre de services pour les Ambassadeurs : accompagnement, formations, webinaires, services à la carte, etc.

### Ardenne Marketing :

- **Objectif :** développer la notoriété, l'image et l'attractivité de la destination, en renforçant son positionnement concurrentiel et durable.

- **Actions concrètes :**



- **Site de séduction grand public**, basé sur l'expérientiel, pour donner envie de venir  
**FOCUS TECHNIQUE :** Utilisation d'une plateforme (pas un SIT) – Prométhée – qui agrège les données des SIT des territoires pour les diffuser sur le site Ardenne. Pour cela, certains champs sont rendus communs. Le système est simple et léger.

- **Campagne de communication** "partir loin tout près", présence active sur les réseaux sociaux : Facebook, Instagram, travail avec des influenceurs et blogueurs, concours photo, brochure et carte Ardenne, catalogue des blogueurs...



### Points de vigilance :

- **Forts besoins en RH et temps :** 2 ans pour déposer les projets, temps d'animation du projet, du réseau d'ambassadeurs, des réseaux sociaux, etc.

- **Pérennité du projet très dépendante des programmes INTERREG :** quel modèle économique envisager pour maintenir les postes et les actions sans projet INTERREG ? INTERREG est une opportunité pour lancer les projets. Pour assurer leur pérennité, il faut changer de modèle économique et notamment travailler avec le privé ou monétiser des services. Le GEIE réfléchit à ce sujet, mais pas de pistes concrètes aujourd'hui.

**Mauvais exemple de pérennité : AlpiAlpes.com :** site portail de l'offre touristique des Alpes Franco-Italiennes réalisé dans le cadre d'un projet ALCOTRA 2007-2013. En 2020, le site existe toujours, mais à moitié vide et pas à jour. Il n'a plus aucun intérêt.

- **Pérennité du projet menacée par des évolutions internes :** repli sur soi des collectivités (encore plus marqué avec la crise COVID), institutions qui ne considèrent pas le marketing territorial comme une priorité alors que l'objectif est l'attractivité du territoire sur tous les plans, restructuration des institutions du tourisme en Belgique qui impacte les partenariats en place, etc.

### Sources et Ressources

**Contact :** Xavier Lorangeau – GEIE Destination Ardenne / Ardenne Attractivity – 03 24 56 59 71 – lorangeau@ardennes.com / Entret. tél le 29/09/20

**Doc Pdf** [VF07-11-2017]Présentation Ardenne Attractivity A5 - 3 volets - 2 plis r... / **Doc Word** Portefeuille Ardenne attractivity-VF (juin 2016)-2- textes vf

**Site de présentation du projet :** <http://interreg.visitardenne.com/index.php/fr/>

**Site marque Ardenne :** <https://pro.visitardenne.com>

**Site de séduction grand public :** <https://www.visitardenne.com/fr>

**Site des rencontres de l'Ardenne – rencontre annuelle pour les pros du tourisme :** <http://rencontres.visitardenne.com/>

**Réseaux sociaux :** <https://www.facebook.com/visit.ardenne> (66 000 abonnés) / <https://www.instagram.com/visit.ardenne/> (16 000 followers)

www.