

Le tourisme en Ardenne, moteur de croissance

Tourisme. Organisées en Belgique, à Libramont, les Rencontres de l'Ardenne ont réuni pour la première fois l'ensemble des acteurs de cette marque touristique dont les ambitions sont grandes avec deux programmes Interreg et un budget versé par l'Europe de 4,5 millions d'euros.

« **L**e tourisme est l'un des seuls moteurs de croissance pour l'Ardenne transfrontalière et c'est une économie durable. Maintenant, les moyens sont là. Cette région ne restera pas simplement touristique car elle a une belle carte à jouer en termes d'économie. Nous allons réussir ensemble ». Ainsi, René Collin, ministre belge de l'agriculture, de la nature, de la forêt, de la ruralité, du tourisme, du patrimoine et délégué de la Grande Région, le premier à croire à ce projet dès 2010, voit des années de travail aboutir.

Car, comme le précise la nouvelle présidente du Groupement Européen d'Intérêt Economique Destination Ardenne (GEIE), Dominique Arnould, « c'est aujourd'hui le départ de projets dans le cadre de programmes Interreg avec un financement européen de 4,5 millions d'euros sur quatre

ans grâce au Feder. Nous avons déjà le soutien de la région Wallonne et bientôt celui de la région Grand Est ».

Ainsi, Ardenne Attractivity concerne la province de Namur, la province du Luxembourg ainsi que le département des Ardennes. Le projet Agreta, projet miroir du premier, intéresse la province de Liège et les Ardennes luxembourgeoises. Tous deux se déclinent pour un développement durable de l'Ardenne ou le projet Ardenne Ecotourism, la création d'un réseau d'ambassadeurs de l'Ardenne et le marketing.

UNE RÉGION D'UN MILLION D'HABITANTS

Une grande région touristique Ardenne dont le département français va être un membre à part entière dès le 1^{er} janvier prochain. Elle regroupe environ un million d'habitants et qui



accueille plus de 3 000 entreprises actrices du tourisme. Un chiffrage du nombre d'emplois liés à cette industrie est en cours.

Pour Bernard Moinet, député provincial et président de la Fédération Touristique du Luxembourg Belge, ancien président de Destination Ardenne, « ces premières rencontres sont importantes et attendues. C'est le grand rassemblement de la Marque Ardenne, autour du dynamisme économique et touristique. Tout est désormais possible grâce aux partenaires et leurs subventions. L'Ardenne est une destination unique puisqu'elle est internationale », insiste-t-il.

La Marque Ardenne s'affirme donc en regroupant les entrepreneurs, les poli-

tiques, les partenaires touristiques, les producteurs locaux mais aussi tous les citoyens sensibles aux valeurs du territoire. Les actions sont nombreuses et permettent d'effacer les frontières.

ÊTRE UN TERRITOIRE DE TOURISME DURABLE

L'ambition est grande puisque l'objectif pour 2020 est de faire de l'Ardenne un vrai acteur européen en tourisme durable. Pour y parvenir, tous les opérateurs sont mobilisés notamment pour développer des offres de tourisme durable comme la marche, le vélo ou le cheval. Mais c'est aussi la volonté de fédérer les entreprises et les habitants autour de la marque en mettant le client au cœur de la stratégie marketing et en s'appuyant sur les outils numériques.

Bernard Moinet : « C'est le grand rassemblement des membres de la Marque Ardenne ».

DENIS BARBIER

Les réseaux sociaux pour mieux vendre le tourisme

La première soirée des professionnels du tourisme organisée par l'Agence de Développement Touristique des Ardennes (ADTA) a réuni 180 acteurs de cette filière.



Pour une première soirée des professionnels du tourisme, pas moins de 180 acteurs de la filière ont répondu présents pour apprendre à mieux utiliser les outils numériques. Les leviers de croissance des réseaux sociaux présentés par Nicolas de Dianous ont tenu le public en haleine tant la démonstration qu'ils étaient des moyens désormais incontournables pour communiquer avec la clientèle potentielle a paru évidente. Et les arguments pour étoffer cette communication ont fusé, sans tabou. Morceaux choisis : « Ceux qui ne

Dominique Arnould : « Nous devons être présents sur les réseaux sociaux pour promouvoir nos activités touristiques ».

prennent toujours pas la carte bancaire travaillent comme en 1970. Il faut proposer un maximum d'offres et élargir les possibilités de loisirs par exemple. Plus il y a de pages, plus vous serez référencés. Surtout, n'hésitez pas à offrir des promotions, parfois plusieurs mois à l'avance, mais aussi pendant les vacances. A Collioure, ils ont fait des offres journalières de promotions différentes. Cela a été un très grand succès et cela n'a coûté que 400 € ».

NUMÉRIQUE

Pour Dominique Arnould, présidente de l'ADTA, cette soirée est aussi l'occasion de faire se rencontrer les prestataires. « C'est un moment d'échanges et, pour nous, le moyen de connaître leurs

besoins. Les intervenants ont permis de donner déjà des réponses aux professionnels et nous faisons savoir que nous avons la volonté de mettre les acteurs en réseau pour qu'ils développent leur chiffre d'affaires. Et puis, les prestataires touristiques de l'Argonne ne connaissent pas forcément ceux du Nord des Ardennes par exemple. C'est un bon moyen d'apprendre ce qui se fait ailleurs, d'élargir l'offre et pour quoi pas des complémentarités ».

La présidente estime que le numérique est aujourd'hui un outil indispensable. « La première chose que les gens demandent en arrivant dans une chambre d'hôtes ou dans un gîte est le numéro du wifi. Les réseaux sociaux comme facebook, instagram, twitter

sont incontournables. Il faut y être présent. J'espère que cette soirée a convaincu ceux qui n'y sont pas encore ».

En rappelant que le rôle de l'agence est de fédérer les acteurs, l'élue souhaite « élargir les offres jusqu'à Verdun ou aux caves de champagne ». Autre enjeu selon elle, augmenter la capacité d'hébergement et monter en gamme. À noter que le département compte 12 736 lits marchands, 6 000 résidences secondaires, soit 30 000 lits non marchands. Le chiffre d'affaires direct généré par l'activité touristique y est de 37 millions d'euros, avec 75 millions d'euros de retombées économiques et 1 395 emplois liés.

D.B.