

AGRETA

Ardenne Grande Région, Éco-Tourisme et Attractivité

Résultats du projet



© PERIPLÉTIÉS



Dossier de presse

Sommaire

Le projet AGRETA et ses résultats 3

Les partenaires 5

ÉCOTOURISME

L'Ardenne transfrontalière, destination écotouristique 6

L'Ardenne à cheval, au galop de parc en parc 8

L'écotourisme en Ardenne : les chiffres-clés 10

PROMOTION / COMMUNICATION / ANIMATION DU TERRITOIRE

La marque Ardenne, développement territorial
de l'Ardenne transfrontalière 12

Visit Ardenne, promotion de la destination Ardenne 14

Mon Ardenne, la communauté
de ceux qui vivent l'Ardenne 16

Contacts et visuels 18

Le projet AGRETA et ses résultats

ÉTONNER
Ardenne
ENCHANTER



AGRETA est un projet transfrontalier, porté par des partenaires belges, luxembourgeois et français. Il vise à accroître l'attractivité de l'Ardenne transfrontalière.

Le projet AGRETA est financé dans le cadre du programme Interreg V Grande Région (2017 – 2021) via des fonds FEDER et des co-financements nationaux. Il bénéficie d'un budget de 2,3 millions d'euros afin de développer le tourisme ardennais en Grande Région, à savoir les provinces belges de Liège et de Luxembourg et le nord du Grand-Duché de Luxembourg, l'Éislek.

Durant plus de quatre ans, onze partenaires ont collaboré à la mise en place d'actions articulées autour de trois thématiques : **l'écotourisme, la marque Ardenne et la promotion.**

Le projet a été piloté par le GEIE Destination Ardenne.

Un projet engagé dans l'écotourisme

Une étude a été menée afin de connaître les attentes des acteurs du tourisme nature : opérateurs touristiques, résidents et touristes (réels ou potentiels) et la puissance économique de ce secteur du tourisme. Objectif : proposer une offre en phase avec les attentes des visiteurs et la réalité du terrain.

Soixante hébergements ont été accompagnés dans une démarche de développement durable, notamment pour la mise en place de dispositifs « nature ». Ils ont aussi été soutenus pour la sensibilisation de leurs visiteurs au respect de l'environnement par la mise à disposition d'outils : malle de découverte de la nature, guide ludique, jeu de cartes.

Quelques chiffres :

- 11 opérateurs du projet
- 6 opérateurs méthodologiques
- FEDER : 1 401 876,46 €
- Budget total : 2 336 460,77 €

La création d'un itinéraire équestre de plus de 500 km, reliant 6 parcs naturels belges et luxembourgeois contribue à la diversification de l'offre écotouristique.

Des outils de promotion performants

Pour faire connaître et rayonner cette offre écotouristique, des outils de promotion de la destination ont été mis en place, via plusieurs canaux : création d'un site web de la destination www.visitardenne.com, développement et animation des réseaux sociaux, organisation de voyages d'influenceurs, mise en place d'une campagne de communication à 360°...

La création du site www.monardenne.com vient en appui. Il fédère les habitants dans la communauté de « ceux qui vivent l'Ardenne ».

Marketing territorial avec la marque Ardenne

Enfin, le développement de la marque Ardenne et la création d'un réseau d'ambassadeurs complètent ces dispositifs de soutien et de développement du secteur. Il s'agit notamment de l'accompagnement des prestataires touristiques adhérents à la marque Ardenne et de l'animation de ce réseau via des événements, des séances d'accompagnement (roadshows), des formations et des newsletters.

Afin de développer l'entièreté du territoire ardennais, un projet miroir existe. Il s'agit du portefeuille de projets Interreg Ardenne Attractivity, financé par le programme France-Wallonie Vlaanderen qui lui s'occupe du développement du département des Ardennes, la Province de Namur et la province de Luxembourg (qui est concerné par les 2 projets).

1 projet – 8 actions :

- Actions 1 et 2 : pilotage du projet et communication
- Actions 3-4-5-6 : développement durable de l'Ardenne
- Action 7 : création d'un réseau d'ambassadeurs de l'Ardenne
- Action 8 : marketing de destination



With the support of
Wallonia
Wallonia.be



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Économie

Direction générale du tourisme

ÉTONNER
Ardenne
ENCHANTER



Province
de Liège
Tourisme

ÉISLEK
OFFICE REGIONAL
DU TOURISME

RND
OPÉRATEUR DE RÉFÉRENCE
PIERRE • BOIS



INRAE

LIÈGE université
Gembloux
Agro-Bio Tech



AGENCE REGIONALE
GRAND EST
Région de l'Est



Infos AGRETA :

Daniëlle Gevaerts, coordinatrice GEIE Destination Ardenne / gevaerts@ardennes.com / +33 (0)7 77 91 43 57

Photos disponibles :

<https://drive.google.com/drive/folders/17SLFj4AlbYgFZY5wJgcKhyn2W1W7ukNr?usp=sharing>

Les partenaires du projet

Les opérateurs financiers



Les opérateurs méthodologiques



Les co-financeurs



L'Ardenne transfrontalière, destination écotouristique

60 hébergements améliorent leur accueil et sensibilisent les visiteurs à l'écotourisme

Dans le cadre du projet Interreg AGRETA-Ardenne Grande Région, Eco-tourisme et Attractivité, financé par les fonds FEDER et des co-financements de la Wallonie et du Grand-Duché de Luxembourg, 60 professionnels de l'hébergement de tourisme ont reçu un accompagnement pour réduire leur impact sur l'environnement et inciter les visiteurs à faire de même. Selon deux axes d'action : l'amélioration de la qualité environnementale des hébergements et la mise à disposition d'outils ludiques de sensibilisation.

Des actions très concrètes

Pour aider le secteur à se professionnaliser et à améliorer la qualité des hébergements, des actions concrètes ont été mises en place. Objectif : Identifier la destination Ardenne, avec ses forêts et son environnement naturel préservé, comme un modèle de destination touristique durable.

Ces hébergements étaient tous situés au sein des Parcs naturels partenaires du projet : Les Parcs naturels des Hautes Fagnes-Eifel, des deux Ourthes, de la vallée de l'Attert, de la Haute-Sûre Forêt d'Anlier, en Belgique, et les Parcs naturels de l'Our et de La Haute-Sûre au Luxembourg. Chacun des 60 professionnels a eu l'occasion d'être accompagné, no-

tamment pour l'optimisation de la gestion des déchets et de la consommation énergétique. Ensuite, des solutions d'amélioration personnalisées leur étaient proposées : ampoules écologiques, bacs de tri et recyclage des déchets, compostière... Ces contacts étaient aussi l'occasion de communiquer des bons plans pour la réduction de l'usage des emballages plastiques, pour la valorisation du circuit court et la présentation des différents éco-labels européens.

À l'extérieur de l'hébergement, les professionnels étaient aussi invités à mettre en place des dispositifs favorables à la biodiversité : nichoirs, hôtels à insectes, prés fleuris... Toujours avec le soutien financier du projet.

«AGRETA nous a bien aidé, surtout pour les aménagements extérieurs. Grâce au projet, nous avons pu planter des arbres fruitiers et placer plusieurs nichoirs, dont un pour chauve-souris très présentes chez nous. J'ai aussi suivi des formations, notamment pour l'élaboration de produits d'entretien. Tout cela était gratuit, c'est très appréciable. C'est une aide concrète, qui colle avec nos besoins.»

Agnès Colson, chambres d'hôtes *Au fil des saisons* sur la Wiels, Fauvillers

«Faire partie de ce projet permet de réfléchir ensemble, d'aller plus loin dans notre pratique de développement durable, d'avoir un soutien supplémentaire à celui reçu du parc naturel.»

Agnès Colson, chambres d'hôtes *Au fil des saisons* sur la Wiels, Fauvillers

«Nous sommes tout à fait en phase avec les valeurs défendues par AGRETA. Nous trouvons très important de travailler avec la nature, en la respectant. Nous avons reçu des hôtels à insectes, semé un pré fleuri pour attirer les abeilles, planté des arbres fruitiers. Nous avons beaucoup de nids d'hirondelles, c'est très important pour nous de favoriser la biodiversité. C'est bien d'y être aidé.»

La famille Vanderlinden, chambres d'hôtes et maison de vacances, *Ard'Envie*, Houffalize

Des outils ludiques pour sensibiliser à l'environnement

Parallèlement à l'amélioration de la qualité durable des hébergements, l'objectif du projet était aussi la sensibilisation des visiteurs grâce à la mise à disposition d'outils ludiques. Les 60 professionnels ont donc été dotés de plusieurs outils.

Une malle aux trésors

Le plus spectaculaire est certainement la malle de découverte nature, invitant à séjourner autrement en Ardenne. Inciter à la réflexion tout en s'amusant. Que trouve-t-on dans cette malle ? Loupe et paire de jumelles, livre ornithologique et guide de reconnaissance de traces, aspirateur à insectes et presse à herbières, appau et boussole... Tout le nécessaire pour aborder le jardin et la forêt avec un regard curieux, tous les sens en éveil... Des vestes et sacs à dos sont venus compléter la panoplie du parfait aventurier.

En prolongement de cette malle, l'utilisation et l'observation des dispositifs mis en place par les hébergements, comme les nichoirs, hôtels à insectes ou encore bacs pour le tri des déchets.

Guide des bonnes pratiques et jeu des 6 familles

Six mascottes représentant des animaux de l'Ardenne ont été créées. On suit leurs aventures dans le Guide des bonnes pratiques du visiteur 'Une visite en Ardenne'. Tout en racontant leur journée, ils distillent leurs conseils pour limiter son empreinte écologique et adopter les bons gestes en tant que touriste.

On les retrouve dans le jeu des 6 familles, avec la même ambition : sensibiliser aux pratiques écotouristiques, faire réfléchir à son comportement et l'adapter au mieux.

Malles, guides et jeux ont été distribués aux professionnels. Le Guide des bonnes pratiques est aussi disponible dans les offices de tourisme, syndicats d'initiative et autres points d'information du territoire.



« Nous faisons tout notre possible pour sensibiliser toutes les personnes qui viennent chez nous. Pour le comportement en forêt, la gestion des déchets, l'anti-gaspillage, la consommation de produits locaux... Le coffre en métal reçu avec des jeux, des livres éducatifs et toutes sortes d'outils pour découvrir la nature sont précieux, ils nous y aident. »

La famille Vanderlinden, chambres d'hôtes et maison de vacances, Ard'Envie, Houffalize



Infos AGRETA :

Daniëlle Gevaerts, coordinatrice GEIE Destination Ardenne / gevaerts@ardennes.com / +33 (0)7 77 91 43 57

Infos Écotourisme :

Karlin Berghmans, Parc naturel Haute-Sûre Forêt d'Anlier / karlin@parcnaturel.be / +32 (0)63 60 80 80

Interviews possibles :

Agnès Colson, Chambres d'hôtes Au fil des saisons sur la Wiels, Fauvillers : www.chambresdhotels-fauvillers.be / +32 499 400 566

Famille Vanderlinden, chambres d'hôtes et maison de vacances, Ard'Envie, Houffalize : www.ardenvie.be / +32 (0) 476 32 18 68

Photos disponibles : <https://drive.google.com/drive/folders/17SLFj4AlbYgFZY5wJgcKhyn2W1W7ukNr?usp=sharing>

L'Ardenne à cheval, au galop de parc en parc



Nouveau. Un tracé équestre transfrontalier de plus de 500 km à travers six parcs naturels, en Belgique et au Grand-Duché de Luxembourg.

Dans le cadre du projet Interreg AGRETA-Ardenne Grande Région, Eco-tourisme et Attractivité, financé par les fonds FEDER et des co-financements de la Wallonie et du Grand-Duché de Luxembourg, le développement d'une offre écotouristique de qualité se poursuit.

Une nouvelle façon de découvrir les plus beaux panoramas de l'Ardenne orientale

Un tracé équestre transfrontalier de plus de 500 km est inauguré ce 18 juin 2021. Il relie le Parc naturel Hautes Fagnes-Eifel, en province de Liège, au Parc naturel de la Vallée de l'Attert, dans la province de Luxembourg. Ce tracé est une compilation des plus beaux paysages de l'Ardenne orientale et se base sur les recommandations de nombreux cavaliers et cavalières de la région.

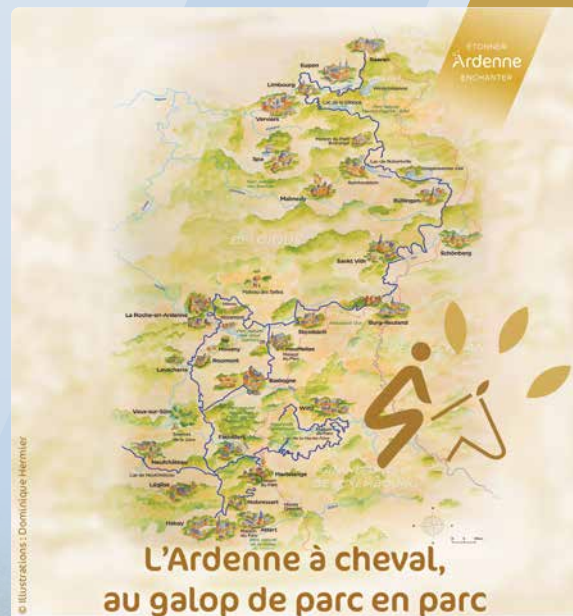
Quelques chiffres :

- Longueur de l'itinéraire : 552,53 km
- 22 aires de repos
- 31 communes traversées
- Connexions avec d'autres chemins : Route d'Artagnan, Eifel zu Pferd...

Cette nouvelle offre équestre traverse quatre parcs naturels belges : Parc naturel Hautes Fagnes-Eifel, Parc naturel Haute-Sûre Forêt d'Anlier, Parc naturel des deux Ourthes, Parc naturel de la Vallée de l'Attert. Et deux luxembourgeois : Parc naturel de l'Our et Parc naturel de la Haute-Sûre.

Accueil équestre

Tous les trente kilomètres en moyenne, une aire de repos équipée de tables et bancs, barre d'attache et panneau d'information permet au cavalier et à son cheval de reprendre des forces. «L'Ardenne à cheval» n'est pas un itinéraire balisé mais le tracé GPX se télécharge grâce au QR Code présent sur le dépliant explicatif et les panneaux d'information ou sur le site visitardenne.com. Tout au long du parcours des hébergements équestres accueillent cavaliers et montures dans les meilleures conditions.



Infos AGRETA :

Daniëlle Gevaerts, coordinatrice CEIE Destination Ardenne / gevaerts@ardennes.com / +33 (0)7 77 91 43 57

Infos L'Ardenne à cheval :

Karlin Berghmans, Parc naturel Haute-Sûre Forêt d'Anlier / karlin@parcnaturel.be / +32 (0)63 60 80 80

Photos disponibles :

<https://drive.google.com/drive/folders/17SLFj4AlbYgFZY5wJgcKhyn2W1W7ukNr?usp=sharing>

L'écotourisme en Ardenne : les chiffres-clés

Quelles sont les attentes en matière de tourisme nature et forestier ? L'analyse des enquêtes de terrain révèle des pistes de développement.

Dans le cadre du projet Interreg AGRETA-Ardenne Grande Région, Eco-tourisme et Attractivité, financé par les fonds FEDER et des co-financements de la Wallonie et du Grand-Duché de Luxembourg, une étude a été menée afin de connaître les attentes des acteurs du tourisme nature : opérateurs touristiques, résidents et touristes (réels ou potentiels) et la puissance économique de ce secteur du tourisme. Une collaboration de l'Université de Liège-Gembloux Agro-Bio Tech (ULiège), l'Institut National de la Recherche pour l'Agriculture, l'Alimentation et l'Environnement à Nancy (INRAE) et l'asbl Ressources Naturelles Développement à Marloie (RND).

Comportement, attentes et satisfaction des visiteurs

Entre 50 et 75% des visiteurs cherchent principalement la nature et les paysages naturels. A plus de 70%, pour s'y promener. Tant les opérateurs que les visiteurs souhaitent majoritairement des espaces naturels plus sauvages.

Fréquentation récréative et touristique des espaces naturels

50% des visiteurs des espaces naturels et forestiers étudiés sont des locaux, 50% sont des nationaux non-ardennais et des internationaux. 50% de ces derniers passent la nuit sur place. Leurs séjours sont de courte durée. Ils viennent davantage en été et en automne.

Valeurs économiques des services écotouristiques

Pour se déplacer dans le but de visiter un espace naturel ou forestier, 22 € sont dépensés par personne et par jour. 75% mangent sur place. 50% y logent. Dans ce cas, leurs dépenses journalières montent à 76 €. Même si l'accès payant n'est pas à l'ordre du jour, l'enquête révèle que les visiteurs seraient prêts à déboursier entre 17 et 28 € pour des visites natures de qualité.

Ces enquêtes montrent qu'il existe un potentiel de développement très important en matière d'activités touristiques liées à la mise en valeur du patrimoine naturel : activités de découverte du territoire, d'observation de la faune et de la flore et activités expérientielles basées sur la relation humaine et les compétences des acteurs locaux.

Ecotourlab ou ateliers participatifs de type living Lab

Trois ateliers ont permis aux acteurs du territoire de prendre connaissance des résultats de ces enquêtes. Ils ont été accompagnés pour imaginer les contours d'un outil de mutualisation des données et monitoring de la fonction récréative ainsi que le profil des utilisateurs. L'atelier de type « Living-Lab » réunit, à l'aide d'une méthodologie participative, des profils-clés pour réfléchir ensemble à leur espace forestier. Une réflexion ouverte, collective et globale sur l'amélioration de l'attractivité tout en respectant la multitude de services rendus par la forêt.



Les résultats en détails

Une brochure de synthèse :

https://interreg.visitardenne.com/images/AGRETA_RAPPORT_ECOTOURISME_WEB.pdf

5 rapports détaillés :

Les actions et les attentes des opérateurs touristiques :

<https://orbi.uliege.be/handle/2268/234598>

Les actions et les attentes des résidents, touristes et touristes potentiels :

<https://orbi.uliege.be/handle/2268/259076>

Les actions et les attentes des visiteurs de la nature ardennaise par rapport aux espaces naturels :

<https://orbi.uliege.be/handle/2268/259077>

Une évaluation des valeurs économiques :

<https://orbi.uliege.be/handle/2268/259327>

Une estimation de la fréquentation touristique dans les espaces naturels de l'Ardenne :

<https://orbi.uliege.be/handle/2268/258619>



Infos AGRETA :

Daniëlle Gevaerts, coordinatrice GEIE Destination Ardennes / gevaerts@ardennes.com / +33 (0)7 77 91 43 57

Infos résultats et interviews possibles :

ULiège-Gembloux: johanna.breyne@uliege.be od. marc.dufrene@uliege.be

RND-Marloie: mc.detroz@rnd.be / INRA-Nancy: jens.abildtrup@inrae.fr

Photos disponibles :

<https://drive.google.com/drive/folders/17SLFj4AlbYgFZY5wJgcKhyn2W1W7ukNr?usp=sharing>

La marque Ardenne, développement territorial de l'Ardenne transfrontalière



Une identité commune, des valeurs et une mobilisation autour d'une marque. Plus de 760 adhérents connectés entre eux pour accroître l'attractivité d'un poumon économique transrégional.

La marque Ardenne est une dynamique de développement territorial développée dans le cadre du projet Interreg AGRETA-Ardenne Grande Région, Eco-tourisme et Attractivité, financé par les fonds FEDER et des cofinancements issus de la Wallonie et du Grand-Duché de Luxembourg, en collaboration avec le portefeuille de projets Interreg Ardenne Attractivity.

Ce projet Interreg touche à sa fin. Il a permis, en plus d'une action sur le développement durable et le marketing, d'accompagner et de mobiliser habitants et professionnels du tourisme autour d'une marque commune. L'ambition était de s'appuyer sur cette communauté pour positionner l'Ardenne parmi les destinations touristiques incontournables, avec son identité. Une Ardenne qui étonne et enchante ses clientèles.



Des outils pour accompagner

Une plateforme web d'animation de la marque a été mise en œuvre (pro.visitardenne.com) dès le lancement du projet. Elle rassemble tous les outils utiles aux adhérents : site web dédié, guide de marque et guide de l'adhérent, médiathèque, agenda, actus. Il explique aussi le projet à ceux qui voudraient rejoindre la marque. Une page Facebook, une newsletter et des Z'@péros (rencontres thématiques en ligne) sont venus compléter le dispositif. Des outils particulièrement utiles pour garder le lien durant les périodes de confinement.

/ Pourquoi adhérer à la marque Ardenne ? /

- ÊTRE ACCOMPAGNÉ**
En adhérant, vous bénéficiez d'un accompagnement personnalisé pour vous aider à développer votre entreprise.
- GAGNER EN VISIBILITÉ**
Sur le 1er site au grand public, votre entreprise est référencée et mise en avant.
- FAIRE RAYONNER**
En devenant adhérent et en étant référencé dans la marque Ardenne, vous participez à faire rayonner l'Ardenne auprès de votre clientèle.

/ Découvrir la marque Ardenne /





Roadshow.



© Sébastien ORTEGA-DUBOIS

Les Rencontres de l'Ardenne 2018.

Webinaires et formations

Pour accompagner au mieux les adhérents et assurer une pérennité à cet accompagnement, une formation d'animateurs numériques de territoire a été mise sur pied en collaboration avec le projet Interreg Ardenne Ambassadors. 36 personnes ont ainsi obtenu leur diplôme de chargé de projet e-tourisme en septembre 2019. Ils ont pu sillonner le territoire pour aider les adhérents dans leur communication digitale et leur création de contenus. Des webinaires, des roadshows et des ateliers pour un marketing plus humain, plus coopératif, plus expérientiel et plus viral ont par ailleurs été organisés tout au long du projet afin d'apporter aux professionnels du tourisme les outils numériques utiles au développement de leur activité.

Mobilisation et rencontres

Mobiliser les adhérents et leur donner l'occasion de se rencontrer ont été des éléments-clés de ce projet. Outre de nombreuses séances d'information et de sensibilisation visant à l'adhésion, des rencontres annuelles ont été organisées. Elles ont rassemblé au total près d'un millier de professionnels de l'économie touristique ardennaise transfrontalière à Libramont en 2017, à Sedan en 2018 et à Malmédy en 2019. La pandémie a empêché la tenue de l'édition 2020 qui devait se dérouler à Namur.

Enfin, un club d'ambassadeurs de l'Ardenne a été créé autour du site <https://monardenne.com/>. À l'heure d'aujourd'hui, près de 2000 habitants, entrepreneurs et passionnés viennent relayer les avancées de la marque Ardenne mais aussi les outils de communication de l'Ardenne transfrontalière. Tout profit pour son secteur économique et culturel. Tout profit pour les adhérents à la marque Ardenne.



Infos AGRETA :

Daniëlle Gevaerts, coordinatrice GEIE Destination Ardenne / gevaerts@ardennes.com / +33 (0)7 77 91 43 57

Infos marque Ardenne :

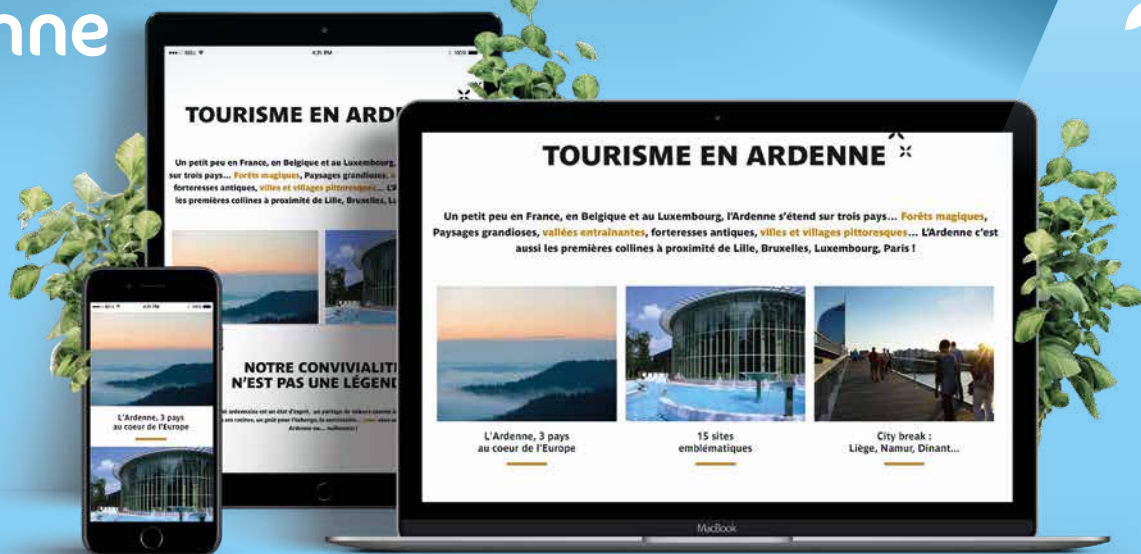
Lucil Mawet, Fédération du Tourisme de la Province de Liège
lucil.mawet@provincedeliege.be / +32 (0)427 955 81

Photos disponibles :

<https://drive.google.com/drive/folders/17SLFj4AlbYgFZY5wJgcKhyn2W1W7ukNr?usp=sharing>

Visit Ardenne

Promotion de la destination Ardenne



Site web, réseaux sociaux, influenceurs, campagnes de communication 360°. L'Ardenne transfrontalière se positionne comme une destination touristique incontournable.

Différents canaux de communication ont été activés pour la promotion de la destination Ardenne dans le cadre du projet Interreg AGRETA-Ardenne Grande Région, Eco-tourisme et Attractivité, financé par les fonds FEDER et des co-financements de la Wallonie et du Grand-Duché de Luxembourg, en collaboration avec le portefeuille de projets Ardenne Attractivity sur le programme France Wallonie Vlaanderen. Toujours plus puissants d'année en année, ils font rayonner plus que jamais l'Ardenne transfrontalière et ont convaincu de nombreux touristes de partir en vacances tout près de chez eux.

Site web de destination

www.visitardenne.com est un site web de destination en quatre langues (FR, DE, NL, EN) dont la stratégie de contenus vise à placer l'Ardenne transfrontalière parmi les destinations touristiques incontournables. Il valorise des expériences, s'appuie sur des ambassadeurs du territoire et s'enrichit en permanence de nouvelles thématiques.

Brochures et réseaux sociaux

Autour de ce site web de destination et au côté d'une brochure de séduction et une brochure de randonnées, l'Ardenne est présente sur les réseaux sociaux avec une identité propre. Sur Facebook (www.facebook.com/visit.ardenne/), sur Instagram (www.instagram.com/visit.ardenne/) et sur Pinterest (www.pinterest.fr/visitardenne/_created/). Elle y a progressé de manière significative.

Vers les brochures : <https://fr.calameo.com/accounts/6117138>

«Partir loin, tout près», une campagne de communication 360°

Construite en 2019 et lancée peu de temps avant le début de la crise du COVID-19, orchestrée par l'agence bruxelloise HeaderPop, la campagne de communication « Partir loin, tout près » est un succès. Basée sur le dépaysement proche, elle entend augmenter la notoriété de l'Ardenne. Elle fixe quatre thèmes porteurs : destination 4 saisons, terrain de jeu à ciel ouvert, style de vie tendance et dépaysement. Trois cibles principales sont identifiées : les nature-loving actives, les short breakers et les explorers.



Le dispositif digital est ambitieux. D'une part, un mini-site web promotionnel <https://partirlointoutpres.visitardenne.com> renvoie vers les contenus du site de destination. D'autre part, l'animation des réseaux sociaux et la création de publicités permettent d'agrandir la communauté et de générer du trafic ; tout comme la création et l'envoi d'une newsletter mensuelle en français, allemand et néerlandais.

Les retombées presse de cette campagne ont été à la hauteur de son succès : 46 articles sont ainsi parus dans la presse.

Blogueurs et influenceurs font le buzz

Dès 2018, des blogueurs et influenceurs ont expérimenté l'Ardenne transfrontalière selon plusieurs thématiques : gastronomie, «Into the wild»... En 2020, l'émission néerlandaise «3 op Reis» est venue en reportage et trois influenceurs, sportifs de haut niveau, ont sillonné le territoire dans le cadre de l'émission Riding Zone : plus de 90 000 vues sur YouTube. Ce fut un joli coup de boost.



L'Ardenne transfrontalière malgré la crise sanitaire

La crise sanitaire a modifié le cours de cette campagne. Des contenus spécifiques ont été créés pour maintenir une présence auprès de la communauté des amoureux de l'Ardenne. Au fil des saisons, la notoriété de l'Ardenne transfrontalière s'est considérablement améliorée. La destination répond aux attentes des touristes post-covid et elle le fait savoir.

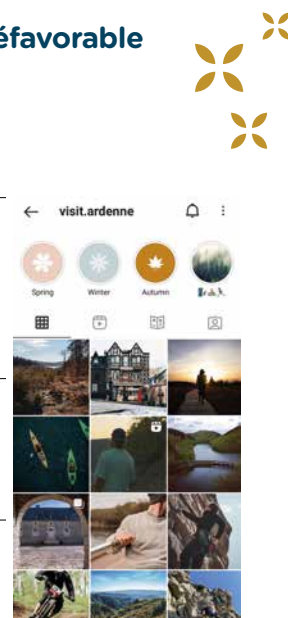
La campagne en chiffres : une progression significative malgré le contexte défavorable

Sessions uniques (nombre de sessions)	2020	2021 (du 01/01 au 25/05)
https://www.visitardenne.com/fr	991 991	304 812
https://partirlointoutpres.visitardenne.com/	192 988	33 064

Progression :	Objectifs fin 2020 :	Résultats fin 2020 :
France	+30-40%	+400%
Belgique	+40%	+1300%
Pays-Bas	+40-60%	+1000%

Réseaux sociaux :	Objectifs fin 2020 :	Résultats fin 2020 :	Résultats printemps 2021
Facebook : Abonnés	20 000	68 000	80 599
Instagram : Abonnés	6000	20 000	21 525

Newsletter (11 depuis 2020) :	Objectifs fin 2020 :	Résultats fin 2020 :	Résultats printemps 2021
Abonnés	20 000	27 000	30 767



Pour voir tous les chiffres 2020 :

http://pro.visitardenne.com/wp-content/uploads/2021/01/Chiffres-cles-2020-Destination_Ardenne_VF.pdf



Infos AGRETA :

Daniëlle Gevaerts, coordinatrice / gevaerts@ardennes.com / +33 (0)7 77 91 43 57

Infos Visit Ardenne :

Lucil Mawet, Fédération du Tourisme de la Province de Liège
lucil.mawet@provincedeliege.be / +32 427 955 81

Photos disponibles :

<https://drive.google.com/drive/folders/17SLFj4AlbYgFZY5wJgcKhyn2W1W7ukNr?usp=sharing>

Mon Ardenne, la communauté de ceux qui vivent l'Ardenne

**Fédérer les citoyens. Echanger, rencontrer, découvrir.
Réinventer une nouvelle façon de vivre ensemble.
Partager l'expérience de l'Ardenne.**

MON
ARDENNE

La création d'une nouvelle communauté, « Mon Ardenne », c'est l'action la plus récente menée dans le cadre du projet Interreg AGRETA-Ardenne Grande Région, Eco-tourisme et Attractivité, financé par les fonds FEDER et des co-financements de la Wallonie et du Grand-Duché de Luxembourg, en collaboration avec Ardenne Ambassadors. Elle vient en complément aux autres outils de communication et d'animation du territoire, et notamment de la marque Ardenne.

Passionnés de l'Ardenne

Mon Ardenne, ce sont les habitants, propriétaires de seconde résidence, travailleurs, passionnés du territoire, photographes, blogueurs... Des Ardennais qui innovent. Des passionnés de leur région, des locaux qui connaissent l'Ardenne comme leur poche ou des expatriés qui la découvrent de jour en jour... Bref, la communauté de ceux qui vivent l'Ardenne. Son but ? Valoriser les atouts humains du territoire et son style de vie unique.

Lancée en avril 2021, elle compte déjà près de 2000 membres.

Un espace d'échange inédit

Le site <https://monardenne.com/> est la vitrine de ce réseau de passionnés de l'Ardenne. C'est aussi une invitation à en faire partie. On y retrouve les projets porteurs de l'Ardenne

transfrontalière : innovations gourmandes, rencontres, partage des savoir-faire, imaginaire culturel, protection de l'environnement... On y rencontre aussi les témoignages de nombreux Ardennais qui œuvrent, parfois très discrètement et simplement, au rayonnement de leur région.

Être membre de Mon Ardenne, c'est...

- ... participer à la valorisation de l'Ardenne
- ... avoir accès à un réseau de personnes actives sur le territoire
- ... donner son avis
- ... partager ses témoignages
- ... bénéficier d'avantages

En évolution permanente, ce réseau d'amoureux de l'Ardenne s'enrichit de jour en jour des personnalités multiples qui le composent. Un groupe Facebook leur donne accès à des bons plans : activités, découvertes, culture...



Quelques exemples...

Asbl Les Découvertes de Comblain

Animer et sensibiliser à l'environnement et aux activités basées sur les richesses naturelles, patrimoniales et urbaines de la ville. L'objectif ? Faire découvrir au public les beautés de la région, les sensibiliser au respect de la nature et leur donner des outils pour agir à leur niveau.



© Comblain Découvertes

La Grande Traversée des Ardennes

Proposer des itinéraires de randonnées divers et variés à tester à pied, à vélo ou en VTT et baliser la transardennaise. La promotion de la randonnée, pour Denis Jusseret, c'est l'histoire d'une vie. Le Tourisme est sa première passion, qu'il partage avec plaisir. Il œuvre au développement touristique régional depuis une quarantaine d'années et met toujours un point d'honneur à placer l'Ardenne au centre de toutes ses initiatives.



© K. DUERINCKX

Ardenne Plaisir

Proposer des randonnées, des visites guidées, des dégustations et plein d'autres bons plans à travers la région. Après 25 ans de carrière en pays liégeois, Richard Mignolet s'installe à Saint-Hubert, terre de vacances de son enfance. Passionné par les richesses de la région et doté d'un grand sens du partage, il est rapidement amené à guider des groupes, à leur organiser une découverte nature et gourmande. Ainsi est né Ardenne Plaisir.



© Ardenne Plaisir



Infos AGRETA :

Daniëlle Gevaerts, coordinatrice / gevaerts@ardennes.com / +33 (0)7 77 91 43 57

Infos Mon Ardenne :

Lucil Mawet, Fédération du Tourisme de la Province de Liège
lucil.mawet@provincedeliege.be / +32 (0)427 955 81

Photos disponibles :

<https://drive.google.com/drive/folders/17SLFj4AlbYgFZY5wJgcKhyn2W1W7ukNr?usp=sharing>

Contacts et visuels

**Pour plus d'informations sur le projet Interreg V
Grande Région AGRETA :**

Daniëlle Gevaerts, coordinatrice du projet
Interreg V AGRETA / GEIE Destination Ardenne
gevaerts@ardennes.com / +33 (0)7 77 91 43 57
<http://interreg.visitardenne.com/index.php/fr/agreta>

Photos disponibles pour toutes les thématiques :

[https://drive.google.com/drive/
folders/17SLFj4AlbYgFZY5wJgcKhyn2W1W7ukNr?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/17SLFj4AlbYgFZY5wJgcKhyn2W1W7ukNr?usp=sharing)

