

Intervention n°7

13h à 13h30 > « Partir loin tout près », L'ARDENNE TRANSFRONTALIERE à la conquête de nouveaux visiteurs et de pratiques touristiques plus durables.

En 2016, l'Europe et la Wallonie soutiennent l'ambition de faire de l'Ardenne transfrontalière un territoire compétitif remettant l'homme et la nature au cœur de tout développement. De 2017 à 2021, 2 programmes de coopération territoriale européenne Interreg V développent son attractivité au travers de la marque Ardenne, encouragent une offre et des comportements durables auprès des acteurs et des visiteurs, étudient le potentiel « nature » de l'Ardenne. A l'heure des bilans et des perspectives, rencontrons le projet AGRETA et ARDENNE ECOTOURISM.

Stéphanie DROTHIER - chargée de projet ARDENNE ECOTOURISM, ATD des Ardennes (Charleville-Mézières)

Daniëlle GEVAERTS - chargée de projet AGRETA, GEIE Destination Ardenne (Charleville-Mézières)

Présentation des intervenants :

Contact : gevaerts@ardennes.com

Madame Daniëlle Gevaerts est chargée de projet chez GEIE Destination Ardenne (Groupement Européen d'Intérêt Economique). Elle est d'origine néerlandaise, elle a fait une licence en langues et cultures françaises, puis à complété par un solide cursus : une licence professionnelle en aménagement du territoire, suivi d'un Master en Développement et Aménagement Touristique des Territoires à la Sorbonne, à l'Institut de Recherches et d'Etudes Supérieures du Tourisme à Paris. Depuis 5 ans, elle travaille en Ardenne, et durant ces 5 années, a pu gérer le projet Interreg « AGRETA », Ardenne Grande Région, Ecotourisme et Attractivité qui visait à augmenter l'attractivité de l'Ardenne transfrontalière. Ce projet a été mené en collaboration avec des Parcs naturels, des organismes touristiques et des universités.

Contact : drothier@ardennes.com

Madame Stéphanie Drothier nous vient de France. Elle travaille à l'Agence de Développement Touristique des Ardennes à Charleville-Mézières, en tant que chargée de mission sur les thèmes du tourisme durable. (Formation : DESS Tourisme et Valorisation des Territoires – mention Tourisme en espace rural à l'Université Blaise Pascal à Clermont-Ferrand) De 2016 à 2021 elle fut cheffe de file du projet transfrontalier Ardenne Ecotourisme. Elle est toujours partante pour partager son expérience tant sur le projet que sur les questions de tourisme durable.

A. Définition du territoire d'actions et présentation générale du projet

Daniëlle GEVAERTS - chargée de projet AGRETA, GEIE Destination Ardenne (Charleville-Mézières)

Qu'est-ce que l'Ardenne Transfrontalière ? Il s'agit d'un territoire qui comprend le département des Ardennes en France, le nord du Grand-Duché du Luxembourg (Wiltz, Vianden, ...), la botte du Hainaut (avec notamment Chimay) et trois autres provinces belges dans leur totalité : Namur, Liège et Luxembourg. Ce territoire inclus donc Liège et Namur, considérés comme véritables portes d'entrée d'une Ardenne touristique et non géographique pour le visiteur, notamment néerlandais, peu informé des nuances géologiques.



Un groupe et une marque pour développer ensemble l'attractivité de l'Ardenne

- ✓ En 2009, un **groupement** se forme entre partenaires ardennais.
- ✓ En 2010, une réflexion est entreprise pour définir **l'identité de ce territoire** (forces, liens, ...).
- ✓ En 2012, est développée une **marque de territoire** (la marque Ardenne) avec son code (lexique, visuels, images, logos)
- ✓ En 2013, la marque Ardenne est **ouverte aux prestataires touristiques** qui peuvent y adhérer.
- ✓ En 2014, le **GEIE** (groupement européen d'intérêt économique) est créé **pour structurer cette collaboration transfrontalière et pouvoir lancer des projets INTERREG.**
- ✓ En 2016, au travers **des projets INTERREG**, ces **acteurs transfrontaliers** travaillent activement au **développement de l'Ardenne**. Les projets sont soutenus pour une durée de 5 ans (2016-2021).
- ✓ En 2018, une réflexion est entreprise pour **intégrer dans ces projets d'autres secteurs intéressants** pour développer l'attractivité touristique de l'Ardenne (la Culture, le secteur des produits du terroir, ...).
- ✓ 2021, clôture des projets.

Cette marque a pour objectif de renouveler l'image et d'augmenter l'attractivité touristique de ce territoire :

1. **en accompagnant** les différents prestataires touristiques (ensemble des acteurs touristiques) ,
2. en leur permettant de gagner en **visibilité**,
3. en faisant ensemble **rayonner l'Ardenne.**

Elle compte aujourd'hui près 800 adhérents.

Quels outils sont proposés ?

1. **Le code de marque** (ensemble de visuels qui permettent d'identifier l'Ardenne et ceux qui supportent cette démarche).
2. **Les webinaires et formations.**
3. **Les rencontres annuelles** (« Les Rencontres de l'Ardenne » regroupent tous les adhérents pour réfléchir ensemble à comment valoriser la destination transfrontalière) – 29 mars 2022 cette année.

Ces actions sont développées dans le cadre de projets INTERREG.

INTERREG¹ est un dispositif européen qui s'appuie sur **les fonds FEDER²** et qui est lié à des **territoires** (on parle de zones de coopération).

L'Ardenne transfrontalière se trouvant sur deux zones, il a fallu déposer **2 projets³** pour disposer des **fonds européens (période 2016 -2021)** pour **développer l'ensemble du territoire** :

1. le projet **AGRETA** Ardenne Grande Région Ecotourisme et Attractivité (province de Liège, Luxembourg et GD du Luxembourg),
2. le portefeuille de **projets ARDENNE ATTRACTIVIY** (qui compte 4 projets : Ardenne Ecotourism, Ardenne Ambassadors, Ardenne Marketing et Ardenne Cyclo) (Ardennes françaises, province de Namur et la province de Luxembourg qui à la chance d'être sur les deux projets).

Au sein de ces deux portefeuilles de projets, on identifie **3 sous-projets** :

1. **l'écotourisme,**
2. **la marque Ardenne,**
3. **le marketing.**

Une place de choix était donnée au durable et aux habitants

En matière de promotion touristique, **un site est développé en 4 langues**. Le tourisme durable est vraiment le fil rouge de ce site (expériences à vivre sur le territoire, les circuits touristiques liés à la mobilité douce, 70-80 adresses écotouristiques répertoriées en Ardenne, ...).

Tout cela fut valorisé via **une campagne de communication « Partir loin tout prêt »** (trouvée avant covid !) mise en place en mars 2020 avec la volonté d'encourager le tourisme durable et local. Très beaux résultats.

Le souci et l'envie existent de travailler et d'impliquer les habitants. **L'action « Mon Ardenne »** est en développement. Les habitants sont souvent les meilleurs ambassadeurs d'un territoire. L'idée est d'inclure leurs bons plans.

¹ <https://www.interreg-fwvl.eu/>

² Fonds européens de développement régional (FEDER). https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/find-funding/eu-funding-programmes/european-regional-development-fund-erdf_fr
<https://www.wallonie.be/fr/demarches/se-renseigner-sur-le-feder-en-wallonie>

³ <https://interreg.visitardenne.com/index.php/fr/agreta>
<https://www.visitardenne.com/fr>

B. Quels sont les résultats du projet ARDENNE ECOTOURISM, développé dans le cadre du portefeuille de projets Ardenne Attractivity ?

Stéphanie DROTHIER - chargée de projet ARDENNE ECOTOURISM, ATD des Ardennes (Charleville-Mézières)

Si l'appellation Ardenne Ecotourism se voulait attractive en terme de communication, l'objectif était bien d'intégrer les 3 piliers du développement durable : économie, sociale et environnement.

En 2016, « Ardenne Ecotourism » démarre avec 8 opérateurs⁴.

Le projet vise à faire de l'Ardenne une destination du tourisme durable en travaillant les 3 composantes d'un séjour (se distraire, manger, dormir) et ce, au moyen de trois objectifs :

- **accompagner** les professionnels du tourisme dans leur développement vers des démarches d'accueil plus durables,
- **valoriser les produits locaux** via l'HORECA,
- développer l'**itinérance douce**.

Quel processus ?

1. **Il s'agissait d'identifier toutes les bonnes volontés** (les pépites existantes – pas forcément de labels / petites structures – comme les simples motivés) au sein des adhérents de la marque Ardenne.
2. De là est né le **club Ardenne Écotourisme** qui fut un moyen de passer au tamis des critères de développement durable des acteurs touristiques du territoire ; les critères (volontairement accessibles) visaient surtout à **toucher des personnes de bonne volonté qui ne savaient pas toujours comment s'y prendre mais qui avaient l'envie**.

Le club a permis d'accompagner les 143 adhérents français et belges. Rien qu'avec la grille d'adhésion au club, il fut possible d'identifier les bonnes pratiques en matière de : gestion des déchets, de l'eau, de l'énergie, d'encouragement d'un tourisme pour tous (volet social) et d'une économie locale (importance dans nos régions rurales que l'activité touristique puisse profiter au plus grand nombre) en s'assurant que les adhérents travaillent avec des artisans locaux (un imprimeur local, ...).

L'accompagnement des adhérents passe par :

- ✓ **l'identification de problématiques et la mise en place d'outils** : Parmi celles-ci la sensibilisation du client semblait importante. A partir de leurs observations est né un kit de sensibilisation aux écogestes (faire ses courses en vrac, boire l'eau du robinet, éteindre chauffage et lumière, ...). Ces petits outils furent distribués à tous les hébergements du réseau ;
- ✓ par des **formations ciblées** sur les différents territoires. Divisées en 15 sessions, les formations se basent sur des thématiques diverses du tourisme durable :

⁴ Parmi ceux-ci : l'asbl Accueil champêtre en Wallonie, l'asbl Ressources Naturelles et Développement, le parc naturel Viroin-Hermeton et le parc naturel régional des Ardennes, la Grande forêt du Pays de Saint-Hubert, les opérateurs historiques de la DT (la fédération du tourisme de la province de Namur et l'association du tourisme du Luxembourg belge.

l'écoconstruction, la production de produits d'entretiens naturels, la restauration responsable ou l'approvisionnement local entre autres. Depuis le Covid des vidéos tutoriels sont disponibles sur YouTube. Ces tutoriels comprennent des témoignages d'adhérents.

- ✓ Par un travail spécifique avec **les professionnels de la restauration** : mise en place d'un calendrier des produits de saison, une carte géoréférencée des producteurs à proximité.
- 3. **Faire naître de nouvelles vocations aussi via un appel à initiatives.** 15 candidatures déposées. La lauréate est un hébergement zéro déchet. L'hébergeur propose au client faire ses courses au préalable via une plateforme d'achat en ligne de produits locaux. Le client dispose dès son arrivée de sa commande.
- 4. **Le durable passe par la mobilité.** La volonté d'encourager le touriste à se passer de sa voiture passe une offre alternative dont la possibilité d'arriver en train et de circuler d'un pays à l'autre via l'itinérance douce. Cela passe aussi par des aires de bivouacs favorables à cette itinérance douce au long cours.
- 5. Tout cet **écosystème durable mis en place est, aujourd'hui, valorisé sur le site visitardenne.com au travers de 75 portraits** d'adhérents. Ces derniers y mettent en lumière leur(s) bon(s) plan(s) durable(s) à proximité de chez eux pour montrer que l'Ardenne durable ce n'est pas que le tourisme (coopérative, artisans, ...).
- 6. Belle reconnaissance également puisque **les éditions Tao** (très engagées) consacre **un mini-guide aux Ardennes.**

C. Quels sont les résultats du portefeuille de projets AGRETA (Ardenne Grande Région Ecotourisme et Attractivité) ?

Daniëlle GEVAERTS - chargée de projet AGRETA, GEIE Destination Ardenne (Charleville-Mézières)

Le projet concerne le territoire des provinces de Liège et du Luxembourg et du nord du Grand-Duché du Luxembourg.

L'aboutissement du projet découle de la mobilisation de 11 opérateurs de projet (parcs naturels, fédérations touristiques, universités), 6 opérateurs méthodologiques, 1.401.876,46€ Fonds Feder, 2.336.460,77€ budget total).

Les 3 actions mises en place sont : l'écotourisme, la marque Ardenne, le marketing de la destination.

Le cœur de la stratégie du projet est l'éco-tourisme.

6 parcs naturels⁵ furent chargés des actions écotouristiques via **l'accompagnement des adhérents et la sensibilisation des clients** :

- ✓ tout comme le club Ardenne Eco tourisme, ils ont **rassemblés 60 hébergeurs**, sensibles à un travail plus axé sur l'aspect durable ;

⁵ PN des Hautes Fagnes, PN des Deux Ourthes, PN de la vallée d'Attert, PN Haute Sûre-forêt d'Anlier et, côté Grand-Duché, PN de la Haute Sûre ainsi que PN de l'Our.

- ✓ **des ateliers et webinaires** furent organisés pour mettre en place des dispositifs permettant de diminuer notamment l’empreinte carbone (ateliers produits d’entretien, ...) ;
- ✓ **des dispositifs « nature » furent mis à disposition** : remplacement des ampoules par des Leds, panneaux avec des consignes de tri, plantation d’arbres fruitiers et/ou nichoirs pour favoriser la biodiversité, Ce fut un travail au cas par cas respectant la sensibilité et les demandes de chacun des hébergeurs ;
- ✓ **des fiches /astuces** favorisant les écogestes furent mises à disposition des adhérents : gestion de l’eau, de l’énergie, comment communiquer durable, ... ;
- ✓ sensibiliser les adhérents sans **toucher également le visiteur** n’a pas de sens. Le volet familial fut privilégié via la mise à disposition chez les 60 hébergeurs : **d’une malle** (outils pour aller à la découverte de la nature à proximité) , **guide des bonnes pratiques** (à suivre 6 mascottes des 6 parcs naturels – règles de respect des lieux visités), **jeu des 6 familles**.

Une nouvelle offre aussi

- ✓ **La création d’un itinéraire équestre** : plus de 500km reliant notamment des itinéraires existants, 22 aires de repos ont été construites, des hébergements référencés. Cet itinéraire est valorisé via une brochure et une page Web. Il permet de traverser 6 parcs naturels belges et luxembourgeois.

Singularité du projet AGRETA, le souci de connaître les besoins (des visiteurs, des habitants, des acteurs touristiques) et les usages (comment sont utilisés) en espace naturel **via une étude réalisée par plusieurs universités**. Pour le détail de cette étude consulter l’intervention n°8 réalisée par Marc Dufrêne, en charge de ce travail de recherche.