

Fabrique collective l'Ardenne

Schéma Régional de Développement Touristique
du Grand Est 2017-2021

Jeudi 15 juin 2017, Charleville-Mézières

© Observatoire Régional du Tourisme de Champagne et d'Ardenne (ORTCA)

Le tourisme, un atout pour l'Ardenne

Données Ardennes Françaises :

- **75 millions d'€ de retombées économiques,**
- **120 millions d'€ de dépenses de touristes**
- **266 009 lits pour plus de 8.3 millions de nuitées sur l'ensemble de la destination**
- **1 550 emplois directement liés à la présence de touristes**

Un secteur dynamique qui crée de l'emploi non délocalisable : +9% entre 2009 et 2013

- Seulement **10.5 millions d'euros en moyenne annuelle entre 2013 et 2015**

Données Ardenne :

- **8.3 millions de nuitées sur l'ensemble de la destination** dont
700 000 nuitées en Ardennes françaises, 1 240 000 sur la province de Namur, 2 528 000 sur celle du Luxembourg Belge et 752 000 nuitées sur la partie ardennaise du Grand Duché du Luxembourg

Sources : estimation des retombées économiques du tourisme Protourisme ORTCA

L'offre d'hébergements

- 42 670 lits dans les Ardennes françaises
 - dont 12 670 lits marchands
- Une offre dominée par l'hôtellerie de plein air, de l'hôtellerie et des hébergements chez l'habitant
- Mais, un potentiel immense : la destination Ardenne dans son ensemble totalise 266 009 lits pour plus de 8.3 millions de nuitées.
- Pour l'hôtellerie de plein air : une offre faible en quantité tant en qualité qu'en confort seulement 4% d'emplacements **** et plus
- Pour l'hôtellerie : une offre sous-qualifiée, seulement 7% des chambres 4 étoiles et plus

Une labellisation de l'offre qui se poursuit pour monter en qualité

- 50 labellisés Les Ardennes à vélo
- 85 labellisés Les Ardennes à moto
- 1 Petite Cité de Caractère
- 1 Maison des illustres « La maison des Ailleurs »
- 1 Parc Naturel Régional
- 3 plages labellisées Pavillon Bleu)
- 1 commune labellisée « Plus beau détour de France »
- 2 « villes et pays d'Art et Histoire »
- 129 communes labellisées Villes et Villages Fleuris

Fréquentation des hébergements marchands

- 1.2 million de visiteurs (touristes + excursionnistes)
- 2.1 millions de nuitées
- -0.4% de nuitées en moyenne annuelle entre 2011 et 2016 sur l'ensemble des hébergements marchands
- L'hôtellerie représente 68% des nuitées marchandes des Ardennes
- La part de clientèle étrangère est de 31%

La clientèle française y est importante

- Mais fragilité de la destination car 80% de ses nuitées étrangères sont réalisées par 5 marchés étrangers

Zoom sur l'hôtellerie, 1^{er} mode d'hébergement marchand

- **En croissance et de façon supérieure au Grand Est** : +1.8% de nuitées en moyenne par an entre 2010 et 2016
- **Mais une part d'étrangers plus faible** : seulement 22.2% de nuitées étrangères
Cette caractéristique se renforce.
- **Un taux d'occupation faible** : 48.3% qui traduit une **hôtellerie fragile économiquement** avec **le revenu par chambre le plus faible du Grand Est** (32.9 €)

Les atouts des Ardennes

• Des festivals mondialement connus...

- ✓ **Le festival Mondial des Théâtres de Marionnettes**, Charleville-Mézières
- ✓ **Le Cabaret Vert**, Charleville-Mézières

• Les autres atouts patrimoniaux

- ✓ **Rimbaud**, une icône mondialement connue
- ✓ Le Musée Rimbaud avec un potentiel de visiteurs supplémentaires
- ✓ **Le Musée de l'Ardenne** et ses riches collections
- ✓ **La Place Ducale**, une « signature » exceptionnelle pour la Destination Ardenne

• Un patrimoine historique et des sites mémoire

- ✓ La **visite de sites de guerre** est la 3^{ème} activité pratiquée par les touristes en Ardenne.
- ✓ Le **Château fort de Sedan**, plus grande forteresse d'Europe, 1^{er} site payant des Ardennes

• Un patrimoine naturel exceptionnel

La Trans'Ardenne...

- 390 268 passages en 2016, tous sens et toutes pratiques
- 1^{er} tronçon utilisé de la Champagne et de l'Ardenne
- 50 labellisés « Ardenne à vélo »
- Une Trans'Ardenne à développer à l'image de La Loire à vélo en investissant dans les hébergements au fil de l'eau types HLL/campings, parcs d'hébergements insolites, parcs à thèmes, sur les thématiques de l'écologie et du durable...

Une marque touristique partagée

- Une marque touristique partagée sur 3 pays :
 - France / Belgique / Luxembourg
- Un GEIE en place depuis 2014
- Plus de 330 adhérents
- **2016- 2017** : un plan d'actions ambitieux dans le cadre des programmes INTERREG V (France Wallonie Vlaanderen et Grande Région)
 - **Portefeuille de projets « Ardenne Attractivity »** : 3 projets constitutifs (Ardenne Ecotourism, Ardenne Ambassadors, Ardenne Marketing)
 - **Projet « AGRETA »** : Ardenne Grande Région, Eco-Tourisme et Attractivité



L'image que les touristes ont des Ardennes

- Plus de 80% de citations : le **bon rapport qualité / prix**.
- 75.6 % : une **destination familiale**.



- Patrimoine naturel
- Histoire et son patrimoine architectural
- Gastronomie et produits du terroir
- Promenade / randonnée
- Le calme
- Le sport
- La chasse



- Le climat
- Manque de publicité et de notoriété de la destination
- Manque d'activité, d'attractivité et de jeunesse
- Manque de dynamisme
- Manque de mise en valeur
- L'accessibilité, l'isolement, distance

E-réputation des hôtels : "sur-qualité"

- qualité de son accueil / affabilité de son personnel.

Commentaires laissés par les clients :

Une expérience de séjour, une expérience de partage avec l'hôtelier
(pas seulement la description de leur chambre...)

Forces / Faiblesses

Menaces / Opportunités

Forces

- **Son patrimoine naturel et sa qualité environnementale**
- **Une destination transfrontalière permettant de découvrir différentes cultures et spécificités**
- **Son patrimoine historique**
- **La Meuse à Vélo et la Trans'Ardenne**
- **Sa gastronomie et produits du terroir**
- **Son image de destination verte déjà construite**
- **L'accueil et la gentillesse de ses habitants**
- **Bon rapport qualité / prix**
- **Des festivals phares qui se développent fortement et qui donnent un éclairage national aux Ardennes**
- **Sa marque Ardenne avec le travail sur l'Ardenne Belge et Luxembourgeoise**
- **La reconnaissance d'une appartenance à un territoire « fier d'être Ardennais »**
- **Hausse de la fréquentation de son hôtellerie**

Faiblesses

- **Le manque d'hébergements :**
 - Leur localisation géographique
 - Le volume de lits
 - La qualité et le confort de ses hébergements
- **La fragilité économique des hébergements (hôtels + campings)**
- **Le manque d'investisseurs en création de structures**
- **Le manque de repreneurs d'établissements**
- **Insuffisance d'offres d'activités et de loisirs**
- **Insuffisance de mise en valeur du patrimoine**
- **Déficit de fierté des habitants sur leurs atouts touristiques**
- **Différence entre le volume d'offres et de fréquentation entre Ardennes Belges et Ardennes françaises**
- **Une clientèle fortement française, de proximité**
- **Fragilité : 80% des clientèles étrangères sont représentées par 5 marchés**
- **Différence sensible des Ardennes belges et françaises : exemple de Bouillon qui enregistre une fréquentation soutenue.**

Menaces

- **Concurrence accrue surtout pour les cibles de clientèles visées par les Ardennes (Français et Europe de proximité)**
- **Attentats**
- **Après attentats**
- **Baisse démographique lente et régulière**
- **Déclin économique et risque de décrochage**
- **Perte de compétitivité à l'égard des autres destinations touristiques en France et à l'international**

Opportunités

- **Le désenclavement du territoire à travers l'ouverture de la future A 304**
- **Rapprochement de l'aéroport international de Charleroi**
- **La qualité de l'environnement**
- **L'attractivité du foncier et du patrimoine en matière de prix**
- **Le développement de la demande d'écotourisme et de tourisme durable et solidaire**
- **La proximité de bassins touristiques fortement émetteurs**
- **Le G.E.I.E. Destination Ardenne : accélérateur de notoriété**
- **Les Ardennes, un territoire situé entre deux destinations touristiques, L'Ardenne au nord et La Champagne au sud**

Pistes de réflexion

- **Quels axes et leviers de croissance pour l'Ardenne ?**
- **Comment rendre la destination Ardenne plus attractive auprès des investisseurs pour la mise en place de projets structurants ?**
- **Renforcer la professionnalisation des acteurs :
Académie du tourisme de l'Ardenne**
- **Quelle mise en marché des offres de services ?**
- **Quelle reconnaissance internationale au-delà de la marque Ardenne ?**
- **....à vos suggestions et idées...**