

Bilan positif pour la destination Ardenne transfrontalière

Les touristes sont « partis loin, tout près »



S'évader loin en restant proche, c'était l'invitation que l'Ardenne transfrontalière lançait cet été à travers une ambitieuse campagne de communication. L'appel a été entendu... Tant en Wallonie que dans le département des Ardennes, les touristes sont partis en vacances près de chez eux en juillet et en août.

Dans le département des Ardennes, on constate une présence accrue des Français, notamment de nouvelles régions comme la Bretagne ou l'Alsace. On note aussi une fréquentation très soutenue des Belges et des Néerlandais. Mais une diminution de la clientèle britannique et allemande.

En Wallonie, 82% des touristes étaient belges, majoritairement des Wallons (44% en juillet et 49% en août). Même constat de proximité, les touristes étrangers viennent majoritairement de France (8% en juillet et 10% en août) et des Pays-Bas (6%). Globalement, une augmentation de 20% se manifeste par rapport à la même période en 2019.

L'Ardenne transfrontalière a tous les atouts pour répondre aux attentes des touristes post-Covid

Balades nature et recherche de grands espaces, activités de plein air ou au frais ont attiré davantage que les grandes attractions cet été. Après des mois de confinement, le besoin de s'oxygéner était primordial et s'est traduit par une fréquentation accrue du territoire ardennais. Confirmation de l'avènement d'un tourisme différent, plus autonome, hors des sentiers battus, qui se traduit notamment par le boom du vélotourisme et du camping-carisme.

Hébergement

Les hébergements affichent globalement de beaux résultats sur tout le territoire, avec une durée moyenne de séjour plus longue que les autres années.

En Wallonie, le taux d'occupation des campings et des hôtels a été stable par rapport à 2019. Les gîtes et hébergements de terroir (à l'exception des gîtes de grande capacité) ont connu un beau succès, jusqu'à 97% de taux d'occupation pour les gîtes d'Ardennes Etape.

Dans le département des Ardennes, ce sont surtout les hébergements locatifs (gîtes, chambres d'hôtes, bungalows dans les campings) et les campings (surtout ceux équipés d'un espace de baignade) qui engrangent d'excellents résultats. L'hôtellerie accuse un bémol dû, entre autres, à l'absence de clients britanniques et d'une faible présence de touristes allemands.

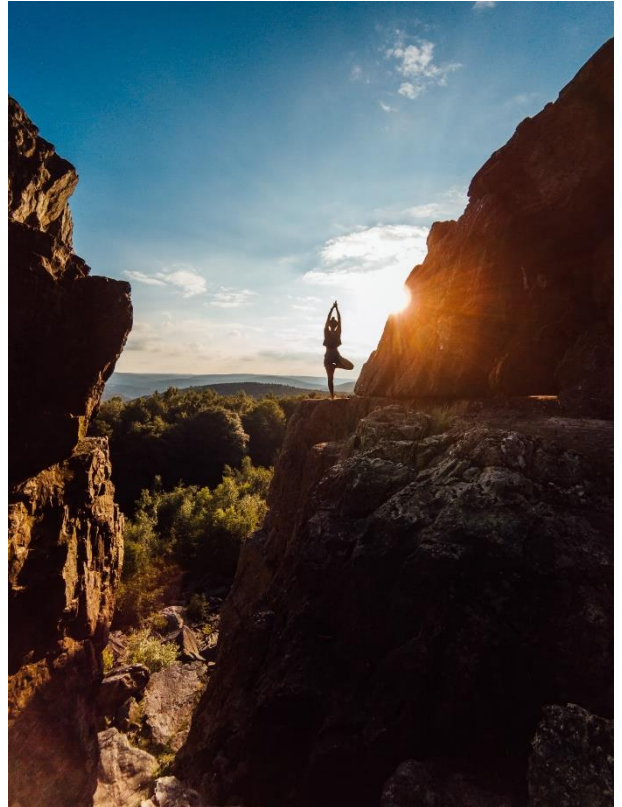
Une ambitieuse campagne de communication qui cartonne !

Depuis le mois de mars, la destination transfrontalière « Ardenne » - France, Belgique et Luxembourg - déploie une ambitieuse campagne de communication en collaboration avec l'agence bruxelloise Headerpop : de très nombreuses actions menées sur le web, les réseaux sociaux de la destination mais aussi en direction de la presse locale et européenne.

Florence Denos, General Manager de Headerpop, nous commente les retours de cette campagne d'été.

« L'Ardenne est une destination qui a beaucoup à donner : en très peu de kilomètres, on peut découvrir plusieurs pays, des sites qu'on ne trouve nulle part ailleurs, où il y a une vraie émotion à vivre. Cette région est mieux connue des Belges que des Français, mais souvent le public la connaît sans la connaître vraiment. La campagne jouait sur deux axes. D'une part, une destination proche, dépayssante, transfrontalière. D'autre part, une destination très photogénique, des visuels qui interpellent... »

« C'est où ? Juste à côté ! »



Le concours photo de l'été : un grand succès !

1000 participants sur FB – **1843** sur Instagram... Ce concours a permis de rassembler de magnifiques clichés qui

illustrent particulièrement bien la beauté de la nature et dépayssement proche de la destination Ardenne. Un jury de professionnels de l'image a sélectionné **20 finalistes**. Le public est invité à **voter jusqu'au 18 septembre** pour déterminer le grand gagnant :

<https://pollunit.com/polls/je-pars-loin-tout-pres>

« Partir loin tout près »

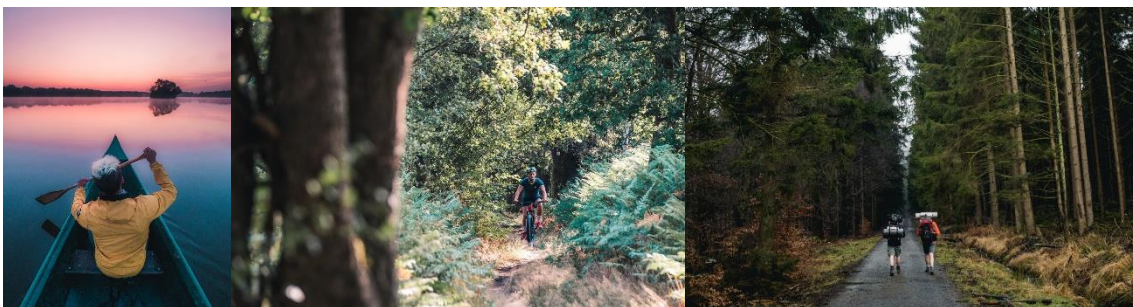
Objectif : toucher les grandes villes proches

Au-delà de la crise sanitaire, Florence Denos analyse cet engouement pour l'Ardenne à la lumière d'une nouvelle tendance de voyage misant davantage sur la proximité.

« La crise du Covid a juste accéléré les choses. Nous avons atteint plus rapidement le seuil critique sur les réseaux sociaux, où une page Facebook et un compte Instagram deviennent significatifs par leur nombre d'abonnés et de followers. Chacun avec son public cible. Maintenant, nous pouvons nous appuyer sur une communauté solide pour nos prochaines actions, au fil des saisons. La notoriété de la Destination s'est considérablement améliorée, comme en témoignent les **chiffres**. Le cercle vertueux s'est enclenché : les visiteurs viennent, reviennent, recommandent la destination. Sur les réseaux sociaux, ils suivent, invitent, partagent... Ce n'est qu'un début, la progression va continuer ! »

L'automne sera sportif en Ardenne

Du 22 au 24 septembre, trois sportifs de haut niveau sont invités en Ardenne pour trois jours de roadtrip sur les spots de leur discipline respective, VTT, escalade et parkour. L'occasion aussi de mettre en exergue l'habitat insolite, des lieux emblématiques du territoire pour la pratique de sports extrêmes, mais aussi juste pour le plaisir des yeux. Le côté épicurien de la destination fera aussi partie du séjour... On pourra retrouver leurs aventures dans l'émission Riding Zone sur France TV et sur Youtube.



Le buzz de l'été en chiffres...

Facebook : +54K abonnés

Chaque jour entre 10K et 20K personnes consultent un post Visit Ardenne sur facebook

Instagram : +13K followers

Entre 350 et 700 likes par photo postée

Site promotionnel :

<https://partirlointoutpres.visitardenne.com/>

101 000 sessions depuis mars 2020

Site de la destination www.visitardenne.com :

650 000 sessions

800% de progression du trafic (de mars 2020 à septembre 2020 par rapport à la même période en 2019)

Newsletter :

+ 18K abonnés

Taux d'ouverture 47% - Taux de clic 17%

6 newsletters envoyées depuis mars

Retours presse :

Belgique : 23 articles en français / 7 en néerlandais