

Ardennes Développement : 5 projets gagnés en 2018

L'agence économique ardennaise poursuit son action et renforce sa communication avec un nouveau site internet.

Cinq ans après sa création, Ardennes Développement poursuit son travail de sensibilisation des atouts du département. « Nous avons reçu 34 visites d'investisseurs (14 en 2017) et nous avons gagné 5 projets représentant 139 emplois sous trois ans », apprécie Jean-Louis Amat, le directeur de l'agence qui précise qu'une trentaine de dossiers est encore à l'étude. Parmi ses accompagnements, Ardennes Développement cite la reprise une entreprise de pliage de tôle qui a permis de maintenir 39 emplois à Carignan, ou encore l'implantation de l'entreprise belge Gefor, spécialiste du forage,



Jean-Louis Amat (directeur), Benoît Mercier (président d'Ardennes Développement), Boris Ravignon et Régis Depaix (vice-présidents) lors de l'assemblée générale de l'agence, lundi 8 avril à Sedan.

qui s'implante à Donchery. « Notre rôle est d'accélérer les décisions, d'être un facilitateur en mobilisant les acteurs », ajoute le directeur.

Si l'agence s'efforce de convaincre les investisseurs exogènes, elle axe surtout sa stratégie sur l'accompagnement des entreprises arden-

naises, comme l'explique Benoît Mercier, élu président en décembre 2018 : « Nous allons à la rencontre de toutes les entreprises pour détecter

leurs besoins mais aussi leurs difficultés ».

Comme les élus locaux - le député Jean-Luc Warsmann, le président d'Ardenne Métropole Boris Ravignon et Régis Depaix le président de Vallées et Plateau d'Ardenne sont vice-présidents - Benoît Mercier est conscient de la nécessité de travailler collectivement pour faire connaître l'agence et surtout les atouts du département. Lors de son assemblée générale, elle a invité Vincent Gollain, spécialiste du marketing territorial, pour débattre de cet enjeu dans lequel la promotion touristique et le développement économique peuvent être étroitement liés : « Cela ne se résume pas à la

création d'un logo. Il faut porter un projet collectif dans une approche transversale. Il faut comprendre les besoins et les aspirations de ses clients pour agir sur leur prise de décision. Les outils numériques doivent aider à faire connaître le territoire ». Boris Ravignon explique d'ailleurs que l'utilisation de l'humour et la communication positive peuvent contribuer à changer l'image des Ardennes : « Notre territoire a de la valeur et des valeurs. La marque Ardenne a un vrai potentiel économique ». Le nouveau site internet de l'agence met en tout cas en lumière ses atouts.

PHILIPPE DEMOOR