

Leader 2007-2013

Fiche descriptive du projet

1. Identification du projet

1.1 Plan de développement stratégique (PDS) : GAL Pays des tiges et chavées
Territoire d'Assesse-Gesves-Ohey

1.2 Titre complet :

Tourisme doux au cœur du vrai Condroz :
Valorisation des atouts touristiques, mise en réseau des acteurs locaux et nouvelles technologies de l'information

2. Identification des intervenants

2.1 Groupe d'action locale : GAL Pays des tiges et chavées

2.2 Bénéficiaire de la subvention : GAL Pays des tiges et chavées

2.3 Administration compétente : CGT
Personne de contact : M. Jean-Pol Bergiers

3. Contexte du projet

Ce projet est le fruit de deux démarches complémentaires initiées suite à l'appel à projet lancé par le GAL Assesse-Gesves pour confectionner son dossier de candidature Leader 2007-2013.

Par soucis de cohérence et d'efficacité, le GAL a choisi de fédérer les deux initiatives. La première émane de propriétaires de gîtes du territoire (Mmes Defoin, en charge de la reconnaissance des gîtes par la Région wallonne pour la Province de Namur, Cathy Ernest), des responsables du Syndicat d'Initiative d'Ohey et de trois archéologues passionnées par le territoire où elles ont choisi de vivre (Mmes Tilmant, Bonato et Pottier). La seconde vient d'un groupe de citoyens d'Assesse particulièrement actifs dans la défense des chemins et sentiers (M. Ballez, Bosseret, De Bruyn, Lantonnois et Piroton).

La version actuelle de la fiche a fait l'objet de réaménagements suite aux réunions de travail suivantes :

- Le 19/08/2008 au CGT (M. Bergiers, Robinet et Joskin ; Burlet et Migeotte)
- Le 14/10/2008 au CGT (M. Joskin et Migeotte)
- Le 21/10/2008 au GAL (Mmes et Mrs Ernest, Tilmant, Gonne, Migeotte)

Le contexte du projet s'inscrit dans la stratégie développée par le GAL à l'horizon de 2013 tel que décrit dans son Plan de Développement Stratégique. En voici un extrait :

La stratégie à l'horizon 2013 s'inscrit dans le cadre analytique de l'économie résidentielle, de la théorie de la base, de l'approche du capital social et de l'économie des proximités tels que décrits dans De Keersmaecker et al., 2007 et Angeon 2006.

L'hypothèse de départ est de dire que le Produit Intérieur Brut (PIB) ne peut pas être considéré comme un indicateur de l'économie du territoire rural périurbain d'Assesse-Gesves-Ohey.

La base de l'économie locale, découpée en quatre secteurs, apparaît plus pertinente :

- 1) la base productive qui comprend les revenus du travail dans les secteurs agricole, commercial et industriel exportant en partie hors du territoire. Cette base productive dépend de la compétitivité locale et de l'attractivité au niveau régional, national, européen ou mondial des entreprises.
- 2) la base résidentielle comprenant les revenus des actifs résidants en ce lieu mais travaillant ailleurs, les revenus des retraités et **les dépenses des touristes** et des habitants de secondes résidences. Cette base dépend de la compétitivité locale du territoire, de **son attractivité touristique** et résidentielle et de sa dynamique résidentielle.
- 3) la base publique comprenant les traitements des personnes du secteur public.
- 4) la base sociale qui comprend les allocations sociales (allocations de chômage, revenu d'intégration, allocations familiales et mutuelle).

L'économie du territoire périurbain repose à plus de 65% sur sa base résidentielle. L'enjeu est donc de capter au mieux les revenus des actifs qui travaillent ailleurs, **ceux des touristes** et des retraités. Ensuite, la capacité à rendre ces revenus productifs dépend de la dynamique du territoire et de sa capacité à s'organiser. C'est là qu'intervient l'argumentation liée au capital social et à l'économie de proximité. Par une meilleure collecte et circulation de l'information et par le renforcement des logiques d'action collective, le territoire est en mesure, au bout d'un certain temps, de se différencier sur le plan du développement territorial durable.

Comme le souligne De Keersmaecker et al. (2007), l'économie résidentielle nécessite la mise en œuvre de stratégies publiques volontaristes de développement : développement économique basé sur des activités productives, **l'attractivité touristique** et les services aux retraités ; développement social visant à plus d'équité sociale et territorial et développement environnemental pour préserver les attributs du territoire.

4. Contenu du projet

4.1 Description du projet subsidié en distinguant les différentes actions

Le projet comporte les trois axes complémentaires suivants :

- Premièrement, la **valorisation des atouts touristiques** liés aux patrimoines qui ont l'avantage d'être riches et variés au sein du territoire formés par les trois communes d'Assesse, Gesves et Ohey.

Dans le domaine lié au patrimoine bâti et archéologique, citons les grottes de Goyet, le menhir de Haillot, les villae gallo-romaines de Maillen et de Gesves, le site gallo-romain d'Evelette, l'église romane de Strud, le donjon médiéval de Crupet, l'abbaye de Grandpré, les fermes-châteaux et châteaux, l'archéologie industrielle liée à l'exploitation des carrières de pierre et de terre plastique, Crupet et Mozet, figurant parmi les Plus Beaux Villages de Wallonie, En replaçant, le long des circuits projetés, les témoins des patrimoines dans leur contexte et leur histoire, un regard neuf sera dès lors jeté sur le territoire des trois communes.

Dans le domaine lié au patrimoine paysager et environnemental, citons les vallées du Crupet, du Samson, de Lillot mais aussi les trois bois didactiques communaux, qui font l'objet de nouveaux investissements en terme de vulgarisation, deux vergers conservatoires plantés dans le cadre de Leader+, des circuits de promenade balisés, ...

Citons enfin les patrimoines culturels et de terroir, avec des circuits de land art, les producteurs locaux, les artisans mais aussi les nombreux artistes locaux, actifs notamment dans le domaine de la peinture.

- Deuxièmement, la **mise en réseau des acteurs économiques locaux** directement ou indirectement concernés par le développement touristique du territoire.

Il s'agit ici d'établir une liaison dynamique entre les activités de promotion touristiques et les professionnels du secteur, dont les hébergements et attractions touristiques, le secteur de l'Horeca, les producteurs locaux, mais aussi les offices du tourisme et les guides locaux afin de proposer des produits touristiques nouveaux invitant les visiteurs à rester dans la zone qu'ils ont choisi de visiter et/ou pour se loger.

De cette manière, l'information circulera plus efficacement entre les différents partenaires au sein du projet et ce, à travers le territoire pertinent des trois communes.

- Troisièmement, l'**animation touristique** mais aussi la sensibilisation des habitants eux-mêmes, dont les nouveaux habitants, en vue d'une cohabitation harmonieuse entre les fonctions résidentielles et de développement touristique du territoire.

4.2 Moyens à mettre en œuvre et coûts du projet, en précisant notamment les sous-traitances et la charge de travail du personnel engagé

Le projet touristique sera mis en œuvre grâce aux trois moyens suivants :

1. Réalisation d'une étude prospective sur les potentialités touristiques du territoire et sur son image de marque

Le recours à une société de consultance spécialisée dans le développement touristique territorial est prévu afin de formuler des recommandations opérationnelles dans les domaines suivants :

Du point de vue de l'offre touristique :

- Analyse de l'image de marque et de l'identité touristique du nouveau territoire formé par les trois communes en précisant notamment son positionnement stratégique par rapport à d'autres territoires (dont les Ardennes) et d'autres structures communales et/ou supra-communales chargées du développement touristique (Syndicat d'Initiative, Office du tourisme, Maison du tourisme, Fédération du tourisme, ...). Ceci concerne également l'appellation pertinente du territoire et la définition d'un logo porteur.
- Bilan de la situation patrimoniale existante et méritant un investissement et une promotion touristique

Lors de cette phase, seront déterminés les différents endroits et le type de support didactique (panneaux d'interprétation) à valoriser via le recensement des itinéraires permanents. Ce dernier doit prendre en considération l'importance de ces lieux en termes de patrimoines, de paysages et d'anecdotes (lieux-dits,...) afin de les intégrer au mieux dans une continuité de parcours d'interprétation.

Du point de vue de la demande touristique :

- Analyse prospective de la demande touristique en précisant quel profil de touriste est avant tout concerné (public familial ?, néerlandophone ?, ...), pour quel type de séjour (court/long, ... de ressourcement, loisir actifs, tourisme culturel, ... ?) et quelle demande d'animation lors du séjour (à l'intérieur et/ou à l'extérieur du territoire)
- Définition des outils et de la stratégie de communication adéquats à développer sur le territoire des trois communes en fonction du profil des touristes attendus (en ce compris l'usage des langues, les lieux et les moyens de promotion touristique, ...)

Cette étude sera menée en étroite collaboration avec les structures existantes (dont les offices du tourisme) et les personnes ressources locales au travers d'un comité d'accompagnement à mettre en place.

2. Mise en place de la stratégie de promotion touristique et des investissements

Sur base des résultats de l'étude prospective, la stratégie de communication touristique sera mise en place par une société de consultance spécialisée en communication/marketing.

Cela concerne potentiellement les actions suivantes :

- 1) la confection et la pose de quinze panneaux d'interprétation
- 2) la mise en place d'un réseau de promenades à thème téléchargeables suivant les dernières technologies disponibles : confection du site internet, de 6 à 10 circuits à thème avec habillage sonore et visuel, traduction en néerlandais et anglais, mise à disposition de 20 GPS/PDA que les touristes peuvent emprunter moyennant une caution, comme cela se pratique déjà en France, ... Plusieurs thématiques sont dès à présent évoquées comme le patrimoine archéologique et architecturale, la nature, la gastronomie et les produits locaux, l'art, le ressourcement et la contemplation sur la thématique du temps, ... La mise à jour du site au-delà de LEADER sera assurée par les offices et syndicat du tourisme du territoire sous la direction de celui d'Ohey.
- 3) la publication d'une brochure d'accueil « atemporelle » agrémentée d'un support DVD à mettre à disposition des acteurs locaux et des visiteurs
- 4) la confection et l'acquisition d'un stand interactif à placer lors de foires et/ou lors des principales manifestations ayant lieu sur le territoire des trois communes
- 5) Tout autre support de promotion touristique identifié lors de l'étude prospective

3. Mise en réseau des acteurs professionnels du secteur et animations touristiques

Pour garantir une appropriation correcte de ces outils par les professionnels du secteur, le consultant chargé de la phase 2 (Mise en place de la stratégie de promotion touristique et des investissements) veillera à associer tous les acteurs concernés par le projet aux différentes étapes de la confection et de la restitution des outils de promotion et d'investissements touristiques au travers d'un comité de suivi auquel le GAL sera également associé.

En outre, le consultant organisera au moins 3 réunions thématiques destinées à lancer les bases d'une plate-forme d'acteurs locaux spécialement dédiée au développement touristique.

Il est enfin prévu de faire via le consultant la promotion de ces actions en faveur du développement touristique au travers de différents moyens, dont conférence de presse, présentation à la population locale, spots radio et TV, participation à des salons spécialisés, promotion on-line du site, ...

Voici la répartition budgétaire entre les différents moyens à mettre en œuvre. Celle-ci a été réalisée sur base des actions menées sous Leader+ et après consultation de firmes spécialisées dans le domaine des études de marché et de marketing.

Moyens	Quantité	Budget (€)
Etude prospective	1	45.000
Panneaux d'interprétation	15	24.000
Site de téléchargement	1 site, minimum de 6 circuits et 20 GPS/PDA	80.000
Brochure d'accueil et DVD	Minimum de 6.000 ex	18.000
Stand interactif	1 stand, 1 borne et 1 écran	12.000
Promotion générale	1 campagne de promotion de l'action Leader	10.000
Total		189.000

4.3 Contribution concrète du projet aux objectifs généraux du PDS

Le projet contribue significativement à atteindre les objectifs définis par le Gal en termes de tourisme doux (Voir le chapitre 5 du PDS), à savoir :

- 1) Doter les trois Communes d'une identité propre
- 2) Accroître l'attrait et la visibilité du territoire
- 3) Renforcer le développement de cette facette de l'économie locale, notamment en
 - mettant en réseau les acteurs concernés, dont le secteur Horeca, de l'hébergement et des attractions touristiques
 - analysant et en renforçant les nouvelles opportunités liées à l'e-tourisme et aux circuits d'interprétation
 - renforçant les circuits permanents de promenade et la signalétique des lieux intéressants

Le public cible est d'une part les acteurs touristiques locaux et d'autre part la clientèle visée sur base de l'étude prospective à mener. Ce projet bénéficiera aussi à l'ensemble de la population du territoire.

Cette fiche joue un rôle central dans la construction du PDS du GAL en établissant des liens, en particulier via le site internet prévu, avec d'autres thématiques développées ailleurs, dont celles de l'environnement, des jardins conservatoires et des événements équestres, ...

Elle permet également de concevoir des projets ou de répondre à des sollicitations d'autres GALs actifs dans le domaine du tourisme doux, dont des GALs français valorisant déjà les ressources patrimoniales et archéologiques comme atout touristique.

Les atouts du projet sont les suivant :

- Innovant

Ce projet est innovant par la mise en réseau des différents acteurs (habitants, HORECA, hébergements, touristes) qui jusqu'alors étaient isolés et peu valorisés. L'objectif poursuivi est le renforcement de la dynamique intersectorielle avec, finalement, une image de cohésion bien réelle auprès du grand public.

L'étendue du territoire sur lequel la démarche sera mise en place constitue un atout supplémentaire. Le projet ne se limitant pas géographiquement à une seule commune, il donnera une réelle cohérence territoriale aux trois communes.

- Développement de l'économie locale

L'impact du projet sur l'économie locale est bien réel :

- Développement touristique via les structures de communication mises en place ;
- Augmentation de la fréquentation des structures HORECA et hébergements via la mise en réseau ;
- Professionnalisation des acteurs (guides, animateurs,...)

- Efficace, pérenne et transférable

L'intervention d'une structure de consultance permettra de légitimer la démarche envisagée. La formation et la sensibilisation des acteurs, développée sur la base des compétences internes au groupe de recherche et des conseils rendus par l'étude de consultance, viseront à les rendre autonomes. De plus, le lien dynamique engendré par la mise en réseau de ces derniers sera un gage de pérennité supplémentaire.

La méthodologie de mise en place du projet se fera dans la plus grande transparence (consultance, cahier des charges,...) afin de rendre la démarche transférable sur tout territoire, national ou européen, qui déciderait d'entrer dans une dynamique similaire.

4.4 Indicateurs de réalisation et de d'impact du projet

	Réalisation	Impact
1	1 étude menée sur le marketing touristique	1 site internet créé et 6 promenades téléchargeables
2	1 mise en réseau des acteurs locaux	3 « forfaits » touristiques nouveaux
3	24 panneaux d'interprétation et un stand interactif	Augmentation des nuitées de 12%

Ainsi, les résultats attendus sont de plusieurs ordres :

- La mise à disposition facile de l'information auprès des publics demandeurs via les panneaux, les brochures d'accueil, mais également via l'intégration de nouvelles technologies telles que le stand d'accueil interactif et les fichiers numériques, directement téléchargeables sur un site créé à cet effet ;
- L'augmentation de la fréquentation des parcours balisés par un plus large public (dont les touristes mais aussi les habitants du territoire eux-mêmes)
- La valorisation de la richesse patrimoniale des trois communes
- La valorisation économique de l'HORECA, des différents types d'hébergement, des producteurs locaux et des sites touristiques déjà en activité via leur intégration au sein d'un réseau.

5. Plan de financement

Nature des dépenses	Financement public				Autres financements		Total	% tages des rubriques
	FEADER		RW		Montant	%		
	Montant	%	Montant	%				
<i>Personnel</i>								
<i>Fonctionnement</i>								
<i>Promotion</i>	74250	45	74250	45	16500	10	165000	87.30
<i>Equipement</i>	10800	45	10800	45	2400	10	24000	12.70
<i>Balisage</i>								
<i>Total</i>	85050	45	85050	45	18900	10	189000	100

Échéancier des dépenses

Nature des dépenses	2009		2010		2011		Total	
	FEADER	RW	FEADER	RW	FEADER	RW	FEADER	RW
	<i>Personnel</i>							
<i>Fonctionnement</i>								
<i>Promotion</i>	20250	20250	44100	44100	9900	9900	74250	74250
<i>Equipement</i>			10800	10800			10800	10800
<i>Balisage</i>								
<i>Total</i>	20250	20250	54900	54900	9900	9900	85050	85050
% tages annuels	23.81		60.32		11.64		100	

6. Incidence du projet en matière d'environnement

Ce projet repose sur l'image attractive du territoire d'un point de vue environnemental et patrimonial. Sa mise en valeur contribue positivement au respect de ce secteur.

En outre, les déplacements sur place favorisent l'usage des promenades pédestres, VTT ou équestres, en excluant des circuits automobiles, en favorisant les liens avec les gares locales. Ceci contribue également à avoir une incidence positive sur l'environnement.

7. Incidence du projet en matière d'égalité des chances

Ce projet ne poursuit pas d'objectifs spécifiques en termes d'égalité des chances. Néanmoins, il convient de souligner que dans bon nombre de cas, l'activité à caractère touristique (location de gîte et de salle de séminaire, commercialisation de produits locaux, ...) est gérée par des femmes. Le soutien à ce secteur leur est par conséquent plutôt favorable.

8. Date de l'approbation de la présente fiche

- Par l'instance autorisée du bénéficiaire : 5/11/2008
- Par le GAL : 5/11/2008

9. Annexes

9.1 Lettre de demande de subside, signée par le représentant officiel autorisé de l'opérateur, accompagnée des PV des réunions des instances décisionnelles du bénéficiaire et du GAL, approuvant la présente fiche

9.2 Tableau des indicateurs de réalisations et de résultats du projet

9.3 Autres documents jugés utiles