

1. Identification du projet

Fiche Tourisme coopération interterritoriale

1.1 Intitulé du projet

Intitulé du projet : « Condroz-Famenne : destination familles ! »

Ce projet est un **projet de coopération** entre les deux GAL suivants :

- GAL Condroz-Famenne (communes de Ciney, Hamois, Havelange et Somme-Leuze)
- GAL Pays des Tiges et Chavées (communes d'Assesse, Gesves et Ohey)

1.2 Identification des intervenants

1.2.1 Chef de file et GAL impliqués :

- Structure Chef de file

Nom du GAL LEADER partenaire : GAL Condroz-Famenne
Forme juridique : ASBL
Nom du président (ou de la présidente) : Françoise Dawance
Organe de décision du GAL : CA
Nom de la personne de contact pour le présent formulaire : Anne-Sophie Focant – Coordinatrice
Organisation chargée du projet (opérateur de terrain) : ASBL Maison du Tourisme Condroz-Famenne
Adresse du contact : Rue d'Hubinne, 25 à 5360 Hamois
Téléphone : 0486/527.455
E-mail : gal.saveurs@gmail.com
Langues parlées/comprises : français

- GAL et/ou structures impliquées :

Nom du Partenaire 2 : GAL Pays des Tiges et Chavées
Forme juridique : ASBL
Nom du président (ou de la présidente) : Christophe Gilon
Organe de décision : CA

Nom de la personne de contact pour le présent formulaire : Xavier Sohet– Coordinateur
Organisation chargée du projet (opérateur de terrain) : ASBL Maison du Tourisme Condroz-Famenne
Adresse du contact : Rue de la Pichelotte, 9D 5340 Gesves
Téléphone : 083/670.341
Télécopieur : 083/670.340
E-mail : sohet.leader@skynet.be
Langues parlées/comprises : français

Opérateur de terrain : Maison du Tourisme Condroz-Famenne
Forme juridique : ASBL
Nom du président (ou de la présidente) : Alain Collin
Organe de décision du GAL : CA
Nom de la personne de contact pour le présent formulaire : Julie Riesen-Directrice
Adresse du contact : Rue de l'Eglise, 4 5377 HEURE
Téléphone : 086/40.19.22
Télécopieur : 086/40.19.23
E-mail : info@valleesdessaveurs.be
Langues parlées/comprises : français

1.3 Bénéficiaire de la subvention

Le bénéficiaire de la subvention est l'ASBL Maison du Tourisme « CONDROZ-FAMENNE ».

Alain Collin, Président
4 rue de l'Eglise à 5377 Heure-en Famenne
N° de compte : BE13 068-2408425-39 Banque Dexia Marche-en-Famenne

1.4 Administration compétente

L'administration compétente est le Commissariat Général au Tourisme.

Commissariat Général au Tourisme
74, Avenue Bovesse
5100 Jambes

1.5 Les partenaires

Les partenaires sont nombreux, aussi bien publics que privés, et sont constitués de l'ensemble des opérateurs touristiques du territoire :

- Les Offices du Tourisme et Syndicat d'Initiatives
- Les propriétaires d'hébergements (gîtes, chambres d'hôtes, hôtels, campings, etc.)
- Les restaurateurs

- Les gestionnaires d'attractions et de musées
- Les guides touristiques
- Les producteurs du terroir
- Les organisateurs d'événements
- Les associations locales
- Etc.

1.6 Objectifs de la stratégie auxquels ce projet contribue

Le GAL Condroz-Famenne a identifié dans son PDS le tourisme comme l'une de ses ressources principales et l'un des secteurs porteurs pour le développement économique. Le développement du secteur touristique s'inscrit donc dans la stratégie globale du GAL qui vise le développement d'un territoire attractif, accueillant, riche de son patrimoine, qui entreprend, se diversifie et valorise ses atouts en s'engageant pour le bien-être de toutes les générations et en relevant les défis de l'avenir.

En vue d'atteindre la Stratégie globale du GAL, ce projet contribuera à :

- Développer un tourisme familial, vert et diffus valorisant les ressources locales
- Protéger et valoriser le patrimoine naturel, paysager, bâti et historique
- Mettre en place des conditions favorables au maintien et au développement d'activités économiques ainsi qu'à la création d'emplois locaux

Le GAL Pays des Tiges et Chavées a également identifié dans son PDS le développement touristique comme un des grands enjeux prioritaires. Le GAL souhaite en effet faire de son territoire un territoire attractif et performant, développant une économie diversifiée et pourvoyeuse d'emplois locaux, et devenir dans 10 ans une référence en termes de « slow tourism », basé sur les partages avec les habitants, l'authenticité, la qualité du milieu et les spécificités du locales.

2. Description du contexte

2 GAL, 1 destination touristique

Le périmètre concerné par le projet est composé de 7 communes situées à cheval entre le Condroz Namurois et la Famenne. Situé dans le triangle Huy, Namur et Marche, ce territoire présente plusieurs particularités communes, tant sociologiques, économiques et paysagères, notamment l'alternance de crêtes et de vallées (tiges et chavées) et l'abondance de producteurs locaux.

Les atouts touristiques principaux sont également communs aux 2 GAL, à savoir :

- le terroir (vallées des saveurs, nombreux producteurs)
- le patrimoine naturel (région du Condroz, balades)
- le patrimoine bâti (villages labellisés « plus Beau Village de Wallonie », châteaux, fermes carrées, églises, chapelles et potales)
- le patrimoine paysager (tiges et chavées, cours d'eau)
- les partenaires culturels (nombreux lieux d'expositions permanentes et temporaires, musées)

Types d'opérateurs	MT Condroz-Famenne- 6 communes	Commune d'Assesse
Campings	2	
Chambres d'hôtes	9	2
Gîtes à la ferme	17	
Gîtes ruraux	71	10
Hôtels	4	2
Meublés de Vacances	30	2
Tourisme Social	1	1
Restaurants, brasseries et petite restauration	86	13
Attractions	4	
Musées	7	
Produits du terroir	103	6
Galerie d'Art		1
TOTAL DES OPERATEURS	334	37
	TOTAL SUR LES 7 COMMUNES	371

Nos atouts majeurs sont donc le domaine de Chevetogne*, Le Chemin de Fer du Bocq (qui a un public en constante augmentation avec pour 2014 près de 15 000 visiteurs), les grottes de Goyet (qui ont été reprises en 2014 par le Préhistosite de Ramioul et qui ont accueilli près de 6 000 visiteurs en quelques mois d'ouverture), la Spirale (Centre Régional des Métiers d'Art) avec près de 5 000 visiteurs et quelques musées privés dont le Musée Monopoli (plus de 2 500 visiteurs en 2014), et aussi les Musées de l'Héritage à Goesnes (qui s'inscrit dans l'année à thème 2015 Tourisme de mémoire). Les activités de Loisirs telles que le golffermier ainsi que les balades jeux « Mes Aventures d'Enchanteur » rencontrent également un beau succès.

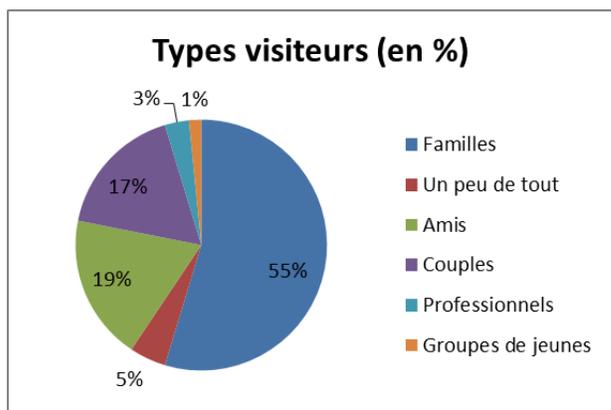
Nom de l'attraction/activité	Visiteurs en 2014
Domaine de Chevetogne*	Pas de statistiques de fréquentation
Le Chemin de Fer du Bocq	14 638 (en hausse)
Les Grottes de Goyet	6 000 (en hausse)
La Spirale	4 878 (en baisse)
Le musée Monopoli	2 500 (en hausse)
Le Golffermier	1 600 (=)
Mes Aventures d'Enchanteur	750 familles (nouveau)

Nous regrettons ne pas disposer des chiffres de fréquentation du **Domaine Provincial de Chevetogne qui est une des attractions les plus visitées en Wallonie. Malheureusement, il semblerait que le Domaine ne dispose du matériel nécessaire qui lui permettrait de distinguer les visiteurs possédant l'abonnement au site et les visiteurs ponctuels. Aussi, il leur est impossible de compter le nombre personnes se trouvant dans une voiture lorsqu'elle rentre sur le site.*

Les autres atouts : un réseau de plus de 1 200 km de chemins balisés, un Ravel reliant Ciney à Huy, une grande variété de paysages, un patrimoine exceptionnel et des villages ayant gardé leur charme

d'antan.

La région dispose d'une grande offre d'hébergement rural de qualité (151 établissements pour une capacité total de 1300 lits disponibles) et de la société Ourthe et Somme implantée à Somme-Leuze qui est un des spécialistes de la location de maisons de vacances en Wallonie. Il a été constaté une évolution de l'offre en hébergement entre 2007 et 2013 (avant l'arrivée des 2 nouvelles communes*) de 34% ! En 2012, plus de 97.000 nuitées ont été enregistrées en Condroz-Famenne.



Par ailleurs, les publics cibles de notre territoire ont déjà été identifiés suite à une enquête de terrain réalisée par le Maison du Tourisme auprès des opérateurs touristiques en septembre 2014 démontrant un intérêt très marqué du public familial pour notre région. (cf. graphique)

En effet, depuis quelques années, la Maison du Tourisme Condroz-Famenne a travaillé notamment sur l'accueil spécifique des familles (via la création en 2013 du produit « Mes Aventures d'Enchanteur » - 4 balades-jeux) et souhaite

continuer sur cette lancée pour faire en sorte que la région soit reconnue comme une destination « Familles ».

Cette donnée est confortée par les statistiques démographiques (données au 01.01.2013) qui indiquent que 5 des 7 communes composant les 2 GAL comptent plus de 31% de jeunes de moins de 25 ans, soit plus que la moyenne provinciale. Ces chiffres témoignent de l'importance d'un public familial et jeune pour la région (tourisme local).

L'opérateur de terrain : la Maison du Tourisme Condroz-Famenne

La Maison du Tourisme Condroz-Famenne sera l'opérateur de terrain du projet, mandaté par les 2 GAL pour le mettre en œuvre. Les GAL ont choisi cette structure pour son expertise dans le secteur du Tourisme. Cette ASBL reconnue par le Commissariat Général au Tourisme existe depuis 2004 et a déjà été opérateur de terrain de deux projets LEADER dans la programmation LEADER 2007-2013 et sur un projet LEADER+ dans la programmation 2000-2006.

Sa zone d'action s'étend actuellement sur 6 communes soit Ciney, Gesves, Hamois, Havelange, Ohey et Somme-Leuze. Depuis 2004, la Maison du Tourisme Condroz-Famenne couvre le territoire des communes de Ciney, Hamois, Havelange et Somme-Leuze. En janvier 2014, les communes de Gesves et Ohey les ont rejointes*.

Afin de pouvoir travailler sur le territoire des 2 GAL, un accord de principe a été donné par le Collège communal d'Assesse ainsi que par le CA de la Maison du Tourisme du Pays de Namur (dont Assesse est membre). Une convention entre la Commune d'Assesse, la MT Condroz-Famenne et les GAL concernés suivra dès l'acceptation de la Fiche coopération Tourisme.

Enfin, la Maison du Tourisme Condroz-Famenne, ce sont 3 employés qui s'attellent à faire connaître ces belles vallées au-delà des frontières en les dynamisant par la mise en place d'événements touristiques, en créant de nouveaux produits et en soutenant les initiatives des acteurs du territoire. Ce sont également 4 ouvriers Wallo'net qui sillonnent les chemins de promenades et le Ravel pour les entretenir au mieux et ainsi offrir un réseau de qualité aux nombreux promeneurs de la région. Enfin, la Maison du Tourisme c'est aussi un bureau d'informations touristiques situé à Heure qui accueille les visiteurs et touristes de passage ou en séjour, 7 jours sur 7.

Etapes préparatoires

Cette fiche est issue d'une réflexion avec l'ensemble des opérateurs concernés.

Les phases de travail :

1. Appel à idées / projets des 2 GAL
2. Groupes de travail thématiques « Tourisme » de chacun des 2 GAL :

	Dates de réunion	Nombre de participants
Gal Pays des Tiges et Chavées	29/04/2014 27/05/2014	15 personnes 11 personnes
Gal Condroz-Famenne	24/10/2014	19 personnes

Comptes-rendus en annexe

3. Groupe de travail tourisme mixte soit les 2 GAL et la MT

Date de réunion	Nombre de participants
09/12/2014	18 personnes

Comptes-rendus en annexe

3. Les objectifs

Certains objectifs sont communs aux partenaires, d'autres spécifiques à chacun des GAL.

3.1 Objectifs communs aux partenaires

Objectifs généraux :

- Soutenir la professionnalisation et le développement du secteur du Tourisme dans le but de créer une destination touristique à part entière pour les 7 communes concernées, reconnue comme une destination « familles », s'inscrivant dans une dynamique de tourisme doux et vert au cœur de la Wallonie.
- Structurer le secteur touristique par public cible en impliquant les acteurs et opérateurs

touristiques locaux au sein d'un réseau et les fédérer autour de cette identité territoriale.

Objectifs opérationnels :

- Soutenir les opérateurs dans une démarche de professionnalisation et de promotion
- Structurer l'offre en travaillant par public cible
- Accroître la visibilité de la région
- Mettre en réseau les acteurs
- Etablir de nouvelles stratégies
- Proposer de nouvelles activités « destination familles »
- Proposer de nouvelles activités accessibles aux Personnes à Mobilité Réduite (PMR)

3.2 Objectifs spécifiques de chaque GAL

Le GAL Condroz-Famenne a pour objectif de développer un tourisme familial, vert et diffus en valorisant les ressources locales.

De manière opérationnelle, cet objectif se traduit de la manière suivante :

- Développer l'attractivité et l'accueil pour renforcer l'image du territoire en tant que destination touristique et la faire largement reconnaître
- Soutenir la valorisation, la professionnalisation et l'encadrement d'un secteur porteur pour le développement économique local
- Valoriser le patrimoine naturel, paysager, bâti et historique
- Poursuivre efficacement les initiatives menées lors de la précédente programmation LEADER

Le GAL Pays des Tiges et Chavées a, quant à lui, pour objectif de devenir une référence en terme de tourisme doux, basé sur les partages avec les habitants, l'authenticité, la qualité du milieu, les spécificités locales, en poursuivant le développement d'une économie diversifiée et pourvoyeuse d'emplois locaux.

De manière opérationnelle, cet objectif se traduit de la manière suivante :

- Soutenir la structuration et le développement d'un secteur porteur pour le développement économique
- Accompagner et soutenir les acteurs locaux dans le développement de leurs activités touristiques
- Faire connaître et faire valoir nos atouts auprès des touristes d'un jour ou de séjour
- Poursuivre le travail entamé sous la programmation LEADER 2007-2013 et renforcer les actions initiées en termes de promotion et d'aménagements (ex : modules didactiques, chemins équestres, etc.)

3.3 Plus-value de la coopération

Comme indiqué ci-avant, les 7 communes constituant les 2 GAL composent un territoire entouré par de grands bassins touristiques dont la réputation n'est plus à faire (Pays de Namur, Val de Lesse, Pays d'Ourthe et Aisne, Dinant et la Haute-Meuse). S'associer pour développer une identité touristique commune et se donner les moyens d'en faire la promotion en mutualisant les moyens tant humains

que financiers semblait donc évident, tant les atouts sont similaires.

De plus, un opérateur touristique (la Maison du Tourisme Condroz-Famenne) étant actif sur 6 des 7 communes concernées, il semblait tout à fait intéressant de travailler conjointement avec ce même opérateur sur le développement touristique. A ce sujet, la commune d'Assesse étant membre de la MT Pays de Namur a marqué son accord sur le fait que la MT Condroz-Famenne développe des actions sur son territoire dans le cadre de ce projet.

4. Publics cibles et impact sur le territoire

4. 1 Publics cibles

Trois publics cibles sont principalement visés dans ce projet :

- **Touristes => 3 grands types : familles, randonneurs et PMR**
- **Opérateurs**
- **Citoyens (tourisme participatif)**

4.2 Impact sur le territoire

- Une meilleure visibilité pour la destination « Vallées des Saveurs » et chacun des produits développés pour un public spécifique
- Un renforcement des produits existants par une meilleure structuration de l'offre touristique
- Des produits adaptés en fonction des 3 publics cibles identifiés comme prioritaires
- Une meilleure interaction entre les opérateurs touristiques au travers d'échanges de bonnes pratiques (journée partenaires)
- Un accès aisé entre les opérateurs et les citoyens via le « cloud rural » (voir détails p.15)
- Une augmentation des nuitées dans les hébergements par la création de packages thématiques (itinéraires de longue distance)
- Un renforcement de l'emploi dans les attractions touristiques et le secteur Horeca
- Une valorisation et une préservation du patrimoine naturel et bâti

5. Les actions soutenues en relation avec les objectifs

5. 1 Axes de travail

Au vu de tous les éléments décrits ci-dessus, nous avons identifié 4 axes de travail prioritaires :

- **Axe 1 : Stratégies et produits touristiques**

- Axe 2 : Mise en réseau - développement du tourisme participatif
- Axe 3 : Chemins et sentiers (avec un volet équipement)
- Axe 4 : Supports de promotion touristique

Des objectifs spécifiques découlent de ces 4 axes :

- **Axe 1 : Stratégies et produits touristiques**
 - Développer une stratégie pour donner une identité forte au territoire en structurant l'offre existante et très diversifiée
 - Créer un produit cohérent et une destination à part entière en reprenant les offres de chaque GAL, en les complétant et en les reliant
 - Répondre aux attentes de nos publics cibles :
 - Développer la destination « Famille »
 - Développer la destination « Randonnée »
 - Faciliter l'accueil des PMR
- **Axe 2 : Mise en réseau et développement du tourisme participatif**
 - Renforcer les contacts et encourager les collaborations entre opérateurs touristiques
 - Développer le tourisme participatif
 - Renforcer le produit touristique familial
 - Développer et professionnaliser le réseau
- **Axe 3 : Chemins et sentiers (avec un volet équipement)**
 - Augmenter la qualité d'accueil en améliorant les infrastructures sur les promenades (y compris pour les PMR)
 - Valoriser et encourager le mode de déplacement vélo
 - Améliorer le maillage et la sécurité des chemins
- **Axe 4 : Supports de promotion touristique**
 - Faire connaître les nouveaux produits et renforcer la visibilité du territoire

5. 2 Actions prévues

Les actions prévues dans le cadre de ce projet sont déclinées ci- après par axe de travail et par public cible

⇒ AXE 1 : Stratégies et produits touristiques

Avec l'arrivée des nouvelles communes, le territoire de la Maison du Tourisme Condroz-Famenne (MT) s'est vu remanié, ce qui renforce encore sa cohérence et ses atouts touristiques. Egalement appelée « Vallée des Saveurs » pour sa grande variété de produits, cette MT devra structurer et fédérer ses acteurs touristiques autour d'une identité touristique commune.

Il est important de trouver une nouvelle stratégie en continuant à mettre l'accent sur l'identité « Condroz-Famenne ». Un logo et une nouvelle charte graphique ont vu le jour suite à la modification du territoire. Il est en effet primordial de donner une identité forte à la région qui est entourée par de grands bassins touristiques très connus tels que le Val de Lesse, le Pays d'Ourthe et Aisne, Dinant et la Haute-Meuse, le Pays de Namur. De nombreuses collaborations existent déjà avec ces bassins voisins,

mais il est important que chaque région ait sa propre identité. La réflexion autour de cette nouvelle stratégie tiendra compte également de la marque « Ardenne » dont la région fait partie intégrante. Le lien avec la MT du Pays de Namur sera d'autant plus fort que la Commune d'Assesse jouera un rôle de liaison.

Dans notre stratégie, nous souhaitons partir de l'existant pour imaginer et développer de nouveaux produits touristiques. Un des objectifs du projet sera donc de reprendre les offres existantes ainsi redéfini, d'identifier les bonnes pratiques, de les faire connaître aux acteurs touristiques et, le cas échéant, les compléter dans le but de créer un produit cohérent et une destination à part entière.

Voici un aperçu des produits touristiques existant déjà, initiés pour certains dans le cadre de la précédente programmation LEADER, et qui serviraient de base à la création de nouveaux produits structurants capables de concourir à la stratégie commune telle que définie dans le projet.

Condroz-Famenne (4 communes)		Tiges et Chavées (3 communes)
Balades-jeux avec le personnage Olibrius	↔	Modules didactiques
Bienvenue Vélo	↔	Bienvenue Vélo et réseau équestre
Ravel	↔	Projet ViciGal
Musées, attractions, Chevetogne,...	↔	Musées, bois didactiques, Grottes de Goyet
Panneaux de départ de promenades et panneaux bancs didactiques sur le Ravel	↔	Panneaux de départ de promenades balisées, panneaux d'interprétation et tables d'orientation
Réseau Promenades en Condroz(Sity Tour)	↔	Balades tiges et Chavées (Sity Tour)
Capsules vidéos (carte interactive)	↔	Capsules vidéos (carte interactive)

Comme déjà indiqué à plusieurs reprises, **nous avons décidé de segmenter nos actions et mettre l'accent sur les 3 publics suivants au sein du public cible « Touristes » :**

- Familles (tout type de famille confondu : monoparentale, recomposée,...)
- Randonneurs (tout âge confondu en mettant l'accent sur les familles et les randonneurs de longue distance)
- Personne avec un handicap (PMR, déficients auditifs, visuels,...)

Plusieurs produits touristiques seront donc créés ou adaptés en fonction de ces 3 publics cibles. L'offre de produits ainsi structurée sera présentée dans le cadre des outils de promotion classiques de la MT Condroz-Famenne (Guide Touristique, site internet, réseaux sociaux, etc.) et/ou promue via des publications spécifiques. De plus, elle sera relayée par l'Office du Tourisme d' Assesse via son propre réseau et la MT du Pays de Namur.

a) Public cible « familles »

Depuis quelques années, la Maison du Tourisme Condroz-Famenne travaille notamment sur l'accueil spécifique des familles (via la création en 2013 du produit « Mes Aventures d'Enchanteur » - 6 balades-jeux) et souhaite faire en sorte que la région soit reconnue comme une destination

« Familles ». Un travail de sensibilisation des opérateurs touristiques se fera via la mise en réseau développée dans l'axe 2 (voir ci-dessous).

Dès lors, il est proposé de développer la destination « Familles » en se basant sur l'offre touristique existante très diversifiée mais qui demande une meilleure structuration.

Au préalable, une étude marketing du territoire sera réalisée par une société externe afin de créer cette identité forte et transmettre des pistes d'actions intéressantes et novatrices. Ci-dessous quelques actions concrètes envisagées qui seront confirmées par l'étude ou réorientées.

Quelques actions concrètes :

- Promotion des différents produits touristiques par le biais d'Olibrius (personnage principal du produit « Mes Aventures d'Enchanteur ») qui pourrait devenir le « personnage-mascotte » de la destination et proposer les différentes activités aux familles. L'objectif n'est pas nécessairement de développer de nouvelles balades-jeux mais plutôt de créer une offre famille complète qui reprendrait l'ensemble des activités existantes, à savoir les balades - jeux à Hamois, Ciney, Havelange et Somme-Leuze et les modules didactiques installés plus largement sur les communes d'Assesse, Gesves et Ohey. Ces 5 modules didactiques de découverte de la nature développés par le GAL Pays des Tiges et Chavées dans le cadre de la programmation 2007-2013, pourraient être amendés d'énigmes proposées par le personnage Olibrius afin d'inciter les usagers à chercher les réponses indiquées sur les modules. Afin de toucher le public PMR, on prévoirait entre autre des supports audio pour les malvoyants.
- Promotion de cette offre « familles », dans les publications existantes (ex : le guide Vallées des Saveurs), sur le site internet www.valleesdessaveurs.be et sur un blog spécifique dédié au public familial.
- Dès finalisation de la structuration de l'offre, édition d'une nouvelle publication « plus ludique » et dédicacée exclusivement aux familles, reprenant toute l'offre les concernant.

b) Les randonneurs

Selon une enquête réalisée auprès des propriétaires d'hébergements, plus de 30% de leur clientèle vient dans la région pour se promener. C'est donc une activité prioritaire.

L'offre « randonnée » dans les 7 communes est grande et de qualité mais demanderait une meilleure structuration. En effet, plusieurs atouts et produits touristiques sont présents: plus de 1200 km de promenades balisées physiquement et/ou numériquement, un réseau de promenades en Condroz, un Ravel (ligne 126), différentes cartes de promenades, etc. Un projet de Ravel est également à l'étude sur le territoire du GAL Pays des Tiges et Chavées, et des itinéraires de liaison prévus vers la ligne 126.

Quelques actions concrètes :

- Création de 2 circuits de longue distance trans-communaux (la Trans-condruzienne et la Guerre de la Vache) avec comme objectif d'en faire un produit structuré et permanent. L'objectif serait de pouvoir structurer ces nouveaux produits et assurer leur succès en développant une collaboration

avec les acteurs touristiques présents sur le parcours ou à proximité. Les responsables d'hébergements touristiques reconnus pourraient ainsi assurer le transport des bagages et d'autres acteurs ouvrir leurs portes pour des visites (musées, chapelles, agriculteurs, forestiers, apiculteurs, producteurs locaux, etc.) et développer en parallèle un événement d'envergure pour en faire la promotion ainsi que des outils de promotion adaptés.

- Création de circuits touristiques et thématiques :
 - Circuits de visites des fermes historiques en activité, mettant l'accent sur le Patrimoine et l'agriculture (ou l'agriculture et le Patrimoine). Possibilité de faire des visites guidées pour groupes avec guides agricoles « *agri-guides* » (en lien avec la fiche Agri-Culture du Gal du Pays des Tiges et Chavées qui prévoit des formations de guides agricoles)
 - Circuits Patrimoine (transmission de la mémoire et sensibilisation des habitants de leur Patrimoine). L'objectif est toujours de reprendre ce qui existe dans les communes et de refaire un inventaire complet en vue de créer des fiches de balades thématiques.
- Numérisation de l'ensemble de ces circuits via l'application Sitytour (déjà en application depuis la programmation 2007-2013 sur les 2 GAL) et développement d'une plate-forme de téléchargement sur le site www.valleesdessaveurs.be (via la plateforme Geolives) en y ajoutant les différents points d'intérêts et des photos, vidéos et témoignages d'acteurs locaux.
- Promotion du réseau de guides paysagers, guides agricoles et guides forestiers développé prochainement par le GAL Pays des tiges et chavées dans le cadre de futurs projets.
- Promotion de cette offre « randonnées », dans les publications existantes (ex : le guide Vallées des Saveurs)
- Promotion de circuits accessibles aux familles avec jeunes enfants (et poussettes, donc aussi PMR)
- Dès finalisation de la structuration de l'offre, édition d'une publication reprenant toutes les balades existantes (en prévoyant quelques liaisons si nécessaire) par type de mobilité (pédestres, VTT, équestre)
- Repérer dans le maillage existant des chemins, les manques de sécurité, de continuité, de praticabilité. Rechercher et proposer des solutions et le cas échéant rechercher un financement.

c) Les personnes avec tout type d'handicap

Ce public représente environ 1/3 de la population belge. Il ne s'agit pas uniquement, tel qu'on a tendance à se le représenter, aux PMR (Personne à Mobilité Réduite) mais également:

- les personnes marchant difficilement (aidées de cannes, béquilles, prothèses ou déambulateur, enfants en poussette)
- les personnes déficientes visuelles (malvoyantes ou aveugles)
- les personnes déficientes auditives (malentendantes ou sourdes)
- les personnes avec difficulté de compréhension (déficience cognitive, langue, lecture)

Pour le secteur touristique, ce type de public représente, en nombre, une clientèle non négligeable et sa prise en compte peut devenir une réelle plus-value.

Malheureusement, ce public est trop peu présent sur notre territoire, car l'offre n'est pas suffisamment adaptée. Notre volonté est donc de développer différentes actions afin de faciliter la venue des PMR dans les 7 communes. En effet, nombreuses sont les institutions de jour ou de vie

pour personnes handicapées qui sont à la recherche d'activités et excursions à réaliser avec leurs élèves ou résidents.

Cette approche et cette structuration d'une offre adaptée sur une zone bien définie est assez innovante en Wallonie. On peut noter que certains propriétaires d'hébergements ont déjà fait des efforts pour l'accueil de PMR mais cette offre devra être étoffée.

Quelques actions concrètes :

- Sensibiliser les opérateurs touristiques et faciliter l'accès aux informations relatives aux PMR à la portée de tous, en partenariat avec les associations actives dans le domaine (regroupées au sein du « Collectif Accessibilité Wallonie Bruxelles », etc ...)
- Faciliter l'accès à certaines activités touristiques pour les PMR
- Augmenter le nombre d'endroits accessibles aux PMR en accompagnant les acteurs désireux de s'inscrire dans la démarche (label PMR ?)
- Développer des circuits de balades thématiques accessibles aux PMR (ex : dans le Bois didactique de Courrière)
- Rendre accessible les « joëlettes* » (via des opérateurs tels que par exemple handi-rando) et former et/ou renseigner des personnes aptes à accompagner les PMR en promenade.
- Promouvoir des activités PMR dans les outils promotionnels existants (ex : le guide Vallées des Saveurs, le site internet de la Maison du Tourisme, les sites des GAL, le site de la commune d'Assesse,...)
- Prévoir des supports audio pour malvoyants et d'autres supports spécifiques aux divers types de réduction de mobilité

** La Joëlette est un fauteuil tout terrain mono-roue qui permet la pratique de la randonnée à toute personne à mobilité réduite, enfant ou adulte, même très lourdement dépendant (myopathes, scléroses en plaques, tétraplégiques...), avec l'aide de deux accompagnateurs.*

⇒ **AXE 2 : Mise en réseau- développement du tourisme participatif**

a) Echange de bonnes pratiques

Afin de répondre à la demande du secteur touristique en monde rural qui doit faire face à une clientèle de plus en plus exigeante, la Maison du Tourisme souhaite poursuivre et surtout renforcer les collaborations entre les opérateurs par l'organisation de nouvelles journées de sensibilisation dédiées uniquement aux opérateurs touristiques présents sur les 7 communes.

La Maison du Tourisme souhaite organiser **trois séances de sensibilisation et d'échange d'expériences par an**. Ces séances d'information seront l'occasion pour les opérateurs touristiques de se rencontrer, de faire un tour d'horizon des sites et produits touristiques proches, d'échanger leurs expériences personnelles, etc. Elles auront donc pour objectif :

- de permettre aux partenaires de mieux connaître leur région afin de garantir une information de qualité aux visiteurs ;
- de faciliter la prise de contact entre les opérateurs touristiques (hébergements touristiques, horeca, attractions,...) ;

- et d'encourager tous les opérateurs locaux à travailler ensemble pour la création de forfaits touristiques.

Le public cible concerné par ces journées de sensibilisation est diversifié : les propriétaires d'hébergements, les restaurateurs, les traiteurs, les attractions, les musées, les Point d'Informations touristiques, les producteurs de produits du terroir, les guides touristiques professionnels, ...

Exemples de journées : découverte du domaine provincial de Chevetogne, balades guidées thématiques, visites de nouvelles attractions, découverte de nouvelles activités de pleine nature, rencontre d'artisans d'art et de bouche, atelier cuisine de produits de la région, découverte du réseau des circuits de promenades balisées et du Ravel, visite des lieux de séminaire au vert et thématiques, des hébergements à thème,

Une meilleure connaissance de l'offre touristique alliée à l'accroissement des actions de collaboration entre opérateurs garantissent une augmentation de la qualité des services proposés, mais également une meilleure intégration du secteur touristique dans les zones rurales et, par conséquent, un développement endogène respectueux des spécificités locales.

Pour assurer un service de qualité et rester concurrentiels malgré l'augmentation de l'offre touristique, les opérateurs touristiques doivent sans cesse se renouveler et pour ce faire, être au courant des dernières évolutions du secteur. Grâce à l'organisation de ces différentes rencontres, la Maison du Tourisme Condroz-Famenne leur permettra de se tenir au courant des tendances du marché et d'adapter leur offre en fonction des attentes de la clientèle et envisager des partenariats pour la création de forfaits et excursions jour. (cfr note recommandation DPR)

b) Tourisme participatif

En vue de développer le tourisme participatif, les opérateurs touristiques seront sensibilisés à la création de **journées « portes ouvertes » de leur établissement dédiées aux habitants des 7 communes** qui peuvent devenir eux aussi des ambassadeurs et ainsi renseigner au mieux les touristes qu'ils pourraient rencontrer. Ces journées seraient organisées 1x/an durant le 1^{er} trimestre de l'année (l'avant saison touristique).

Toujours dans cette optique de mise en réseau des opérateurs et dans le but de renforcer le produit touristique familial « Mes Aventures d'Enchanteur », **un réseau d'ambassadeurs « Destination familles »** serait développé sur la zone. L'ensemble des opérateurs serait sensibilisé à offrir un service adapté aux familles. Ce réseau se baserait sur le label « Famille + » développé en France et qui rencontre un grand succès. <http://www.familleplus.fr/fr>. Ce projet est innovant car il n'a pas encore été développé en Wallonie ! « Destination familles » deviendrait un label local, du type « Bienvenue vélo » créé et développé par la Maison du Tourisme Condroz-Famenne depuis 2013.

Exemples d'engagements :

- Un accueil personnalisé pour les familles.
- Des animations adaptées pour tous les âges.
- Du plus petit au plus grand : à chacun son tarif.

- Des activités pour petits et grands à vivre ensemble ou séparément.

Enfin, afin de développer et de professionnaliser ce tourisme participatif et ce réseau d'ambassadeurs, un « Cloud rural » serait développé soit une **plate-forme de communication avec les opérateurs touristiques et les habitants** et ce sur différentes thématiques :

- **Les événements** : l'objectif n'est pas de créer de nouveaux événements mais plutôt de les mettre en valeur par le biais d'un calendrier complet. De plus, cet agenda commun faciliterait la promotion de toutes ces activités par tous les opérateurs, en ce compris les SI, OT et MT. Pour ce faire, il est important d'avoir une plate-forme qui permette aux organisateurs de visualiser les événements existants, de compléter directement et de voir quelles dates sont disponibles sur les 7 communes. Cela permettrait de créer un réseau d'organisateur d'événements qui se concertent pour offrir un calendrier d'événements plus cohérent.
- **Les promenades** : développer un outil cartographique interactif, une plate-forme de communication, permettant aux parrains et marraines de promenades mais également aux bénévoles des « groupes sentiers » de signaler, via internet, tous les problèmes qu'ils rencontrent au niveau des voies vertes. Une fois le souci signalé, le gestionnaire de la voie verte concernée serait directement informé et pourrait réagir plus rapidement.

c) Wallonie Destination qualité

Le label « Wallonie Destination Qualité » sera valorisé auprès des opérateurs touristiques sur le label « Wallonie Destination qualité » afin de les sensibiliser et les encourager à introduire un dossier. La promotion est réalisée par le CGT mais la Maison du Tourisme Condroz-Famenne s'engage à répertorier l'ensemble des labellisés et à les valoriser sur son site internet et dans ses publications.

⇒ AXE 3 : Chemins et sentiers (avec un volet équipement)

Aires de repos

Comme précisé ci-avant, l'offre de randonnée est variée sur les 7 communes : plus de 1200 km de chemins balisés physiquement et/ou numériquement.

Suite au constat d'un grand manque d'aires de repos et afin d'augmenter la qualité et l'attractivité des promenades ainsi que compléter l'offre existante (panneaux de départ, panneaux didactiques, tables d'orientations,...), **14 aires de repos (bancs et table de pique-nique)** seront installées à des lieux emblématiques le long des promenades (ex : points de vue ou sites remarquables), le long des itinéraires de balades et sur le Ravel ligne 126.

Toujours dans cette optique d'adapter les produits en fonction des publics cibles, et afin de rester cohérents avec d'autres fiches de nos GAL, ces aires seraient accessibles aux PMR et fabriquées avec des essences de bois locales.

Afin de poursuivre l'objectif de tourisme plus durable et éducatif, il est proposé de placer sur ces aires de repos un panneau d'information ludique voire un module didactique à destination des familles en

balade. Tous les panneaux mettraient en scène Olibrius et présenteraient une thématique commune (par exemple les enjeux de « la ruralité de demain »).

b) Vélo

Dans le réseau de promenades existant et malgré la présence du Ravel ligne 126, un moyen de déplacement reste à valoriser : le vélo.

L'objectif sera donc de créer un réseau cohérent en valorisant le Ravel qui est un produit adapté pour les 3 publics cibles tout en continuant à développer le concept Bienvenue Vélo qui a été initié sur le territoire lors de la programmation précédente. Un projet de Ravel est également à l'étude via une fiche du GAL Pays des Tiges et Chavées dans le cadre de la programmation 2014-2020 et des 3 PCDR. Des itinéraires de liaison sont ainsi prévus entre les 2 Ravel, entre Courrière et Hamois notamment, mais aussi vers la Meuse via Crupet, en rejoignant le RV6.

Un réseau vélo sous forme de points nœuds via la Fédération Touristique de la Province de Namur est à l'étude actuellement. De notre côté, nous avons travaillé sur des boucles thématiques et des liaisons inter-communales dans le cadre de l'année à thème « La Wallonie à vélo » en 2016. Cela s'est concrétisé par l'édition d'une pochette vélo . La promotion du vélo électrique fera partie des actions mises en œuvre (information et location via les acteurs locaux).

⇒ **AXE 4 : Supports de Promotion touristique**

La mise en place de nouveaux produits touristiques repris dans les axes ci-dessus ne servirait à rien sans une communication adaptée et de nouvelles actions. La Maison du Tourisme, en se basant sur le plan marketing de la FTPN et du WBT ainsi que sur les résultats de l'étude réalisée en début de programmation sur le territoire, mettra donc en place un plan de communication à destination des différents publics cibles. L'accent sera mis sur les éditions et le webmarketing.

Le tableau ci- après reprend les actions de communication imaginées par axe et par action :

Axes	Actions de communication	
1. Stratégie et produits touristiques	<ul style="list-style-type: none"> - Etude préalable marketing (sous-traitance) - Campagne de communication de la destination (éditions de 3 brochures bilingues Fr/Nl selon le public cible, campagne webmarketing, encarts publicitaires dans des magazines spécialisés, développement et adaptation du site internet www.valleesdesaveurs.be) - Outils promotionnels pour les 2 nouveaux circuits de randonnées (affiches et dépliants + application ou site internet mobile) - 2 événements de lancement des 2 circuits - Organisation de voyages de presse (3 au total) 	<ul style="list-style-type: none"> - 15 000 - 20 000 - 10 000 - 2 500 - 7 500 - 3 500 - 5 000 - 12 920 - 1 500 TOTAL AXE 1 = 77 920€
2. Mise en réseau et tourisme participatif <ul style="list-style-type: none"> - Journées de sensibilisation (3x/an) - Journées portes ouvertes des opérateurs touristiques (1x/an durant 2 ans) - Réseau d'ambassadeurs Familles - Cloud rural 	<ul style="list-style-type: none"> - Invitations réalisées en interne et envoyées par mail - Conception et impression de flyers + encarts publicitaires - Conception et impression d'un autocollant ou écusson « Vallées des Saveurs Destination familles » + dépliants de présentation + webmarketing - Réalisation de la plate-forme web + flyer de présentation+ encart publicitaire pour faire connaître la plate-forme 	<ul style="list-style-type: none"> - 0 - 2 500 - 7 500 - 7 500 TOTAL AXE 2 : 17 500€
3. Chemins et sentiers (vélo)	<ul style="list-style-type: none"> - Sensibilisation auprès des opérateurs - Partenariats avec la FTPN dans le cadre du nouveau réseau points-nœuds en Province de Namur 	
	TOTAL DES 3 AXES	95 420€

6. Montage financier et plan de financement

Personnel :

1 chargé de mission à temps plein (4 ans). **192 000 €**

Fonctionnement (14% des frais de personnel):

Frais de fonctionnement liés au chargé de mission **26 880 €**

Axe 1 : Stratégies et produits touristiques

Frais de promotion (éditions, webmarketing, participation à des foires et salons, événements de lancement des 2 circuits, encarts publicitaires,...) **77 920 €**

Axe 2 : Mise en réseau et tourisme participatif

Frais d'organisation des journées de sensibilisation (3 par an) **23 260€**

Frais de promotion (éditions de dépliants et affiches, webmarketing, encarts publicitaires, plate-forme web pour le cloud rural,..) **17 500€**

Axe 3 : Chemins et sentiers

Frais d'équipement pour l'installation de 14 aires de repos couvertes (2 / communes) fournitures et pose **70 000€**

	Budget	Financement public		Autres financements*
En Euros	100%	FEADER (36%)	RW (54%)	Part locale (10%)
Personnel	192 000	69 120	103 680	19 200
Fonctionnement (lié au personnel)	26 880	9 676.80	14 515.20	2 688
Equipement	70 000	25 200	37 800	7 000
Promotion et communication	118 680	42 724.80	64 087.20	11 868
TOTAL	407 560	146 721.60	220 082.40	40 756

**La part locale correspond à l'intervention des communes mais également pour certaines actions à l'intervention des opérateurs touristiques et des acteurs économiques présents sur le territoire.*

Considérant que 4 des 7 communes concernées par le projet font partie du GAL Condroz-Famenne et que les 3 autres font partie du GAL Pays des Tiges et Chavées, le financement du projet est réparti suivant cette proportion :

Budget Global des partenaires				
	FEADER 36%	RW 54%	Part locale 10%	TOTAL
Chef de File GAL Condroz-Famenne (4/7)	83 793,60	125 690,40	23 276,00	232 760,00
Partenaire GAL Pays des Tiges et Chavées (3/7)	62 928,00	94 392,00	19 000,00	174 800,00
Total 100%	146 721,60	220 082,40	40 756,00	407 560,00

Echéancier des dépenses	2017	2018	2019	2020	TOTAL 100%
Personnel	48 000	48 000	48 000	48 000	192 000€
Fonctionnement	6 720	6 720	6 720	6 720	26 880€
Promotion	10 000	32 250	61 000	15 430	118 680€
Equipement		70 000			70 000€
Total	64 720	156 970	115 720	70 150	407 560€

6. Tableau des indicateurs

Voir page 21

7. Annexes

- Comptes- rendus des réunions des groupes de travail

Indicateurs de réalisation (actions de communication)		2017	2018	2019	2020	Valeur cible 2022
Axe 1 produits touristiques et stratégies						
Edition de brochures			1	1	1	3
Campagne webmarketing			1	1	1	3
Encarts publicitaires		1	2	2	2	7
Adaptation du site internet				1		1
Outils promotionnels circuits de randonnées			1	1		2
Evénements de lancement			1	1		2
Organisation de voyages de presse			1	1		2
Axe 2 : Mise en réseau et tourisme participatif						
Journées partenaires		3	3	3	3	12
Journées portes ouvertes opérateurs		1	1			2
Réseau d'ambassadeurs Familles			1			1
Cloud Rural			1			1
Axe 3 : Chemins et sentiers (vélo)						
Aires de repos			1			
Dépenses publiques totales		€ 10 000,00	€ 102.250,00	€ 61 000,00	€ 15 430,00	188 680,00€

Engagement d'une personne à temps plein durant 4 ans