

Séance du 17 décembre 2019 - 18h00

Délibération N°2019/100

Date de convocation : 03 décembre 2019

Nombre de conseillers en exercice : 74

Avesnes-Les-Aubert

Bazuel

Beaumont-en-Cis

Beauvois-en-Cis

Berthy

Béthencourt

Béviliers

Boussières-en-Cis

Briastre

Busigny

Carnières

Catillon-sur-Sambre

Cattenières

Caudry

Caulery

Clary

Dehéries

Élincourt

Estourmel

Fontaine-au-Pire

Haucourt-en-Cis

Honnechy

Inchy

La Groise

Le Cateau-Cambrésis

Le Pommereuil

Ligny-en-Cis

Malincourt

Maretz

Maurois

Mazinghien

Montay

Montigny-en-Cis

Neuvilly

Ors

Quiévy

Rejet-de-Beaulieu

Reumont

Saint-Aubert

Saint-Benin

Saint-Hilaire-Lez-Cambrai

Saint-Souplet-Escaufourt

Saint-Vaast-en-Cis

Troisvilles

Villers-Outréaux

Wallincourt-Selvigny

L'an deux mille dix-neuf, le 17 décembre 2019 à dix-huit heures, les membres du Conseil de la Communauté d'Agglomération du Caudrésis - Catésis se sont réunis à la Maison Familiale Rurale du Cateau-Cambrésis, sur la convocation qui leur a été adressée par Monsieur Serge SIMEON, Président de la Communauté d'Agglomération du Caudrésis - Catésis.

**Etaient présents (57 titulaires - 1 suppléant) :**

Vincent WAXIN

Yannick HERBET

Christian PAYEN

Jean-Pierre THIEULEUX

Francis LEBLON

Didier BONIFACE

Régine DHOLLANDE

Liliane RICHOMME

Martine THUILLEZ

Pierre LAUDE

Patrice BONIFACE

Charles BLANGIS

Bruno MANNEL

Serge SIMEON

Pascal COQUELLE

Didier BLEUSE

Jean-Pierre RICHEZ

Henri QUONIOU

Jean-Paul CAILLIEZ

Chantal WAYEMBERGE-MAILLY

Jean-Félix MACAREZ

Jacques OLIVIER

Pierre-Henri DUDANT

Christian PECQUEUX

Dominique LAMOURET

Frédéric BRICOUT

Anne-Sophie MERY-DUEZ

Alain RIQUET

Alain GOETGHELUCK

Bernard PLET

Bertrand LEFEBVRE

Laurent COULON

Joseph MODARELLI

Pascal FOULON

Michel HENNEQUART

Daniel BLAIRON

Daniel CATTIAUX

Stéphane JUMEAUX

Axelle DOERLER

Hubert DEJARDIN

Nathalie GAVE

Laurent LOIGNON

Thierry WALEMME (S)

Alban BAJODEK

Denis COLLIN

Bernard POULAIN

Francis STOCLET

Gilles PELLETIER

Jean-Claude GERARD

Jean-Louis CAUDRELIER

Annie DORLOT

Isabelle PIERARD

Marc PLATEAU

Laurence RIBES

Augustine NOIRMAIN

Véronique NICAISE

Pascal ROELS

Daniel FIEVET

**Membres excusés (2) :**

Marie-Lise MARLIOT, Francis GOURAUD

**Membres absents (7) :**

Denise LESAGE, Brigitte ROLAND-BEC, Sandrine TRIOUX, Gérard TAISNE, Karine ELOIR, Marc DUFRENNE, Pascal LEVEQUE

**Membres ayant donné procuration (8) :**

Alexandre BASQUIN à Vincent WAXIN, Virginie LE BERRIGAUD à Yannick HERBET, Agnès BERANGER à Frédéric BRICOUT, Brigitte PRUVOT à Liliane RICHOMME, Pierre LEVEQUE à Martine THUILLEZ, Janine TOURAINNE à Pascal FOULON, Jacky DUMINY à Michel HENNEQUART, Maurice DEFAUX à Daniel CATTIAUX

Madame Laurence RIBES est élue secrétaire de séance.

## **Délibération n°2019/100 : Portant approbation du Contrat de Rayonnement Touristique du Cambrésis**

Monsieur le Président expose :

Considérant la nécessité de renforcer et de structurer les filières de la politique touristique de l'arrondissement de Cambrai, les intercommunalités de Cambrai, du Caudrésis-Catésis et du Pays Solesmois ont validé fin 2017 l'ambition de développer une stratégie partagée de la destination touristique du Cambrésis coordonnée par l'Office du Tourisme du Cambrésis.

Le Conseil Régional des Hauts-de-France a lancé un appel à manifestation d'intérêt (AMI) relatif au déploiement de contrat de rayonnement touristique prioritairement axé sur le marketing territorial. Afin de se positionner, les acteurs du Cambrésis ont constitué un groupe de travail (EPCI et Office du tourisme) pour construire une candidature commune. Considérant les différents échanges et les composantes du territoire, la valorisation des sous-sols a été retenue comme thématique de référence à cette future destination et un premier dossier « Le Cambrésis « sens » dessus dessous » a été déposé.

Le 19 mars 2019, la Région nous a fait savoir que le dossier sur les espaces souterrains était retenu et elle a proposé de mettre en place un contrat de rayonnement touristique. Le contrat permet de valoriser d'autres thématiques en lien avec les politiques régionales : le tourisme de mémoire, le tourisme d'affaire, le tourisme du mieux-être, le tourisme patrimonial ou de découverte.

Les bases de contractualisation proposées par la Région sont les mêmes que celle de la candidature sur les espaces souterrains :

- L'échelle de l'arrondissement est l'échelle de contractualisation avec une co-construction entre les trois EPCI compétents en matière de tourisme et un outil de mutualisation et de coordination, l'Office du Tourisme ;
- Le contrat de rayonnement touristique est un outil de contractualisation entre le territoire et la Région pour trois ans (2019/2021) avec un programme d'actions opérationnel revu et redébatu chaque année avec la Région ;
- Ce contrat pourrait permettre un soutien des projets inscrits.

Le groupe constitué pour le premier dossier s'est remobilisé pour l'écriture du dossier ci-joint en annexe.

*Vu le contrat de rayonnement touristiques du Cambrésis et les fiches actions ad hoc annexés à la présente délibération,*

**Il est proposé au Conseil Communautaire :**

- **de valider le Contrat de Rayonnement Touristique du Cambrésis et son dépôt**
- **d'autoriser le Président à signer tout document y afférent.**

ADOPTE A L'UNANIMITE

Envoyé en préfecture le 23/12/2019

Reçu en préfecture le 23/12/2019

Affiché le

**SLOW**

ID : 059-200030633-20191217-2019\_100-DE

Certifié exécutoire par le Président  
Compte tenu de l'envoi en Sous-Préfecture  
Le 23 décembre 2019 et de la publication le  
23 décembre 2019

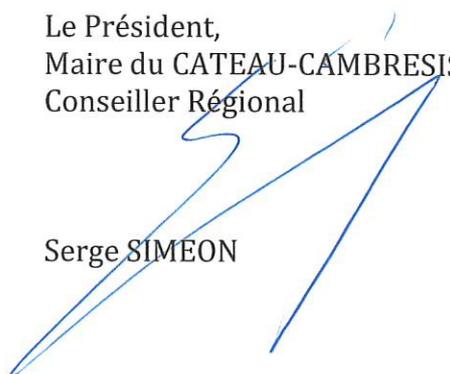
Vu,



Pour expédition conforme  
Beauvois-en-Cis, le 23 décembre 2019

Le Président,  
Maire du CATEAU-CAMBRESIS  
Conseiller Régional

Serge SIMEON



**IMPORTANT**

*DELAIS ET VOIES DE RECOURS : Conformément à l'article R421 - 1 du code de justice administrative, le tribunal administratif de Lille peut être saisi par voie de recours formé contre la présente délibération pendant un délai de deux mois commençant à courir à compter de sa date de notification et/ou de sa publication.*

## Annexe 2019/100 : Contrat et fiches d'action

### Contrat de Rayonnement Touristique du Cambésis

#### 1. Rappel

Un dossier travaillé par les 3 EPCI suite au premier appel à projet est le territoire a répondu sur la thématique des souvenirs. Un dossier qui ouvre sur les autres thématiques fortes de rayonnement du tourisme.

Un parti pris : placer le tourisme dont l'habitant au cœur du projet de création de la destination Cambésis.

#### 2. Plan détaillé du dossier

Introduction sur la présentation géographique du territoire et les atouts clés du tourisme

#### Première Partie : Vers la destination Cambésis

##### 1. Quels visés de l'offre du tourisme du Cambésis en 2019 ?

###### 1.1 Les retours contrastés des clients

- sur la richesse des patrimoines, des équipements et de l'offre culturelle
- sur l'offre d'hébergement
- sur la marque territoriale
- sur la mise en tourisme

###### 1.2 Conclusions partagées des acteurs du tourisme

##### 2. Quel repérage touristique pour faire vivre la destination du territoire ?

###### 2.1 Développer la culture de l'accueil

###### 2.2 Révéler l'identité du Cambésis

###### 2.3 Définir et mettre en place la stratégie narrative

#### Deuxième Partie : Les clés de développement

##### 1. De quels éléments touristiques parlons-nous ?

###### 1.1 Un patrimoine de patrimoine

###### 1.2 « Une culture de l'équipement »

###### 1.3 Le slow tourisme et le tourisme vert, quelles réalités ?

##### 2. Au-delà de la découverte de l'originalité du Cambésis : quels potentiels ? quels axes éditoriaux ?

###### 2.1 Le Cambésis : terre des Arts et des artistes

###### 2.2 La Grande Oeuvre et la reconstruction

###### 2.3 L'initiative de nous à la découverte des traditions, de la ruralité et de la créativité

###### 2.4 Les savoir-faire

###### 2.5 Les espaces souvenirs

Conclusions sur l'opportunité pour le Cambésis de mettre en place la promotion de la destination grâce au Contrat de Rayonnement Touristique.

#### 3. Proposition de programme d'actions 2019/2020

- Actions déposées au titre de la Communauté d'Agglomération du Cautébis-Castis
  - o Création et Réhabilitation de la maison frontalière (Bâtiment 216) et de la maison échelonnée dans le cadre de l'aménagement touristique autour du canal de la Sarthe
  - o Itinérance autour de la Sarthe
- Actions déposées au titre de l'OTI du Cambésis (tourisme de la CAGC)
  - o Etude sur les espaces souvenirs
  - o Aménagement Mésise
  - o Stratégie Narrative autour de la destination Cambésis
  - o Mise en œuvre de la marque Destination Cambésis
  - o La Route Textile

**Contrat de rayonnement touristique du Cambresis**

Le Cambresis, territoire d'une superficie de 90 159 hectares compte 162 914 habitants (recensement INSEE de 2018). Il est composé de 116 communes, regroupées en 3 intercommunalités depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2017. Il s'organise autour d'une agglomération (50 000 habitants pour l'unité urbaine de Cambrai) et de pôles de services urbains reliés (Caudry, Le Cateau-Cambrésis, Solesmes-Saint-Python) reliant un territoire rural densément peuplé. Agrandissement du sud du département du Nord, il marque les frontières administratives avec les départements du Pas-de-Calais, de la Somme et de l'Aisne. Constituée de plaines traversées par les vallées de l'Escaut, de la Sambre et de l'Authois, il est limité à l'ouest par les collines de l'Avesnois, contrastées des Ardennes. Le paysage d'openfield est dominant à l'ouest et cède progressivement vers l'est au bocage de l'Avesnois.

Son positionnement au « carrefour de l'Europe » lui confère un emplacement géographique très favorable. Le territoire se situe à proximité immédiate des autoroutes A2 « Paris-Bruyelles » et A26 « Calais-Reims », permettant un accès rapide aux grandes métropoles européennes. Il bénéficie d'un maillage routier assez dense, les axes Ouest-Est RD 643 et Nord-Sud RD 955 trament les déplacements et lient également le lien avec les autres territoires limitrophes que sont l'Aragons, le sud de l'Avesnois, la Haute Somme, le Vermandois et la Thiérache. Mais ce positionnement au sein de l'Euro-région le place face à une offre concurrentielle très forte. En effet, une offre touristique et culturelle conséquente est développée, et ce à moins de 2 heures de trajet. On peut notamment citer :

- La métropoleilloise pour ses musées et sites de loisirs
- Bruxelles pour ses éléments culturels et historiques
- La Somme et l'Authois pour leurs thématiques Mémoire de la Grande Guerre
- Le Valenciennais et l'Aragons

[Le Tourisme du Cambresis en quelques chiffres clés \(Observatoire Office du Tourisme 2018\)](#)

- 120 000 visiteurs/an environ
- Provenance géographique des visiteurs français : Grand Nord, Région parisienne
- Provenance géographique des visiteurs étrangers : Grande-Bretagne, Belgique, Pays-Bas
- Fréquentation du site internet de l'office de tourisme : 355 000 visiteurs
- 960 emplois touristiques sur les 70 000 à l'échelon régional (16<sup>ème</sup> position sur les 28 territoires des Hauts-de-France)

**Tableau de fréquentation des principaux équipements et événements (2019)**

1

Equipements	Nombre de visiteurs
CT 17	8 310
Musée Mattsse	50 380
Archéosite	6 466
Musée des Beaux-Arts de Cambrai <i>(fermé au public pendant 6 mois)</i>	8 590
Musée de Caudry	14 290
La fabo	11 000/mois (période juillet/octobre 2019)
Base de loisirs du Val de Riot	10 000
Batzfest	5 000
Week-end des souterrains	3 500
Festival « Jazz en Solesmes » Parcours culturels en Solesmes	13750

En 2019, le tourisme du Cambresis est organisé et fédéré autour d'une structure l'Office du Tourisme du Cambresis. Cette structuration est issue des évolutions et volontés intercommunales dont les périmètres stabilisés permettent désormais aux acteurs de se saisir de cet outil et de définir des interventions à des échelles plus efficaces.

Cette démarche forte s'est traduite par le transfert des 3 intercommunalités de l'arrondissement (Communauté d'Agglomération de Cambrai, Communauté d'Agglomération du Caudrésis-Caténois et Communauté de Communes du Pays Solesmois) de leur compétence tourisme à l'Office du Tourisme du Cambresis, une présence de 3 bureaux d'information (trois lieux saisonniers), une équipe composée de 11 membres auxquels s'ajoutent les guides. Les bases de ce travail d'échelle d'arrondissement se renforcent au fur et à mesure des projets engagés. Cette fédération se retrouve également au sein d'un conseil d'administration composé d'acteurs publics et privés qui depuis une dizaine d'années tend à structurer les filières et les réseaux.

Pour répondre à cette dynamique, l'Office du Tourisme lance notamment des actions de structuration internes au territoire telles que le schéma d'accueil et de diffusion de l'information (SADI). Le fil conducteur de cette

2

demande est d'élaborer « des regards croisés (acteurs publics, salariés de l'office, professionnels de l'accueil, de l'hébergement et de la restauration...) » une vision partagée de l'accueil client sur le territoire. Cette construction de regard s'élabore par des expériences de terrain (test de la signalétique), de nombreuses rencontres et ateliers participatifs, des visites, ... Cette réflexion permet de placer le parcours client au centre de l'approche et de bâtir les bases d'un projet autour de la destination, sa création, sa promotion.

En effet, le Cambrésis a le potentiel pour répondre à la définition d'une destination touristique : une entité territoriale reconnue par le visiteur qui est le reflet d'une marque touristique, bénéficiant d'une identité géographique, culturelle, patrimoniale ou naturelle propre. La destination correspond à un véritable bassin de vie et de consommation touristique. Sa visibilité est si singulière qu'elle est capable de générer des séjours à elle seule.

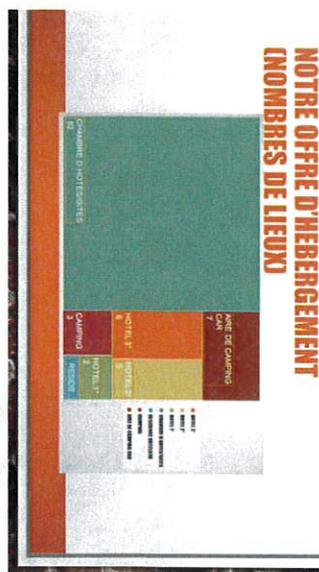
**PREMIERE PARTIE : VERS LA DESTINATION CAMBRESIS**

1. Quelle vision de l'offre touristique du Cambrésis en 2019 ?

1.1 Les retours contrastés des clients

Les visites de terrain et les recherches dans les différents médias (livres de références, réseaux sociaux...) révèlent les retours clients suivants :

- sur la richesse des patrimoines, des équipements et de l'offre culturelle
- une offre de visites culturelles et patrimoniales de qualité
- des équipements qui bénéficient d'une belle côte d'amour (musée des Beaux-Arts de Cambrai, musée Maisse...)
- des festivals reconnus par leur public-cible qui montent en puissance
  - sur l'offre d'hébergement
- une diversité de l'offre (hôtel, gîtes, chambres d'hôtes...)
- une hôtellerie traditionnelle en difficulté (travaux d'accessibilité, changements de pratiques de consommation...) avec un taux de fréquentation en baisse et des retours de satisfaction moyens des clients (Tripadvisor, Booking...). En effet, les résultats de l'enquête sur la réputation des hébergements montrent une note moyenne de 8,59 avec de grandes disparités
- des chambres d'hôtes de qualité



➤ sur la marque territoriale et son positionnement

- un déficit de notoriété et d'identité
- une absence d'ancrage territorial de l'équipement phare (musée Maisse)
- une absence de positionnement clair sur les filières,
- sur le plan de l'offre patrimoniale et culturelle, une concurrence dynamique qui monte en puissance dans les territoires voisins
- sur le champ de l'hébergement, une concurrence éloignée mieux placée pour le rapport qualité/prix

➤ Sur la mise en tourisme

- Une véritable culture de l'accueil
- Un portail internet *tourisme-cambresis* récent et bien référencé
- Une forte densité et une richesse des personnes ressources
- Une méconnaissance du potentiel du territoire par les accueillants
- Une absence de parcours complet pour l'accompagnement du client

1.2 Conclusions partagées des acteurs du tourisme

Les acteurs s'accordent pour reconnaître que le Cambrésis est un territoire rural, vaste, riche d'équipements touristiques de grande qualité souffrant d'un déficit d'image, d'éléments forts et démarquants. Le SADI a démontré que la destination Cambrésis était peu reconnue comme touristique aussi bien sur les guides que sur les plateformes de vente en ligne. Il a également été démontré que l'hébergement, pourtant premier ambassadeur du territoire, ne s'approprie pas ces potentiels de développement. Peu connu, à la fois proche et loin des grandes métropoles, non assimilé aux « images d'Épinal » du Nord, il est mal identifié. Ce constat s'étend jusqu'à la représentation de la pmoopa

personnalité du territoire, Henri Malaisse, qui est associée bien davantage à la région nippise qu'à son Cambzés natal. Le seul élément porteur de renommée, la braiseuse « braise » est peu assumée. Il est donc nécessaire pour les habitants et les acteurs de reprendre confiance en ces valeurs, ces richesses, bien présentes mais sans doute un peu trop discrètes et pas mises suffisamment en lumière.

Face à une concurrence forte, une perte de vitesse dans la qualité de son offre hôtelière, (annexe jointe) et surtout face à une évolution rapide des comportements des consommateurs de tourisme, le Cambzés doit repositionner son offre en fonction des différents types de clientèle déjà présentes sur le territoire. Il est désormais nécessaire de repenser l'approche du client en comprenant avant tout ses attentes pour lui apporter les réponses.

2. Quel repositionnement touristique pour faire vivre la destination du territoire ?

La notion de destination dépasse le simple lieu où se rend un touriste, c'est un ensemble d'offres construit et pensé autour de l'identité, en mettant le client au cœur du dispositif.

Il s'agit à la fois de valoriser l'attractivité du territoire et de créer une cohérence entre les touristes, la destination, et les habitants qui en sont les meilleurs ambassadeurs. Comme l'indique Kotler (professeur de stratégie marketing et de marketing international), il faut permettre aux clients de passer de la connaissance (je connais le produit) à l'attrait (j'aime le produit), à demander (je suis convaincu du produit), à agir (j'achète le produit) pour enfin détenir (je recommande le produit). C'est la raison pour laquelle la totalité des différents canaux de communication et promotion de l'offre touristique doivent être repensés.



Pour ce faire l'office de tourisme organisera des ateliers pour fédérer l'ensemble des acteurs touristiques, les socio professionnels autour de la destination. Le territoire est vaste, l'offre l'est tout autant et comme le postulat est que l'office de tourisme n'a pas le monopole de l'accueil, il est essentiel que le client arrivant ressentie l'ambiance, les couleurs, les valeurs à partager, quelle que soit la porte d'entrée (hébergements, restaurateurs, sites culturels...).

2.1. Développer la culture de l'accueil

S'il est tentant de satisfaire tous les clients potentiels, il semble primordial de choisir les segments qui correspondent le mieux à l'offre du territoire et ainsi de renforcer les liens avec eux en développant des valeurs qui répondent à leurs attentes. Le Cambzés est une destination de recherche de sens, de racines, à l'image du tourisme de mémoire et de l'histoire textile qui l'ont marquée.

Ainsi les publics les plus susceptibles d'être sensibles et intéressés à l'offre du territoire sont : les explorateurs, la clientèle avides de découverte et de nouveautés et en quête de tentatives hors des sentiers battus, les « cultures heureuses » amateurs de contenu (visites d'expositions, événements culturels et patrimoniaux originaux et de qualité), les touristes en recherche d'histoire et de mémoire (dont la clientèle anglo-saxonne), les groupes familiaux intergénérationnels, les amateurs de randonnée et de balades thématiques.

Cette culture de l'accueil à construire ne pourra être qu'une démarche partagée dans laquelle, l'office du tourisme joue le rôle de chef d'orchestre. Les acteurs du territoire ont désormais à définir les manières d'accueillir et ainsi choisir les méthodes, les outils et les postures en adéquation : accueillir est déjà une manière de se raconter, se mettre en scène en intégrant pleinement le client et en initiant de nouvelles démarches.

## 2.2 Révéler l'identité du Cambrésis

Le Cambrésis a fait le choix de privilégier la relation de confiance avec le client, le rendre unique, en traduisant le relation presque amicale. Les différents échanges avec les acteurs touristiques locaux ont fait ressortir une atmosphère particulière du territoire. En effet, il s'agit de lieux plus ou moins cachés, confinés, à l'image de ses espaces souterrains, véritable richesse patrimoniale mais pourtant inaccessibles sans y être conduit, de personnalités passionnées et passionnantes, et de musées cachés derrière de grandes portes, regroupant de pépites artistiques et de savoir-faire discrets comme la dentelle.

C'est donc vers cet esprit de confiance, de relations privilégiées, que le Cambrésis souhaite définir son accueil. Le Cambrésis entend ainsi tourner sa stratégie autour de la notion de « Confiance ». L'idée de raconter une histoire singulière au visiteur -presque dans le chuchotement- d'apporter une valeur ajoutée à ce qu'il pourrait connaître. Ne plus faire découvrir le Cambrésis par les lieux communs de la communication mais au contraire, privilégier les détails, qui incitent à la curiosité.

A l'instar des politiques régionales sur les thématiques de ressourçements, de slow tourisme, le territoire désire prendre par la main son visiteur en créant l'espace d'un séjour, des souvenirs et des expériences partagées.

Pour ce faire, la détermination se traduira par la mise en place d'une sémantique propre à l'ambiance choisie, incarnée via des supports de promotion, de communication, via l'aménagement des bureaux d'information touristique permettant un échange plus proche. Les équipes d'accueil ont déjà intégré ce changement par les formations spécifiques.

## 2.3 Définir et mettre en place la stratégie numérique

Afin de rester compétitif, le Cambrésis a besoin de déployer autour de l'accueil et de son marketing territorial une nouvelle stratégie numérique. Les comportements d'achat des clients ont évolué et connaissent des mutations rapides : réservations de dernières minutes, émergence de sites de vente de destination complète (Booking, Tripadvisor ...). A l'heure de l'hyper-conexion, répondre efficacement et en temps réel à toutes les demandes du client est devenu la « norme ».

Il est donc impératif de repenser totalement le site internet afin qu'il soit plus performant, attractif, le but étant non seulement de donner envie mais surtout de réussir à projeter le client vers sa future destination.

La stratégie touristique s'appuyant sur le postulat de répondre aux attentes des clients doit être coïncée avec les réalités et les potentialités de l'offre du Cambrésis.

## DEUXIEME PARTIE : LES CLERS DE DEVELOPPEMENT

### 1. De quels éléments touristiques parle-t-on ?

Le Cambésis entend appuyer sa stratégie touristique sur la densité et la qualité de ses composantes patrimoniales et culturelles marquées de labels d'excellence : musées de France, Ville d'art et d'histoire, ville et métiers d'art, patrimoine du vingtième siècle, classement UNESCO...

#### 1.1. Un patchwork de patrimoines

Fort d'une histoire riche et complexe, le territoire se caractérise par la présence de riches typologies de patrimoines

- **Le patrimoine urbain :**
  - Cambrai, labellisée Ville d'art et d'histoire en 1992, dont les grandes composantes du patrimoine sont l'architecture religieuse et privée des <sup>XVI<sup>e</sup></sup> et XVII<sup>e</sup> siècles, l'Art déco et le patrimoine militaire
  - Caudry, qui a connu un fort développement au XIX<sup>e</sup> siècle lié à l'industrie dentellière et qui conserve d'intéressants exemples de bâtiments témoignant à l'essor de la ville
  - Le Cateau-Cambésis, qui présente un patrimoine riche et varié (hôtel de ville du XV<sup>e</sup> siècle, beffroi du XVII<sup>e</sup> siècle, abbaye du XVIII<sup>e</sup> siècle, palais Fehnel abritant le musée Maïseas...)
  - Solesmes, dont le centre avec l'hôtel de ville, l'église et le kiosque à musique présente beaucoup de charme (fresque d'Henri Eugène Delacroix).

- **L'architecture industrielle :** ce type d'architecture est bien représenté notamment par les brasseries, les ateliers (bobines) et les usines liées à l'activité textile (Villers-Outréux).

- **Le patrimoine de mémoire :** le Cambésis fut le théâtre de plusieurs batailles majeures pendant la Grande Guerre : les batailles de Le Cateau-Cambésis (1914 et 1918), la bataille de Cambrai (1917), les combats pour la libération de Cambrai (1918) qui rappellent les très nombreux soldats militaires (anglais, français, allemands) et les mémoriaux. La Grande Guerre se matérialisa aussi par la reconstruction des communes dévastées, notamment dans l'ouest de l'arrondissement.

- **Les traditions, savoir-faire et le patrimoine immatériel :** cette part intégrante du patrimoine est encore peu recensée et méconnue pour le territoire. Toutefoix, les jeux traditionnels, les spécialités culinaires, les gâteaux sont autant d'éléments qui participent à son identité.

#### 1.2. « Une culture de l'équipement »

Le territoire s'appuie également sur des éléments moteurs qui forment des points de convergence et structurent la mise en réseau des acteurs autour des grandes thématiques yées sur le Cambésis :

9

- le Musée départemental Maïseas au Cateau-Cambésis et le Musée de Cambrai, équipements d'excellence dédiés à la découverte des arts
  - l'archéologie, l'abeysse cistercienne de Vaucelles, le Cambrai Tank 17, la maison forestière Wilfred Owen, témoins de la riche histoire du Cambésis
  - le Musée des dentelles et broderies de Caudry, maison de la Broderie à Villers-Outréux et Maison du Mûrier à Avesnes-lez-Aubert valorisant le hors-sens passé industriel
  - les théâtres de Cambrai, de Caudry et du Cateau, les conservatoires de musique de la CAC (musique et théâtre) et de la CCPS (musique et danse), les scènes culturelles labellisées qui permettent la rencontre avec les arts vivants
  - le Val de Rioul, le bassin rond et les nombreux équipements sportifs divers
  - et le nouvel équipement en matière de culture et de tourisme : Le Labo
- ### 1.3. Le slow tourisme et tourisme vert, quelles réalités ?

Les éléments clés à l'échelle nationale liés au tourisme autour des mobilités douces (vélos, randonnées et fluviales) démontrent le fort potentiel de ce secteur :

- le cyclotourisme :
  - o il génère plus de 2 milliards d'euros de retombées économiques par an,
  - o le pouvoir d'achat d'un cyclotouriste est estimé à 70€/jour
  - o la France constitue l'une des principales destinations mondiales du tourisme à vélo
- le tourisme fluvial
  - o on compte entre 10 et 11,5 milliards de passagers sur les voies d'eau par an dont 70% de clientèle étrangère en provenance principalement des pays du Nord
  - o 87% du réseau VNF est situé à moins de 5km d'un itinéraire national des véloroutes/voies vertes.

Les tendances répétées sur le développement des mobilités douces :

- o une dynamique de développement sous toutes les formes (vélo, promenade, activités nautiques et ludiques...) est fortement encouragée par la force publique
- o ce tourisme permet de proposer des offres de découverte ou redécouverte via des produits nouveaux, individualisés, basés sur l'expérience,
- o ces nouvelles pratiques correspondent aux aspirations des publics pour un tourisme plus « authentique », responsable et ressourçant.
- o ce tourisme se caractérise par la saisonnalité avec des pics au printemps et à l'été

10

Le tourisme vert présente ainsi de réelles opportunités en terme d'rapport à l'économie locale et la valorisation des territoires et le Cambrésis y a légitimement une carte à jouer. En effet, il dispose d'une grande variété de paysages (openfields, bois et bocages, vallées, marais, canaux) et de patrimoines spécifiques et originaux qui y sont associés (fermes, moulins, pigeonniers, ponts-canaux, écluses et maisons écologiques, ports). Il est à noter que ce type de tourisme fait l'objet de stratégies avancées dans les territoires voisins : l'Osie, la Somme, l'Avesnois.

Toutefois, les usages des modes doux et alternatifs restent à développer, les usages de la voiture étant prédominants. Ainsi, la part modale des transports en commun des actifs dans le Cambrésis est de 3,1% (Insee 2015), celle de la marche de 7,2%, la voiture domine avec 61,5%. On peut néanmoins noter une augmentation des demandes de l'ensemble des usagers pour le développement de nouveaux types de maillage pour faciliter les déplacements. Ainsi les réflexions relatives à la dynamique de développement de ce tourisme répondraient tout autant aux aspirations des habitants.

Comme exposé ci-dessus, le territoire est doté de richesses et de potentialités incalculables en terme de tourisme. Certaines sont les fers de lance affirmés et revendiqués (Musée Matisse), d'autres sont en émergence (le Labo). Certaines sont à réinventer (Archéologie), d'autres enfin sont à découvrir par le territoire lui-même (parcs du Paris-Roubaix). Ces constats sont à conjuguer avec l'évaluation de la mise en tourisme (valorisation touristique régionale, sensibilisation à contacter auprès des habitants, des élus, des professionnels - la culture touristique restant encore à ancrer). C'est sur ces réalités plurielles que des démarches spécifiques sont à déployer.

## 2. A la découverte de l'originalité du Cambrésis : quels potentiels ? quels axes démarquants ?

L'enjeu de la stratégie touristique du Cambrésis pour créer sa destination et construire son positionnement touristique est donc de s'appuyer sur les potentiels forts et différenciant reconnus, afin de lui donner une lisibilité. Il s'agit, selon les différents contextes, de capitaliser sur la notoriété, de développer de nouveaux projets, de proposer une programmation générant un renouvellement de l'intrêt et de s'inscrire dans des réseaux thématiques ou touristiques.

### 2.1. Le Cambrésis : terre des Arts et des Artistes

11

La figure majeure du territoire, Henri Matisse, avec tous les aspects de Matisse en tant qu'homme du Nord, est la porte d'entrée de ce thème. La Musée départemental Matisse est l'un des acteurs majeurs du territoire. Il fera l'objet d'un important projet d'extension dans les prochaines années. Cette nouvelle dynamique offre l'occasion de renforcer le rayonnement de l'équipement. Valoriser les artistes du Cambrésis est également au cœur du projet culturel du musée des Beaux-Arts de Cambrai, incarné par le nouvel accrochage des collections permanentes et la programmation culturelle. Ces deux musées permettront d'ancher l'image du Cambrésis comme terre des arts et des artistes.

Permettre la rencontre avec les arts, le patrimoine et la culture, faire vivre aux visiteurs des émotions esthétiques, artistiques et humaines sont l'ADN de l'offre touristique du Cambrésis. Avec les ouvertures toutes récentes de nouvelles structures, il dispose aujourd'hui d'un maillage d'équipements sur lequel il entend conforter son positionnement dans le champ du tourisme culturel. Ainsi la mise en réseau, la création de parcours thématiques seront le moyen de valoriser d'autres richesses méconnues (fresques de Solesmes, causeries d'Emile Fierant...).

Enfin, la valorisation de l'architecture et du patrimoine qui se traduit notamment aujourd'hui avec un nouvel outil d'interprétation : le CambraiScope, est un axe majeur de développement : l'art baroque, l'architecture industrielle, le patrimoine du XIX<sup>ème</sup> siècle et l'art déco, sont autant de thèmes à révéler.

### 2.2. La Grande Guerre et la reconstruction

Le tourisme de mémoire se structure autour de deux équipements phares qui abordent des aspects complémentaires de la Grande Guerre. Le Cambrai Tank 1917, en présentant le char Dextera Mark IV illustre l'histoire technique du conflit. Au-delà, l'interprétation de la bataille de Cambrai qui y est proposée ouvre sur les stigmates de la guerre matérialisée tout au long des paysages de la ligne d'Hindenburg : blockhaus, vestiges de tranchées, cimetières et mémoriaux, patrimoine de la reconstruction...

A l'Est, la maison forestière Wilfred Owen est un geste architectural dédié à l'œuvre du plus grand poète britannique de l'époque. Ce lieu, par sa scénographie sensible, plonge les visiteurs dans l'intimité de cet homme dans les derniers instants de sa vie. Ce site est la porte d'entrée vers l'une des dernières grandes batailles du conflit : la bataille du Calvaire-Cambrésis.

Cet héritage de la Grande Guerre permet de toucher plus spécifiquement la clientèle britannique, en mettant en valeur d'une part l'une des figures littéraires de la Grande Guerre et d'autre part une bataille à la portée historique et mémorielle considérable. Les acteurs doivent donc se mettre en ordre de marche sur la détermination de cette thématique et l'inscrire dans la stratégie régionale relative au tourisme de Mémoire.

12

### 2.3. L'itinérance douce – à la découverte des traditions, de la ruralité et de la créativité territoriale

Le tourisme vert, en jouant sur l'intermodalité des déplacements et en créant une découverte plus fine du territoire, plus vivante est à fort potentiel pour le Cambrésis. Le lieu peut se faire naturellement avec la culture, les événements, mais aussi avec le soutien de l'activité agricole (circuits-courts, productions locales), équestre et la valorisation du patrimoine rural et vernaculaire.

Le maillage par le tourisme fluvial, permet de faire découvrir autrement le Cambrésis. Ainsi les canaux dans leur traversée rurale et urbaine offre une vision complète de la variété et des composantes de celui-ci. De plus, ce tourisme permet de promouvoir un patrimoine original lié à l'eau : les ouvrages d'art (les ponts-canaux, les écluses et demain les infrastructures du canal Seine Nord Europe, dont l'une des plus importantes écluses sera sur le territoire).

Les projets en cours et à venir participent au développement de cette thématique :

- la réouverture prévue en 2021 du canal de la Sambre à l'Oise avec un projet de travaux qui va permettre de rétablir la navigation arrêtée depuis 2005 entre Tergnier et la frontière belge.
  - la convergence de plusieurs réflexions pour structurer et prioriser les aménagements et le maillage de circuits
    - o la valorisation du canal de Saint-Quentin avec une étude portée par la communauté d'Agglomération de Saint-Quentin en partenariat avec la Communauté d'Agglomération de Cambrai
    - o l'attractivité de l'itinérance portée par le pôle métropolitain du Hainaut-Cambrésis
    - o la définition d'un schéma directeur pour les pistes cyclables engagée par le Pays
    - o la mise en tourisme des chemins de halage
- Il apparaîtra aux acteurs d'articuler ces grands aménagements au reste du territoire pour allonger la durée de présence et créer des flux complémentaires

### 2.4. Les savoir-faire

13

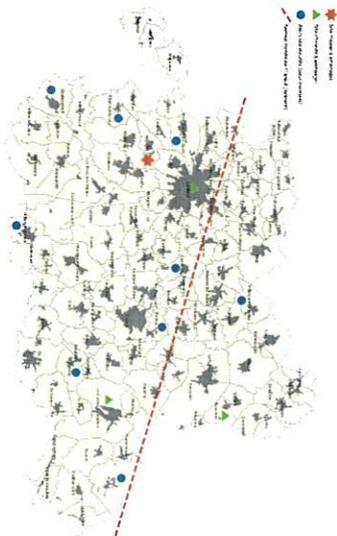
L'excellence industrielle du Cambrésis, active et dynamique, est reconnue sur deux secteurs.

Ces activités économiques de pointe et d'innovation s'appuient sur les richesses du territoire voire du terroir. Ainsi, les entreprises du Cambrésis sont réunies au sein d'un pôle d'excellence agro-alimentaire et d'un pôle d'excellence relatif aux dentelles et broderies. La labellisation des entreprises d'aujourd'hui démontre une technicité et s'inscrit dans un long héritage de savoir-faire (les verrières de Masnières notamment). L'un des dénominateurs communs de ces entreprises est le haut de gamme qui irrigue l'industrie du luxe (haute couture pour les dentelles du Caurdresis, flaconnage de parfumerie).

Si cette filière touristique encore trop peu développée, des partenariats émergents avec Fleury Michon, les confiseries Achain et Desproy pour les « belises », les entreprises dentellières ouvrent les perspectives pour faire du tourisme industriel l'un des piliers de l'offre de la destination.

### 2.5. Les espaces souterrains

Le Cambrésis se singularise par la prégnance d'un patrimoine spécifique sur tout son territoire : les souterrains. Ce terme générique recouvre des réalités typologiques et historiques variées : villages reliques médiévaux, carrières de pierre de la période gallo-romaine au début du XX<sup>e</sup> siècle, siles fortifiés en milieu rural ou urbain, cypriotes, ouvrages hydrauliques, cathoils, blockhaus... Si le Cambrésis n'a pas l'exclusivité de la présence de souterrains dans la région, le nombre, la variété et la qualité des ouvrages sont en revanche tout à fait exceptionnels : la richesse du patrimoine souterrain du territoire permet de donner à voir des siles complémentaires, représentatifs des différents types déjà évoqués.



La présence de ces souterrains constitue une réelle opportunité de développer une offre touristique en plein essor, basée sur le ressenti. Le public, confronté à des univers dont il n'est pas familier, et dont il ne possède pas

14

Envoyé en préfecture le 23/12/2019

Reçu en préfecture le 23/12/2019

Affiché le

**SLOW**

ID : 059-200030633-20191217-2019\_100-DE

les codes et les repères, vit une véritable expérience dans ces souterrains. La visite des lieux est une immersion dans un monde fascinant, c'est une plongée sensible dans des espaces à la rare puissance évocatrice.

Plus d'une vingtaine de sites ont fait l'objet d'une mise en tourisme sur le territoire, à des niveaux différents : des sites ouverts à l'année, accueillant des milliers de visiteurs, à ceux exceptionnellement accessibles à l'occasion de manifestations spécifiques. En 2017 ce sont plus de 3 500 personnes et groupes qui ont participé à une visite des souterrains sur le Cambésis dont la demande ne faiblit pas. Il ressort de cette expérience qu'une montée en puissance de la valorisation du patrimoine souterrain est un enjeu essentiel pour le Cambésis.

L'élaboration du contrat de rayonnement touristique et la mise en place des partenariats qu'il recèle sont l'opportunité pour le territoire de s'emparer pleinement de sa stratégie touristique et de la déployer afin de faire du Cambésis une destination à part entière au sein des Hautes-de-France



FICHE ACTION	
CONTRAT DE RAYONNEMENT TOURISTIQUE CAMBRESIS	
<b>FICHE N°</b>	CREATION D'UNE VELOROUTE LE CADRE DE L'AMENAGEMENT TOURISTIQUE AUTOUR DU CANAL DE LA SAMBRE A L'OISE
<b>CONTEXTE / CONSTATS</b>	<p>L'EPCI Communauté d'Agglomération du Caudrésis-Catésis (ci-après « CAZC »), 46 communes - 65 000 habitants environ, voit son territoire traversé par le Canal de la Sambre à l'Oise. Trois communes (Ois, Cailion-sur-Sambre et Réjé-de-Beaulieu) sont concernées par ce qui représente un axe de développement touristique important en termes de tourisme d'itinérance et de mémoire. Les communes cibles font partie du périmètre du Parc naturel régional de l'Avénos et présentent des atouts touristiques réels pouvant être mis en valeur par cet axe fluvial avec notamment : La forêt du Bois l'Évaque, le Canal de la Sambre à l'Oise et ses chemins de halage, la Maison Forestière Wilfred Owen, le patrimoine vernaculaire...</p> <p>Les vastes étendues de forêt et du chemin de halage du canal permet la valorisation du tourisme d'itinérance. Certains territoires voisins (Aisne, Communauté d'Agglomération Maubeuge Val de Sambre...) développent fortement les liaisons douces et le maillage entre le piétonnier, le vélotourisme (véloroutes voies-vertes) et le fluvial. Une opportunité s'offre à la CAZC pour se raccrocher à cette dynamique et pouvoir proposer aux randonneurs et touristes l'entière du linéaire du canal de la Sambre à l'Oise.</p> <p>Il est important de signaler la présence du Musée départemental Henri Malaise au Cateau-Cambresis ainsi que de la stratégie touristique de l'Office de Tourisme du Cambresis sur l'ensemble de l'arrondissement.</p>
<b>OBJECTIFS POURSUIVIS / RESULTATS ATTENDUS</b>	<p><b>CREATION D'UN ITINERAIRE TYPE « VELOROUTE VOIE VERTE » AUTOUR DU CANAL DE LA SAMBRE ET DE LA MAISON FORESTIERE WILFRED OWEN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Effacer l'effet « frontière » avec les territoires voisins qui ont déjà réalisé ou qui vont mettre en œuvre leur projet de véloroute voie verte le long du Canal de la Sambre à l'Oise ainsi que leur réseau points neuds.</li> <li>• Proposer des liaisons entre les différents modes de déplacement (Camping-car, vélo, randonnée, kayak...) pour accueillir des touristes et randonneurs privilégiant les modes de déplacement doux : tourisme d'itinérance</li> <li>• Créer une signalétique cohérente et pertinente pour les usagers</li> <li>• Profiter de la réouverture du Canal de la Sambre à la navigation de plaisance pour obtenir un effet de synergie sur les équipements du territoire et accroître leur fréquentation</li> <li>• Voir le développement de services autour de ces nouveaux itinéraires par des prestataires privés</li> </ul>
<b>PILOTAGE ET ORGANISATION DE L'ACTION</b>	<p><b>Chef de projet</b> Communauté d'Agglomération du Caudrésis-Catésis</p> <p><b>Maitre d'Ouvrage</b> Communauté d'Agglomération du Caudrésis-Catésis</p> <p><b>Partenaires</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Office de Tourisme du Cambresis</li> <li>• PNR Avenos</li> <li>• Maires d'Ois, de Cailion-sur-Sambre, de Réjé de Beaulieu</li> <li>• Association Réussir notre Sambre</li> </ul> <p><b>Coût total de l'action</b> Entre 200 et 500k€ (3 ACTIONS)</p>
<b>CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE ET DE REUSSITE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réouverture du Canal de la Sambre à la navigation de plaisance en 2020-2021</li> <li>• Projet d'itinéraire Stevenson mené à l'échelle interdépartementale (Nord, Aisne)</li> <li>• Actions menées par les différents partenaires potentiels sur l'axe Sambre</li> </ul>

	<b>Facteurs limitants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Convention de superposition VNF / Communauté d'Agglomération du Caudrésis-Catésis à signer</li> </ul>								
	<b>Actions à mener</b>	<p>1/ Etude de faisabilité sur le développement du tourisme fluvestres : en cours (rendu intermédiaire août 2019)</p> <p>2/ Travaux de remise en état des chemins de halage et des circuits vélotouristes. Renforcement du maillage de liaisons douces entre le site Owen et le Canal Sambre-Oise</p> <p>7/ Amélioration et mise en cohérence de la signalétique, actions de communication sur le projet</p>								
<b>CALENDRIER</b>	<b>Période prévisionnelle de mise en œuvre</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2019</th> <th>2020</th> <th>2021</th> <th>2022</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>+++</td> <td>++</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	2019	2020	2021	2022		+++	++	
2019	2020	2021	2022							
	+++	++								
<b>MODALITES DE SUIVI ET D'EVALUATION</b>	<b>Indicateurs de résultats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de touristes accueillis</li> <li>• Nombre de clsh accueillis</li> <li>• Retombées économiques sur le territoire concerné</li> <li>• Retombées presse</li> <li>• Nombre de kilomètres linéaires créés</li> <li>• Nombre d'équipements desservis</li> <li>• Nombre de randonneurs / touristes accueillis</li> <li>• Retombées en termes de promotion et communication</li> <li>• Jonction avec les territoires voisins</li> </ul>								
	<b>Critères d'évaluation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enquêtes ciblées au sein des équipements et des socioprofessionnels du tourisme (hébergeurs, restaurateurs...) concernant la fréquentation, le CA dégagé...</li> <li>• Fréquentation des linéaires créés</li> <li>• Mesure des retombées économiques</li> <li>• Revue de presse</li> </ul>								



**FICHE ACTION**  
**CONTRAT DE RAYONNEMENT TOURISTIQUE CAMBRESIS**

<b>CHEF N°</b>	CREATION ET REHABILITATION DE LA MAISON FORESTIERE ET LA MAISON ECLUSIERE DE REJET DANS LE CADRE DE L'AMENAGEMENT TOURISTIQUE AUTOUR DU CANAL DE LA SAMBRE A L'OISE	
<b>CONTEXTE / CONSTATS</b>	<p>L'EPCI Communauté d'Agglomération du Caudrésis-Catésis (G-anpès n° CAOC n) 46 communes - 65 000 habitants environ, voit son territoire traversé par le Canal de la Sambre à l'Oise. Trois communes (Ois, Catillon-sur-Sambre et Rejet-de-Beaulieu) sont concernées par ce qui représente un axe de développement touristique important en termes de tourisme d'itinérance et de mémoire. Les communes cibles font partie du périmètre du Parc naturel régional de l'Avesnois et présentent des atouts touristiques réels pouvant être mis en valeur par ce axe fluvial avec notamment : La forêt du Bois l'Évêque, le Canal de la Sambre à l'Oise et ses chemins de halage, la Maison Forestière Wilfred Owen, le patrimoine vernaculaire...</p> <p>Le premier volet de ce projet global est l'amélioration et la diversification de l'offre touristique sur le site Owen à Ois. Situé au cœur de la forêt de Bois l'Évêque, la Communauté d'Agglomération possède sur ce site la Maison Forestière Wilfred Owen, musée consacré à ce poète anglais, ainsi que l'Érmitage, un restaurant.</p> <p>Le second volet de ce projet inclut la réhabilitation de la maison éclusière de Rejet-de-Beaulieu. Voie Navigable de France Nord-Pas-de-Calais, a lancé un appel à projet, régional pour l'occupation du domaine public fluvial pour une activité économique. Parmi les équipements proposés lors de cet appel à projets se trouvait la maison éclusière du Bois l'Abbaye à Rejet-de-Beaulieu. La Communauté d'Agglomération s'est manifestée auprès de VNF pour le rachat de cette maison éclusière, au terme de son décaissement.</p> <p>Il est important de signaler la présence du Musée départemental Henri Matise au Cateau-Cambrésis ainsi que de la stratégie touristique de l'Office de Tourisme du Cambresis sur l'ensemble de l'aménagement.</p>	
<b>OBJECTIFS POURSUIVIS / RESULTATS ATTENDUS</b>	<p><b>VOLET 1 : LA MAISON FORESTIERE WILFRED OWEN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Requalifier le bâtiment servant pour l'accueil des touristes : accueil de la clientèle individuelle en rez-de-chaussée et accueil des centres de loisirs à l'étage (dortoirs)</li> <li>Améliorer de la signalétique positionnelle</li> <li>Enrichir l'expérience à vivre des touristes en proposant un complément de visite à la Maison Forestière Wilfred Owen</li> </ul> <p><b>VOLET 2 : LA MAISON ECLUSIERE DE REJET-DE-BEAULIEU</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Réhabilitation de la Maison éclusière</li> <li>Installation d'un porteur de projet privé pour développer une activité de services auprès des plaisanciers, des randonneurs, de la population locale,...</li> <li>Faire vivre un élément patrimonial lié au tourisme fluvial</li> </ul>	
<b>PILOTAGE ET ORGANISATION DE L'ACTION</b>	<p><i>Chef de projet</i> Communauté d'Agglomération du Caudrésis-Catésis</p> <p><i>Maître d'Ouvrage</i> Communauté d'Agglomération du Caudrésis-Catésis</p> <p><i>Partenaires</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Office de Tourisme du Cambresis</li> <li>PNR Avesnois</li> <li>Maires d'Ois, de Catillon-sur-Sambre, de Rejet de Beaulieu</li> <li>Association Réussir notre Sambre</li> </ul> <p><i>Coût total de l'action</i> Entre 200 et 500K€ (montant global sur actions)</p>	
<b>CONDITIONS DE MISE EN ŒUVRE ET DE REUSSITE</b>	<p><i>Facteurs aidants</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Réouverture du Canal de la Sambre à la navigation de plaisance en 2020-2021</li> <li>Projet d'itinéraire Stevenson mené à l'échelle interdépartementale (Nord, Aisne)</li> <li>Actions menées par les différents partenaires potentiels sur l'axe</li> </ul>	

		Sambre								
	<i>Facteurs limitants</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Convention d'occupation temporaire à signe pour la Maison éclusière de rejet-de-Beaulieu</li> <li>Potentielles autorisations de l'artiste Simon Patterson et de l'architecte Jean-Christophe Denise si des aménagements affectent la structure ou le périmètre de la Maison Forestière Wilfred Owen</li> </ul>								
	<i>Actions à mener</i>	<p>1/ Maîtrise d'œuvre sur la réhabilitation des bâtiments : Octobre 2019 à janvier 2020</p> <p>2/ Signature de la Convention d'Occupation Temporaire de la maison éclusière et de la convention de superposition des chemins de halage</p> <p>3/ Consultation pour les marchés publics de travaux sur la réhabilitation des bâtiments : janvier à mars 2020</p> <p>4/ Exécution des travaux de réhabilitation des bâtiments : avril à juillet 2020</p> <p>5/ Travaux de remise en état des chemins de halage et des circuits vélotouristes. Renforcement du maillage de liaisons douces entre le site Owen et le Canal Sambre-Oise</p> <p>6/ Amélioration et mise en cohérence de la signalétique, actions de communication sur le projet</p>								
<b>CALENDRIER</b>	<i>Période prévisionnelle de mise en œuvre</i>	<table border="1"> <tr> <td><b>2019</b></td> <td><b>2020</b></td> <td><b>2021</b></td> <td><b>2022</b></td> </tr> <tr> <td></td> <td>+++</td> <td>++</td> <td></td> </tr> </table>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>		+++	++	
<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>							
	+++	++								
<b>MODALITES DE SUIVI ET D'EVALUATION</b>	<i>Indicateurs de résultats</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nombre de touristes accueillis</li> <li>Nombre de cish accueillis</li> <li>Retombées économiques sur le territoire concerné</li> <li>Retombées presse</li> <li>Nombre de kilomètres linéaires créés</li> <li>Nombre d'équipements desservis</li> <li>Nombre de randonneurs / touristes accueillis</li> <li>Retombées en termes de promotion et communication</li> <li>Jonction avec les territoires voisins</li> </ul>								
	<i>Critères d'évaluation</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enquêtes ciblées au sein des équipements et des socioprofessionnels du tourisme (hébergeurs, restaurateurs...) concernant la fréquentation, le CA dégagé...</li> <li>Fréquentation des linéaires créés</li> <li>Mesure des retombées économiques</li> <li>Revue de presse</li> </ul>								