

# Stratégie de développement touristique du Pays Bresle Yères



## Rapport final

juillet 2012



# SOMMAIRE

Objectifs et enjeux de la démarche	3
Les grands enseignements du diagnostic	7
Positionnement et axes stratégiques retenus	11
Le schéma d'organisation touristique	29
Les fiches actions	34
Fiche action n°1 – Développement de l'hébergement	37
Fiche action n°2 - Développer et structurer l'offre de tourisme balnéaire	41
Fiche action n°3 - Développer et structurer l'offre de découverte du patrimoine verrier	44
Fiche action n°4 - Développer et structurer l'offre de tourisme Histoire et Patrimoines	50
Fiche action n°5 - Développer et structurer l'offre de tourisme Sports nature	56
Fiche action n°6 – Identité et Communication	62
Fiche action n°7 –Organisation	65
Tableau de synthèse	69
ANNEXES	72
Annexe 1 – Compte-rendu de la table-ronde de diagnostic	73
Annexe 2 – liste des personnes auditées en entretiens	86
Annexe 3 – Compte-rendu du séminaire stratégique	88
Annexe 4 – A propos du Label Art et Histoire	114

# Objectifs et enjeux de la démarche

# Rappel des enjeux et objectifs de la démarche

Une véritable démarche de développement, un plan d'actions partagé :

Structurer et affirmer le tourisme du territoire du Pays Bresle Yères, au sein des destinations principales Côte d'Albâtre et Baie de Somme.

Structuration de l'offre tourisme et loisirs

Création d'actions innovantes

Marketing et communication

Image et Qualité

Attractivité et Efficacité

Une stratégie de développement touristique pour le Pays Bresle Yères :

Un référentiel stratégique qui fixe le cap et donne le cadre

Un référentiel « partagé »

Un référentiel traduit en projet opérationnel et outil d'intervention

Global, Cohérent et Transversal

Concerté, Mutualisé, Partenarial

Mobilisation et implication des acteurs

Une offre à diversifier, structurer et développer

Des démarches marketing offensives à définir et à mettre en œuvre

L'organisation et la coordination des acteurs publics et privés à optimiser et rationaliser

# Une démarche en 3 phases

## Phase 1 : Diagnostic Offre Demande Organisation du Pays Bresle Yères

Durée (hors délai de validation) : 4 mois –  
fin juin à fin octobre 2011

- ❖ Visites critiques
- ❖ Analyses documentaires
- ❖ Entretiens
- ❖ Table ronde

- \* Offre
- \* Demande
- \* Identité et Image
- \* Environnement concurrentiel
- \* Organisation

Diagnostic Forces / Faiblesses / Opportunité / Menaces  
Enjeux et Défis à relever

## Phase 2 : Positionnement et Axes stratégiques

Durée (hors délai de validation) : 3 mois – mi  
janvier à mi avril 2012

1. Réflexion interne et préparation du séminaire
2. **Séminaire stratégique – ateliers thématiques**
3. Réunion de concertation avec le Comité de Suivi
4. Comité de pilotage

- \* Objectifs stratégiques : quel tourisme pour demain ?
- \* Positionnement
- \* Axes stratégiques
- \* Scénarios organisationnels argumentés

Un positionnement clair du territoire touristique du Pays Bresle Yères,  
décliné en axes stratégiques d'action  
Un scénario organisationnel hiérarchisé et construit collectivement

## Phase 3 : Plan d'actions et Schéma d'Organisation territoriale

Durée : 3 mois mi avril – mi juillet 2012

1. Réflexion interne : proposition de l'ossature du programme d'actions et des premières fiches actions
2. Echanges collaboratifs avec le comité technique
3. Comité de pilotage

- \* Programme d'actions
- \* Schéma fonctionnel d'organisation
- \* Fiches actions hiérarchisées et planifiées

**Le tableau de bord des actions à conduire, leur planification, modes opératoires et système d'évaluation**

# Les grands enseignements du diagnostic, en cinq points

1. Le Pays Bresle Yères rassemble des « espaces naturels et historiques » distincts et variés, et possède une diversité d'offres et de filières touristiques, plus ou moins développées
2. Mais il s'agit aujourd'hui d'offres juxtaposées les unes aux autres et qui manquent d'envergure et de visibilité

### ESPACE LITTORAL

Tourisme balnéaire, concentration de l'offre d'hébergement, activités nautiques en mer  
Grands paysages de falaises / Impressionisme

### Villes d'EU et d'Aumale

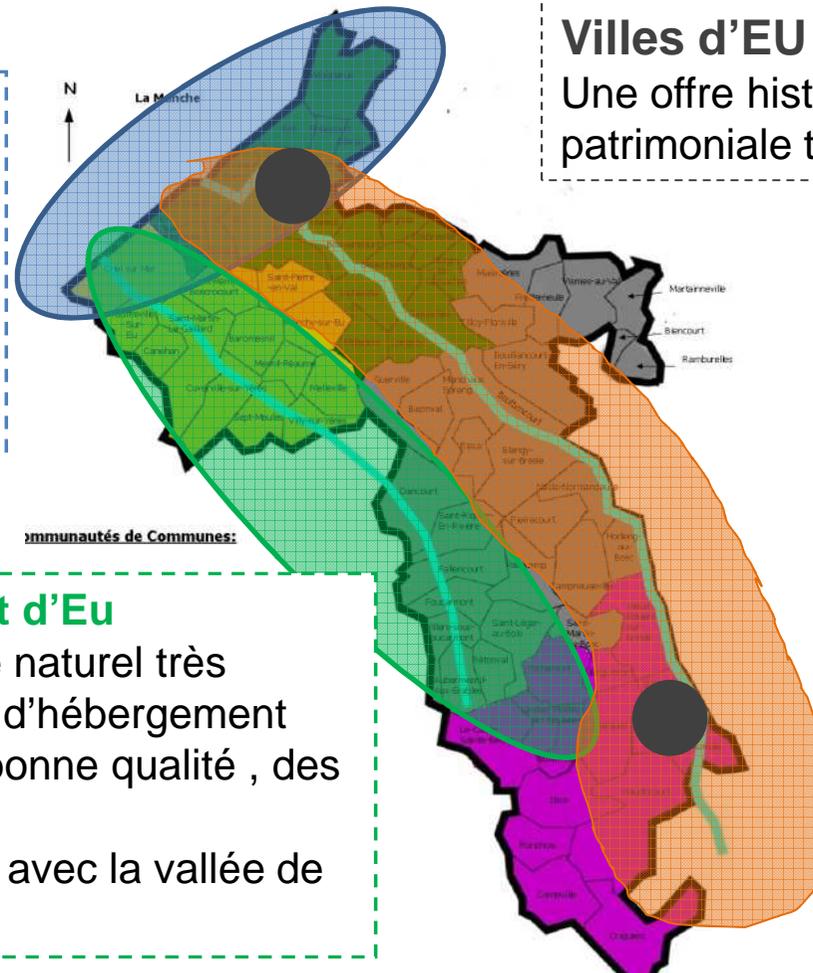
Une offre historique et patrimoniale très riche

### VALLEE DE LA BRESLE

Industrie verrière et étangs, hébergement très peu développé et peu qualitatif hors façade maritime

### VALLEE de l'Yères + forêt d'Eu

Vallée à caractère sauvage naturel très préservé et rural, une offre d'hébergement diffus (peu développé) de bonne qualité, des villages pittoresques  
Offre de randonnée en lien avec la vallée de la Bresle et le littoral



### 3. Alors que d'importants potentiels de développement à partir de ces offres existantes sont identifiés...



**Patrimoine verrier** : réalisation d'un équipement structurant multi sites le long de la vallée de la Bresle.



**Sports nature** : création d'un équipement structurant dans l'arrière pays – station sports nature avec hébergement dédié, A.P.N. : moyen de maillage de l'ensemble du territoire et des thématiques, promotion de la diversité des paysages.



**Tourisme historique et patrimonial** : développement de la thématique sur l'ensemble du territoire avec des pôles phares : Ville d'EU et sa richesse de patrimoines , Aumale.

4. ...ainsi que des chantiers transversaux... : montée en gamme et diversification de l'hébergement, création d'offres ludiques et familiales...

5. ...qui gagneraient à être travaillés à l'échelle du Pays avec une organisation adaptée

## Les grands défis à relever

- ⇒ **Mettre l'offre à niveau des attentes des clientèles** : capacité et qualité de l'hébergement, services associés, produits familiaux et ludiques
- ⇒ **Passer de la juxtaposition actuelle** des espaces naturels et historiques, offres touristiques, évènementiels à **une cohérence d'ensemble et une prise d'envergure à l'échelle du Pays**
- ⇒ **Affirmer l'identité du Pays Bresle Yères** en construisant une offre touristique globale, lisible et visible avec pour piliers les quatre filières stratégiques : tourisme balnéaire, Sports nature, Histoire et Patrimoine, Identité et patrimoine verriers
- ⇒ **Tirer profit de l'appartenance aux destinations touristiques supra** Baie de Somme et Côte d'Albâtre
- ⇒ **S'appuyer sur une organisation touristique adaptée au projet de développement et donc pensée à l'échelle du Pays**

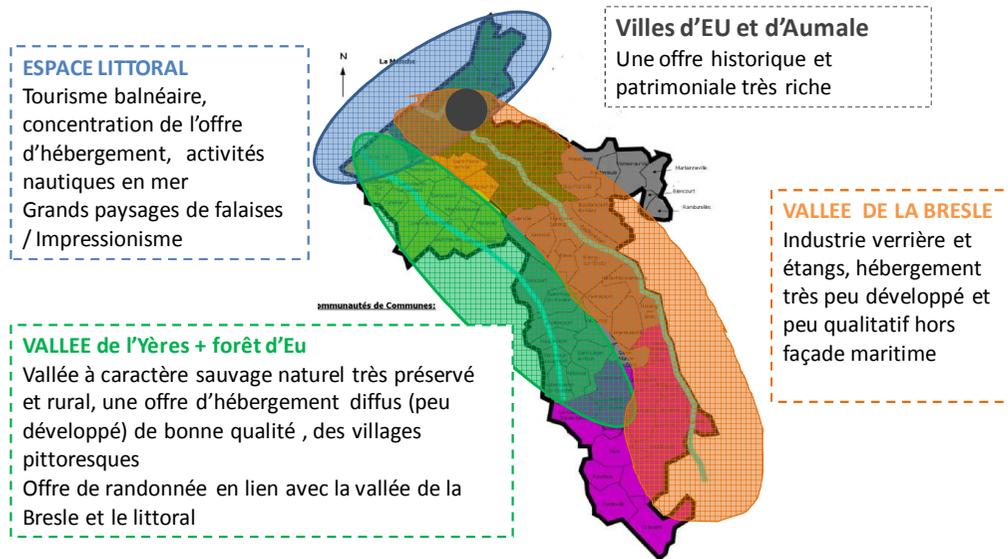
# Positionnement et axes stratégiques retenus

# Le concept

↳ Une offre originale de découverte des patrimoines et des paysages qui mise sur la complémentarité des espaces et des thématiques phares du territoire

Un territoire touristique construit sur la complémentarité des filières et des espaces

Des offres et des espaces juxtaposés :



↳ Une offre qui intègre pleinement

⇒ les lignes des destinations supra : Côte d'Albâtre et Baie de Somme

⇒ les attentes des clientèles cibles, à savoir les familles, les séniors et les groupes

↳ Un plus qui fait la différence : le patrimoine verrier

# L'ambition

2012

Aujourd'hui : un tourisme peu développé au regard des potentiels

- Un espace littoral attractif mais un tourisme très peu développé dans l'arrière pays
- Une position de frontière plus que de centre touristique
- Une diversité d'offres potentielles mais non travaillées en complémentarité à l'échelle du Pays
- Des scores de fréquentation faibles

2015

Le Pays Bresle Yères : une composante incontournable des destinations Baie de Somme et Côte d'Albâtre

- ↳ Une mise sur les complémentarités et contrastes du Pays, espaces et filières pour proposer
- Une offre touristique originale globale en phase avec
  - les attentes des clientèles : concept original de découverte touristique + offre hébergement et services + produits packagés
  - les destinations supra – déclinaison des thèmes et des actions mis en œuvre par la Baie de Somme et la Côte d'Albâtre
- un produit spécifique, démarquant car complémentaire à ceux des territoires voisins : la valorisation touristique du patrimoine verrier

2018

« The place to be », base de séjour privilégiée pour la découverte des destinations Baie de Somme et Côte d'Albâtre

- ↳ Une offre hébergement / services / activités **innovante** sur les offres clés (verre, sports et nature, histoire et patrimoine, littoral et grands paysages) **avec hébergements thématiques originaux**
- ↳ Des produits parfaitement calibrés pour les clientèles cibles
- ↳ Qualité de l'hébergement et de l'accueil exemplaire
- ↳ Des produits packagés permettant la découverte du Pays et la découverte des deux destinations Baie de Somme et Côte d'Albâtre

Structuration de l'offre, niveau d'ambition touristique, niveau de contribution du tourisme à l'économie du territoire, niveau d'organisation intégrée à l'échelle du Pays

2012

2015

2018

Aujourd'hui : **un tourisme peu développé au regard des potentiels**

Le Pays Bresle Yères : **une composante incontournable des destinations Baie de Somme et Côte d'Albâtre**

« **The place to be** », **base de séjour privilégiée** pour la découverte des destinations Baie de Somme et Côte d'Albâtre

👉 **Ex : traduction du projet du Pays Bresle Yères dans le cadre construit pour le nouveau SRDT Picardie**

*Le nouveau SRDT Picardie validé en juin 2011 définit comme suit les positionnements et niveaux d'ambition des territoires touristiques picards :*

**TERRITOIRE DE DECOUVERTE TOURISTIQUE**

- des **composantes identitaires discrètes mais riches**
- des sites, équipements, animations ou encore des « curiosités » **dignes d'intérêt et qui méritent le détour**
- des caractéristiques et des offres à **forte valeur émotionnelle et identitaire** qui, **mises en scène**, nourriront l'imaginaire et la mémoire du visiteur et dont il aimera parler à ses amis
- ne dispose pas des autres caractéristiques d'une destination telle que le nom (la « marque »), les équipements adaptés, ...

**PORTE D'ENTREE TOURISTIQUE**

- **un nom (une « marque ») connu et reconnu, ou le territoire ou un site / équipement ou un évènement)**
- **Des spécificités territoriales attractives**
- **un centre urbain important disposant d'attractivités particulières**

**DESTINATION TOURISTIQUE**

- **une réalité identitaire forte**
- **une offre touristique** : aménagements, d'équipements, animations et prestations diversifiés et de qualité
- **un nom (une « marque ») connu et reconnu**, porteur de sens et de valeurs, qui génère une réelle attractivité sur une clientèle suffisamment significative en termes de volume pour représenter un marché touristique
- **Des outils de gouvernance et des moyens financiers couvrant l'ensemble du territoire de rayonnement et de consommation d'un touriste**

Pour le Pays Bresle Yères le premier niveau d'ambition fixé à horizon 2015 est celui de la porte d'entrée touristique. Par la suite (2018) le territoire pourra évoluer vers une véritable destination touristique en jouant la carte des deux destinations Baie de Somme et Côte d'Albâtre et en se distinguant par l'originalité et la qualité de son offre.

# Un territoire pleinement intégré dans les destinations supra pour tirer profit de la double appartenance du Pays Normandie Côte d'Albâtre / Picardie

## Côte Picarde-Baie de Somme

### Constat :

Le Pays Bresle Yères se trouve à la jonction des territoires normand et picard, à cheval sur deux régions, deux départements et deux destinations touristiques promues au niveaux départemental et régional : la Côte Picarde - Baie de Somme et la Côte d'Albâtre.

Les entretiens et la table ronde de diagnostic ont fait ressortir que les acteurs du Pays vivent leur territoire comme « à la frontière de », « au bout de » voire « à la marge de », et perçoivent des difficultés pour se faire reconnaître en tant que territoire touristique.

La Côte Picarde – Baie de Somme et la Côte d'Albâtre sont souvent désignées comme « les territoires voisins » alors que dans les faits le Pays appartient à chacune de ces deux entités.

### Positionnement stratégique du Pays Bresle Yères :

La double identité sino marine et samarienne du Pays, de part et d'autre de la vallée de la Bresle, peut constituer un atout de taille pour son développement touristique. Il s'agit de valoriser cette identité et de jouer sur l'appartenance à deux destinations dynamiques pour booster l'activité touristique du Pays. Le but n'est donc pas pour le Pays Bresle Yères de se penser comme destination touristique à lui seul mais de devenir un territoire de poids au sein de chacune des destinations existantes et de se rattacher fortement aux marques touristiques Normandie et Picardie.

Cela nécessite d'intégrer dans la stratégie du Pays les lignes de développement de ces destinations afin d'y constituer un territoire touristique reconnu et attractif, côté normand et côté picard.



## Normandie et Picardie : deux régions aux personnalités touristiques affirmées et des vecteurs de promotion à exploiter

La Normandie (Basse Normandie et Haute Normandie) occupe la 8<sup>ème</sup> place des régions touristiques en France pour les séjours des français et la 4<sup>ème</sup> place pour les courts séjours.

La Picardie est elle au 16<sup>ème</sup> rang des régions françaises en termes de nuitées marchandes mais connaît une croissance forte supérieure à la moyenne nationale, attribuable au travail de fond entrepris par la région sur ce secteur.

Chacune des régions possède une stratégie et des outils de développement touristique : schémas de développement et dispositifs d'aide et d'accompagnement associés, plan marketing France et International, et des outils opérationnels de promotion : les Comités Régionaux du Tourisme qui travaillent en collaborations avec les Comités Départementaux du Tourisme.

On peut citer pour chacune des régions les principaux dispositifs de promotion suivants :

- Sites internet, mettant en avant
  - des destinations dont la Côte Picarde Baie de Somme et la Côte d'Albâtre
  - des thématiques : Normandie = Parcs et jardins, Culture et patrimoine, Normandie mémoire, Normandie côté nature ; Picardie = Parcs et jardins, loisirs de pleine nature, tourisme de mémoire, patrimoine et culture, tourisme et handicap
  - des produits ciblés : Escapades à vivre pour Re-vivre côté normand, week-ends Esprit de Picardie côté picard
- Des médias d'envergure comme le magazine Esprit de Picardie qui compte plus de trois millions de lecteurs
- Des brochures et autres supports papier



## Deux destinations touristiques dynamiques : Côte Picarde - Baie de Somme et Côte d'Albâtre

Ces deux destinations sont des destinations balnéaires qui bénéficient d'un attrait fort auprès de clientèles, d'autant plus qu'elles se situent à proximité de régions fortement peuplées et urbanisées, et donc de bassins de clientèles importants pour du court séjour.

Chaque destination possède sa ligne de développement et de produits à promouvoir. Les principales thématiques mises en avant sont :

### Pour la Côte d'Albâtre :

- Ressourcement
- Nature et Terroir
- Activités sports nature et mer
- Falaises et impressionnisme

### Pour la Côte Picarde – Baie de Somme :

- Les grands espaces
  - Baie de Somme – Grand Site
  - Grands espaces, mobilités douces et sports
- Développement durable / ressourcement
- La qualité de l'accueil – l'esprit picard

La place du Pays Bresle Yères au sein des produits promus par les CRT / CDT et des destinations a été étudiée en phase de diagnostic.

Il en ressort une faible représentation du Pays et une marge de progression importante :

- Côté picard : 90 offres proposées pour la destination Côte Picarde – Baie de Somme, dont 9 en Pays Bresle Yères, soit 10 % de l'offre
- Côté normand : 122 idées week-end proposées pour la destination Côte d'Albâtre sur le site du CDT76, dont 7 en Pays Bresle Yères, soit 5.7 % de l'offre de la destination, et un seul hors littoral – cité royale d'Eu

#### Axes de développement :

Il s'agit donc pour le Pays Bresle Yères **d'affirmer son appartenance aux deux régions et aux destinations** et de travailler de manière approfondie son offre **autour des thématiques phares** portées par ces entités :

- ⇒ Valorisation sur l'ensemble du territoire, littoral et arrière pays, de la thématique de la **découverte des grands paysages** (plages et falaises, vallées et rivières, forêt) et de la **pratique sportive**
- ⇒ Développement d'offres de **découverte des patrimoines identitaires** et de **ressourcement – bien être**
- ⇒ Travail de proposition systématique aux CDT / CRT d'offres **adaptées à leurs critères**

Cela nécessite aussi de proposer une offre en hébergement et services associés à la hauteur des attentes des clientèles et donc **d'ouvrir un chantier de mise à niveau de l'offre : qualité et capacité des hébergements, intégration de services associés** (exemple : prestations bien-être, location de vélos, carte d'hôte...etc.).

**Ce travail permettra au Pays de mieux mobiliser les moyens de promotion et de commercialisation des territoires supra : lignes de produits, sites dédiés, médias**

# Construire une offre originale de découverte des patrimoines et des paysages basée sur la complémentarité des espaces et des thématiques phares du territoire

Constat : Le Pays possède de nombreux potentiels touristiques. Des sites et des produits sont développés : le funiculaire du Tréport, les deux musées du verre, le musée Louis Philippe au château d'Eu, les circuits de randonnées...

## MAIS

### Ces offres sont juxtaposées et non additionnées

Ces offres sont encore juxtaposées les unes aux autres, sans travail d'ensemble à l'échelle du Pays. Un manque de lien important est constaté :

- entre le littoral et l'arrière pays pour d'une part inciter les visiteurs du littoral à découvrir l'arrière pays et d'autre part renforcer l'offre du littoral en la « colorant » par les richesses de l'arrière pays
- entre les deux vallées : le contraste des deux vallées est aujourd'hui très peu valorisé alors qu'il peut constituer un point d'intérêt touristique. La forêt d'Eu qui sépare les deux vallées constitue également un potentiel certain
- entre les différents points d'intérêt le long de la vallée de la Bresle : entre les villes d'Eu et d'Aumale sur les aspects historiques et patrimoniaux, entre les deux musées du verre, entre les différentes bases de loisirs...etc.

## et ne constituent pas aujourd'hui des éléments structurants

Les scores de fréquentation observés pour les sites et manifestations sont relativement modestes :

- environ 10 000 visiteurs pour les musées du verre
- environ 13 000 visiteurs pour le château d'Eu,
- environ 7000 visiteurs pour les fêtes du verre

Le constat est donc posé d'un manque d'équipements touristiques structurants sur le territoire permettant un rayonnement important.

Pour mettre en perspective ces chiffres de fréquentation, voici ci-contre la classification établie par ATOUT France concernant le développement touristique des territoires ruraux (*in Réussir son projet de développement touristique en espace rural, 2008*) qui met en évidence les scores de fréquentation cibles : 10 000 visiteurs pour une vocation loisirs, 35 à 50 000 visiteurs pour une vocation excursion, 50 000 visiteurs pour une destination séjour :

	Vocation loisirs	Vocation excursion, étape	Vocation destination de séjour
<b>Fréquentation d'un site ou d'un équipement touristique</b>	Au moins 1 site à + de 10 000 visiteurs	Au moins 1 site à + de 50 000 visiteurs ou 2 sites à + de 35 000 visiteurs	Au moins 1 site à + de 50 000 visiteurs et plusieurs sites à + de 10 000 visiteurs
<b>Qualité paysagère du territoire</b>	A minima paysage semi ouvert	A minima paysage semi ouvert	Paysage entretenu, largement accessible
<b>Existence d'un bassin de clientèle urbaine à proximité</b>	Appartenance à une aire urbaine d'au moins 70 000 habitants	Appartenance à une aire urbaine d'au moins 120 000 habitants ou situé à moins d'1h30	Pour le court séjour : aire urbaine de 120 000 habitants ou situé à moins de 2h30
<b>Proximité d'infrastructures de transports</b>		Bonne desserte autoroutière (échangeur à moins d'1h) et/ou ferroviaire	
<b>Capacité d'Hébergement, taux de touristicité</b>			Offre diversifiée d'hébergements, indice de touristicité > 1.5
<b>Dynamique économique</b>	Économie diversifiée Logique de consolidation d'activités en place	Économie diversifiée, diversification de l'économie du territoire	Le tourisme est ou peut devenir une activité dominante

### Positionnement stratégique du Pays Bresle Yères :

Il s'agit donc pour le Pays Bresle Yères de développer des offres à l'échelle du Pays et de s'appuyer sur les potentiels offerts par cette nouvelle échelle de travail pour donner aux nombreux potentiels de l'envergure et une ambition touristique forte.

Travailler à cette échelle de territoire ouvre en effet la possibilité d'apporter un réel plus à l'attractivité touristique en jouant sur les différences, les contrastes et les complémentarités à la fois entre les filières et entre les différents espaces. C'est par ce travail de recherche de complémentarités qu'une cohérence touristique d'ensemble pourra permettre de démarquer progressivement le Pays afin d'en faire un lieu original de découverte et une destination de séjour privilégié.

Le positionnement de l'offre du Pays est donc à la rencontre des thématiques phares des destinations supra et des filières stratégiques spécifiques au territoire et est centré sur la proposition d'expériences originales de découvertes des espaces et patrimoines.

### Axes de développement :

▪ *Les thématiques structurantes des destinations supra à décliner dans les offres du Pays Bresle Yères :*

⇒ découverte des grands paysages (plages et falaises, vallées et rivières, forêt) et de pratique sportive

⇒ découverte des patrimoines identitaires

⇒ Ressourcement et bien être

▪ *Les filières stratégiques retenues pour le territoire*

1. Tourisme balnéaire

2. Tourisme Histoire et patrimoine

3. Tourisme Patrimoine verrier

4. Tourisme Sports nature

## ⇒ Conforter l'offre de tourisme balnéaire

### Pourquoi le tourisme balnéaire ?

Le littoral et ses spécificités, plages et falaises, constitue le point d'attrait le plus évident du territoire et des destinations Côte d'Albâtre et Côte Picarde Baie de Somme. Mais disposer d'un beau littoral ne suffit plus, il faut y proposer une offre attractive, remise au goût du jour et en phase avec les attentes des clientèles.

### Axes de développement Tourisme balnéaire:

En proposant des offres mieux adaptées aux attentes des clientèles et plus attractives :

- Des produits de découverte authentique qui permettent de démarquer le littoral du Pays Bresle Yères : en liant l'offre littoral aux autres espaces de l'arrière pays (jeu sur les contrastes) et aux thématiques phares retenues : verre, histoire et patrimoine, sports nature
- Des hébergements en adéquation avec les attentes des clientèles :
  - o Hôtellerie : besoin de rénovation de nombreux établissements, augmentation de la capacité hôtelière pour l'accueil des groupes qui pose aujourd'hui problème
  - o Hôtellerie de plein air : besoin de rénovation et d'accompagnement au nouveau classement, besoin de création d'équipements sur les sites : espaces bien-être, piscines chauffées...etc.
  - o Gîtes et chambres d'hôtes : incitation au développement de ce type d'hébergement de qualité sur le littoral, recherché par d'autres types de clientèles que celles de l'hôtellerie et de l'hôtellerie de plein air
- Développement des services associés à l'hébergement : location de vélo, prestations bien être et terroir, mise en place d'une carte d'hôte...
- Offres familiales et ludiques : le Pays compte très peu d'offres structurées à destination des familles et jeunes alors qu'il s'agit d'une clientèle potentielle importante
- Offres activités de découverte des grands paysages et de la nature, conformément aux orientations des destinations Côte d'Albâtre et Côte Picarde – Baie de Somme
- Offre ressourcement et bien être

## ⇒ Développer l'offre Histoire et Patrimoine du Pays

### Pourquoi le tourisme Histoire et Patrimoine ?

Composé des deux territoires historiques du Comté d'Eu et du Duché d'Aumale, le Pays Bresle Yères possède un patrimoine riche et de qualité, témoin des différentes époques et activités du territoire, depuis le site archéologique de Briga Bois l'Abbé au Château d'Eu, en passant par la forêt, le patrimoine verrier et le patrimoine vernaculaire de la vallée de l'Yères.

Parmi les sites et patrimoines remarquables on peut citer:

- Le château d'Eu de par le bâti et le parc existants, et de par l'histoire du château : Louis Philippe et le 19<sup>ème</sup> siècle, l'Entente Cordiale, le Brésil...etc.
- Le site de bois l'Abbé où la participation des touristes aux fouilles est possible en saison
- Le Théâtre du Château : ouverture du théâtre pour des visites, rencontres des comédiens, ouverture des répétitions
- La Forêt d'Eu : histoire des premières verreries, poteaux en fonte
- Les vallées de l'Yères et de la Bresle et le patrimoine lié à l'eau
- Les vitraux en vallée de l'Yères
- Le centre historique d'Aumale

### Axes de développement Histoire et Patrimoine :

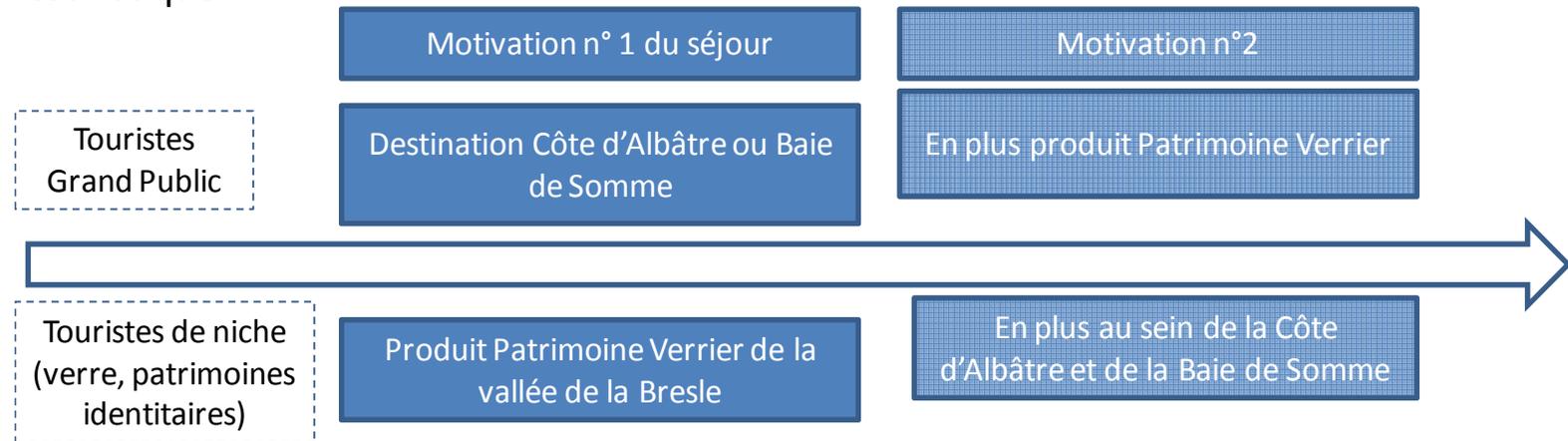
- Rendre le Pays visible sur l'offre Histoire et Patrimoine : vers un label Art et Histoire ?
- Structurer cette offre afin de la rendre mieux lisible et attractives :
  - Autour de pôles structurants qui pourraient être Eu et Aumale
  - Autour de circuits de découverte aménagés sur l'ensemble du territoire (par la route pour les groupes seniors, par des sports nature)

## ⇒ Créer l'offre verre, phare du territoire

### Pourquoi un produit touristique autour du verre ?

Le verre constitue l'élément identitaire et différenciateur du territoire. La découverte de cette identité et de patrimoine singuliers vient s'inscrire de manière forte et remarquable en complément des autres thématiques et de l'inscription du Pays dans les destinations supra.

Ce thème a déjà été étudié et fait l'objet d'une étude parallèle sur le patrimoine verrier et sa valorisation touristique.



### Axes de développement Patrimoine verrier:

- Création d'un produit de découverte touristique autour du verre, multi sites et adapté à plusieurs cibles (adultes et enfants, séniors, spécialistes...) : mise en cohérence des lieux existants (les deux musées du verre), création de nouveaux lieux (Nesle Normandeuse) , création d'un circuit le long de la vallée de la Bresle, valorisation de l'ensemble du territoire en incluant la vallée de l'Yères et la forêt d'EU.
- Mise en place d'un événementiel unique autour du verre sur le territoire afin de gagner en envergure – uni ou multi date(s)

## ⇒ Faire du Pays Bresle Yères une destination de « sports nature intelligents »

### Pourquoi développer les sports nature en Pays Bresle Yères ?

Le Pays Bresle Yères est déjà le terrain de pratique d'un grand nombre de sports de nature : pêches (mer, rivière, étang, à pied), nautisme – mer, bases nautiques sur les étangs de la Bresle, circuits de randonnées vélo et pédestre, centres équestres... L'idée est de pourvoir le territoire d'une offre visible et structurante dans ce domaine.

Les sports nature sont de plus une opportunité de mailler le territoire et ses différents sites par les des cheminements thématiques permettant la découverte des patrimoines et des paysages, ce qui est parfois traduit par le terme « randonnées intelligentes ».

Les sports nature sont aussi un moyen de liaison avec les territoires voisins, exemple : réseau cyclable développé par la Baie de Somme qui pourrait être prolongé en Pays Bresle Yères.

Il est à noter que l'arrière pays côté normand est intégré dans une troisième destination promue par le CDT de Seine Maritime et le CRT Normandie : « **Campagne Seino marine** » **fortement axée sur les sports nature** : l'Avenue verte, randonnées vélo et pédestre. Le Pays a donc également un intérêt à intégrer les actions développées au niveau de cette destination intérieure.

## Axes de développement Sports nature :

- Vérifier l'opportunité et la faisabilité d'une station sport nature dans l'arrière pays, lieu de séjour privilégié des touristes sportifs, lieu de pratique à la journée ou la demi journée
- Mailler l'ensemble du territoire et des points d'intérêt par des circuits sports nature, mettre en place une signalétique adaptée et qui réfère à l'identité du Pays et des Communautés de communes
- Thématiser les circuits de découverte sur les composantes retenues : identité et patrimoine verriers, littoral et grands paysages, histoire et patrimoine.
- Animer le territoire sur cette thématique : un évènementiel de type « découvrir le patrimoine par la pratiques des sports nature », à destination des habitants et des régions proches (Nord Pas de Calais, Normandie, Ile de de France, Picardie)

## ⇒ Travailler le positionnement du Pays autour de quatre filières stratégiques et complémentaires



# Les axes stratégiques du projet de développement touristique du Pays Bresle Yères

## **Axe 1 : Adapter les offres aux attentes des clientèles**

- Qualité et capacité des hébergements, qualité des services associés
- Développement d'offres familiales et ludiques
- Montage de produits touristiques packagés alliant les points forts de l'offre PBY et débordant sur les autres points d'intérêt des destinations Côte d'Albâtre et Baie de Somme complémentaires

## **Axe 2 : Construire une offre originale de découverte des patrimoines et des paysages basée sur la complémentarité des espaces et des filières phares à l'échelle du Pays**

Pour chacune des filières stratégiques (Tourisme balnéaire, Tourisme Histoire et patrimoine, Tourisme sports de nature, Tourisme patrimoine verrier)

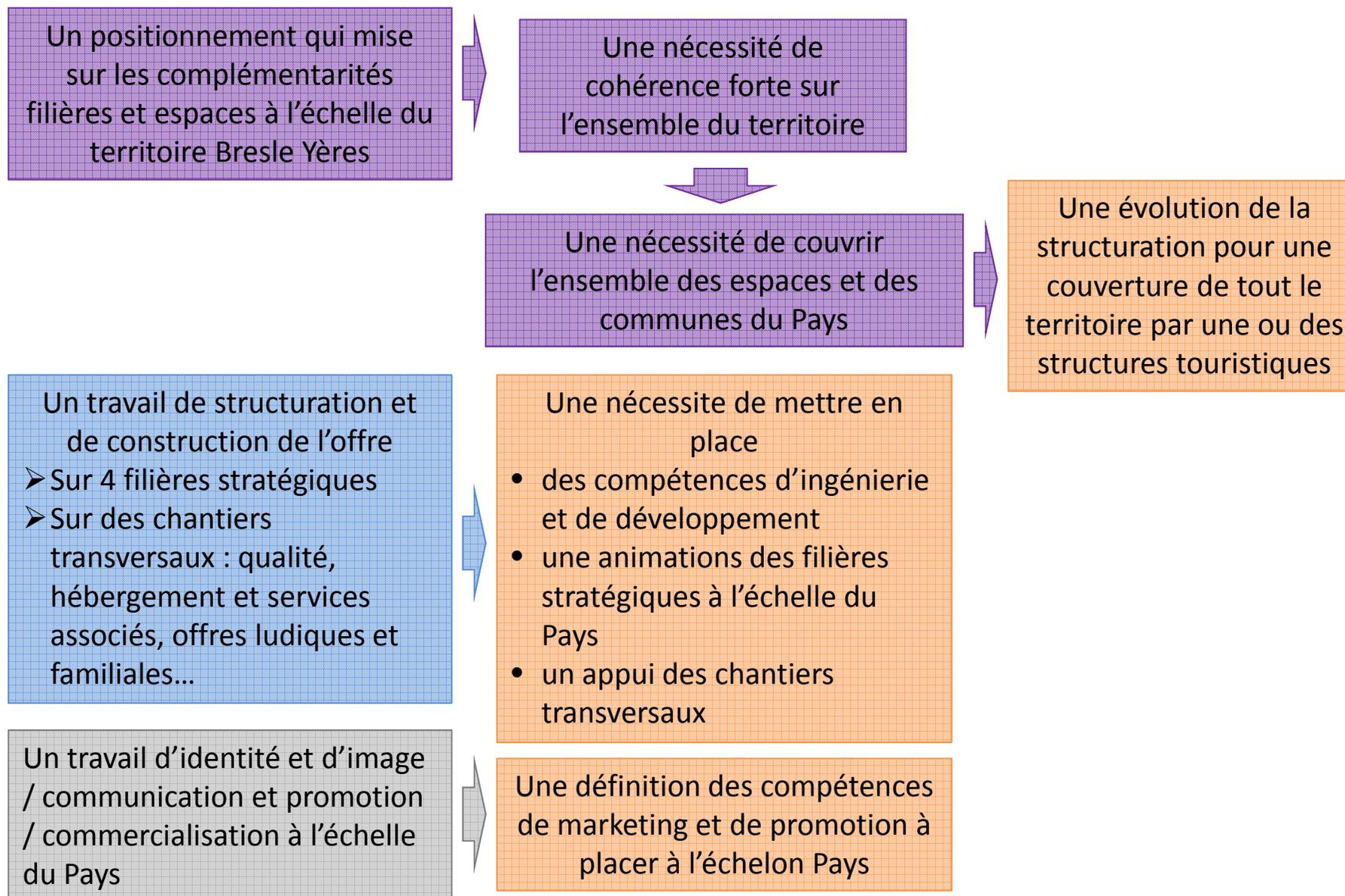
- prendre appui sur un ou deux espaces, équipements, aménagements voir produits existants ou à créer, en tant que vitrine, fer de lance de la filière
- Création d'un évènementiel d'envergure
- Mailler le territoire (lien littoral / arrière pays , liens 2 vallées et forêt), exploiter les liens entre les thématiques et les espaces

## **Axe 3 : Affirmer l'identité du Pays et mieux « se vendre » auprès des clientèles et des intermédiaires**

- En interne, actions et communication vers les habitants
- Promotion, communication groupée Pays vers les marchés
- Signalétique Pays sur les sites et les circuits de découverte
- Utilisation des médias régionaux et départementaux, Office(s) de Tourisme

# Le schéma d'organisation touristique

# Une organisation au service d'un projet



# Qui doit intégrer les réformes récentes

Extraits - Critères de classement des Offices de tourisme entrant en vigueur le 1er janvier 2014 :

## Catégorie III

- ✗ échelle locale
- ✗ Structure de petite taille
- ✗ au moins 1 responsable
- ✗ Missions : animation des professionnels, accueil et information des visiteurs
- ✗ minimum 120 jours d'ouverture
- ✗ outils requis
  - ✓ documentation papier en 1 langue étrangère minimum
  - ✓ site Internet bilingue

## Catégorie II

- ✗ bassin de consommation touristique
- ✗ Structure de taille moyenne
- ✗ au minimum 1 responsable et 1 conseiller séjour
- ✗ Propose des services variés plus importants, politique de promotion ciblée, mise en oeuvre d'outils d'écoute de la clientèle
- ✗ minimum 240 jours d'ouverture
- ✗ offre de services de nature à générer des ressources propres
- ✗ outils requis
  - ✓ documentation papier en 2 langues étrangères minimum
  - ✓ site Internet trilingue
  - ✓ accès wifi
- ✗ objectifs qualité via des procédures concernant la GRH, l'accueil, l'info.

## Catégorie I

- ✗ zone de flux touristique naturel important de provenance nationale ou internationale
- ✗ Structure de type entrepreneurial ayant vocation à fédérer les professionnels et à développer l'économie touristique de sa zone d'intervention
- ✗ équipe polyglotte, des ressources humaines spécialisées et structurées: 1 directeur et des conseillers thématiques (en séjour, en promotion, en événementiel...)
- ✗ Actions de promotion à vocation nationale ou internationale, outils de promotion ciblés et mise en oeuvre d'outils d'écoute de la clientèle
- ✗ minimum 305 jours d'ouverture
- ✗ mise en place d'une politique commerciale permettant des ressources propres
- ✗ outils requis
  - ✓ documentation papier en 2 langues étrangères minimum
  - ✓ site Internet trilingue
  - ✓ accès wifi
  - ✓ services sur téléphonie mobile
- ✗ démarche qualité des services : labels, certifications...

## 2 scénarios développés selon le niveau d'intégration souhaité à l'échelle du Pays

Scénario 1 : mise en place d'Offices de Tourisme communautaires et d'une mission Pays de coordination et d'appui – **le mieux adapté à court terme**

Scénario 2 : Création d'un Office de Tourisme intercommunautaire

## Descriptif du scénario 1 : mise en place d'Offices de Tourisme communautaires et d'une mission Pays de coordination et d'appui

### Communautés de communes

#### Création de 4 OT intercommunaux

- couverture de 100% du territoire du Pays
- au moins 1 Office de 1<sup>ère</sup> catégorie : Bresle Maritime, station classée du Tréport
- ✓ Prise de compétence « Office de Tourisme » par chacune des 4 Communautés de Communes
- ✓ Missions et compétences
  - **accueil et information**
  - **Promotion**
  - **animation**
  - **ingénierie et montage de produits.**

*cas de l'OT de Criel sur mer – Vallée de l'Yères : renforcer les missions d'ingénierie et de montage de produits et de lui donner un objectif de coordination avec les trois autres Offices.*

### PAYS

#### Création d'une Mission Tourisme Pays

- ✓ portée par le Syndicat Mixte de Pays ou une autre structure à déterminer
- ✓ Missions et compétences
  - **coordination** des actions des 4 OT intercommunaux
  - **promotion** commune, sur le principe d'un PAT
  - **animation** de clubs filières associant techniciens des OT et socio professionnels concernés sur les 4 filières stratégiques (balnéaire, patrimoine verrier, histoire et patrimoine, sports nature)
  - **ingénierie de projet** pour un appui aux projets structurants
  - **appui aux chantiers transversaux** (hébergement)
  - Veille et observation de l'activité touristique sur le territoire du Pays

# Les fiches actions

**Axe 1 : Adapter les offres aux attentes des clientèles**

**Fiche action 1 : HEBERGEMENT**  
Adapter l'hébergement aux attentes des clientèles et développer la capacité d'accueil dans l'arrière pays

**Axe 2 : Construire une offre originale de découverte des patrimoines et des paysages basée sur la complémentarité des espaces et des filières phares à l'échelle du Pays**

**Fiche action 2 : OFFRE**  
Développer et structurer l'offre de tourisme balnéaire

**Fiche action 3 : OFFRE**  
Développer et structurer l'offre de découverte du patrimoine verrier

**Fiche action 4 : OFFRE**  
Développer et structurer l'offre de tourisme Histoire et Patrimoines

**Fiche action 5 : OFFRE**  
Développer et structurer l'offre de tourisme Sports de nature

**Axe 3 : Affirmer l'identité du Pays et mieux « se vendre » auprès des clientèles et des intermédiaires**

**Fiche action 6 : IDENTITE ET COMMUNICATION**  
Développer l'image touristique du pays, communiquer, monter des produits et les vendre

**Axe 4 : S'organiser pour**

**Fiche action 7 : ORGANISATION**  
Structurer les missions touristiques à l'échelle du Pays avec les Communautés de Communes

# Préambule

L'ensemble des fiches actions est rédigé

- ✓ en se basant sur le préalable de la mise en place de l'organisation touristique préconisée, à savoir création des quatre offices de tourisme intercommunaux et d'une mission de coordination et d'appui au niveau du Pays (cf. fiche action 7)
- ✓ Du point de vue de l'action à mener au niveau du Pays dans la définition des actions elles-mêmes et des budgets associés

# Fiche Action n°1 : HEBERGEMENT

## Adapter l'hébergement aux attentes des clientèles et développer la capacité d'accueil dans l'arrière pays

**AXE 1 : Adapter les offres aux attentes des clientèles**

**Niveau de priorité : 2**

**Maîtrise d'ouvrage : Syndicat Mixte du Pays Bresle Yères**

**Pilote opérationnel : Mission Tourisme du Pays Bresle Yères (action 7)**

### Contexte et justificatifs

*L'adaptation de l'hébergement touristique aux attentes des clientèles et le développement de la capacité d'accueil dans l'arrière pays est identifié comme un chantier transversal prioritaire pour le territoire du Pays Bresle Yères,*

*La mise à niveau de l'offre vis-à-vis des attentes des clientèles constitue en effet l'un des grands défis à relever pour le territoire : capacité et qualité des hébergements, services associés, accueil des familles et développement d'offres thématiques en liaison avec les grandes filières et thématiques phares du projet touristique à l'échelle du Pays.*

*Cette mise à niveau passe par un renforcement général de la qualité et un renforcement de la capacité en arrière pays : il ne s'agit cependant pas de développer une offre haut de gamme, mais de répondre de manière qualitative et adaptée en offrant aux clientèles touristiques du Pays : familles, seniors et groupes, des prestations modernes, de confort, de services et les équipements annexes en phase avec leurs attentes.*

### Objectifs

- Renforcer l'offre d'hébergements adapté à l'accueil des familles : rénovation, développement de l'offre locative, équipements annexes de loisirs, services et animations.
- Améliorer l'offre hôtelière : rénovation, augmentation des capacités adaptées à l'accueil de groupes, développement de services,
- Développer l'offre d'hébergements dans l'arrière-pays : favoriser la création d'hébergements de charme diffus de type gîtes ruraux et chambres d'hôtes, et la création d'hébergements individuels et de groupes thématiques.

▪ **Impulsion et accompagnement à l'amélioration des hébergements et à la création d'offre d'hébergements** susceptibles de nécessiter la mise en place de partenariats publics/privés ou un portage privé :

❖ **Améliorer les hébergements existants :**

- **Réunions de sensibilisation des propriétaires publics et privés d'hébergements avec pour objectifs :**
  - de démontrer l'intérêt qu'ils ont à adapter et moderniser leurs structures et à participer aux dispositifs et démarches de qualité (plan qualité tourisme, labels) : développement de locatifs, équipements de loisirs type piscine et espace bien-être, services et animations
  - de les informer sur les politiques d'aides auxquels ils peuvent prétendre et sur les démarches d'accompagnement qui peuvent être mises en place dans la conduite de leurs projets et le montage des dossiers.
- **Visites individuelles** auprès des hébergeurs intéressés par la démarche, permettant de réaliser un diagnostic détaillé de la situation et d'identifier les actions à entreprendre, leurs coûts et le plan de financement prévisionnel dans le cadre des dispositifs existants. Ces visites donneront lieu à la mobilisation de partenaires en fonction du type d'hébergement concerné : Gîtes de France, CCI, Clévacances, Préfecture, Chambres d'agriculture ...
- **Accompagnement au montage de projet** : vérification de l'adéquation projet / attentes des clientèles sur l'hébergement lui-même et sur les services associés : réseau de téléphonie mobile, wi fi...
- **Accompagnement dans les démarches de montage de dossiers de demande de financement** : en relai et collaboration avec les structures départementales, régionales et nationales (CDT, CRT, CCI ...)
- **Accompagnement dans les démarche de demande d'attribution de classement ou de labels**

❖ **Créer des hébergements thématiques, insolites et de caractère individuels et groupes dans l'arrière-pays :**

- **Hébergements insolites, gîtes ruraux, chambres d'hôtes et hôtellerie de caractère,**
- **Espace d'hébergements et d'activités de loisirs et d'activités de plein air** à destination des adultes, des enfants et des adolescents de type « Resort Nature » y compris hébergements adaptés à l'accueil de petits groupes familiaux et d'amis
- **Hôtellerie de grande capacité et gîtes d'étape et de séjour** adaptés à l'accueil de groupes constitués d'adultes, seniors, scolaires et sportifs (activités de pleine nature : pêche, vélo, équitation)

## Contenu de l'action

- ❖ **Action vers les communes possédant un hébergement de plein air** : accompagnement des projets de rénovations, aide technique pour le choix du mode de gestion : DSP, BEA...
- ❖ **Mise en place d'un schéma d'accueil des campings cars** : recours à un prestataire pour l'élaboration d'un schéma d'accueil partagé puis accompagnement des collectivités pour la mise en oeuvre
- ❖ **Favoriser la création de nouvelles capacités d'accueil par l'intervention publique : recherche d'investisseurs si nécessaire et soutien de l'initiative privée**, notamment :
  - **Projet d'hébergements sur le site du Lieu Dieu** (cf action 5) adapté à l'accueil de groupes d'enfants ou jeunes, et de familles
  - **Création d'un hébergement thématique « Bien-être »** : réflexion à relier au développement de la thématique balnéaire sur la développement de produits ressourcement (cf action 2) , et au projet de centre aquatique
  - **Gîtes d'étape et de séjour thématiques, individuels et de groupes** : repérage des bâtiments vacants et de leurs propriétaires, réalisation des études préalables, puis élaboration d'appels à projets privés ou réalisation des investissements avec DSP pour la gestion.
- **En relais local et en collaboration étroite** avec les CDT, les collectivités du Pays les chambres consulaires + autres partenaires à relayer : CRT, Conseil Général, Conseil Régional (\*2)
- **Repérer les opportunités foncières** (terrain et/ou bâti à reconvertir) en collaboration avec chaque communauté de communes (relai des communes)
- Identifier et mettre en place des **démarches de communication spécifiques** à destination d'investisseurs et gestionnaires potentiels
- **Accompagner les porteurs de projet privés** en les guidant vers les partenaires techniques et financiers.
- ❖ **Animer le réseau des hébergeurs du Pays Bresle Yères** : coordination et mutualisation d'actions communes (marketing – cf organisation) et renvoi de clientèles.



### Partenaires

Les Conseils généraux et régionaux, CDT et CRT, chambres consulaires  
Les communes et communautés de communes du Pays, les offices de tourisme



### Estimation budgétaire

Ingénierie, accompagnement des projets et animation du réseau des hébergeurs : cf. Mission Tourisme du Pays Bresle Yères  
Budget à études à prévoir pour les projets d'envergure – étude de définition et de faisabilité, estimation : 3 \* 20 000 € HT  
Elaboration du schéma d'accueil des campings car : 15 000 € HT



### Calendrier

Mise en œuvre des actions d'accompagnement et de réflexion : à partir du 2ème semestre 2013



### Modalités de suivis

#### Indicateurs de suivi de l'action

- Mise en œuvre de la démarche de sensibilisation à l'amélioration des équipements
- Accompagnement des porteurs de projets
- Repérage des bâtiments vacants présentant un potentiel
- Démarchage des propriétaires de bâtiments vacants, des communes et des acteurs potentiels

#### Indicateurs d'efficacité de l'action

- Attractivité de porteurs de projets : appels, RDV, demandes de renseignements ...
- Installation de nouveaux professionnels
- Création des équipements préconisés
- Evolution qualitative et quantitative de l'offre d'hébergements touristiques marchands
- Fréquentation des hébergements et des équipements et satisfaction des clientèles

## Fiche Action n°2 : OFFRE

### Développer et structurer l'offre de tourisme balnéaire

**AXE 2 : Construire une offre originale de découverte des patrimoines et des paysages basée sur la complémentarité des espaces et des filières phares à l'échelle du Pays**

**Niveau de priorité : 2**

**Maîtrise d'ouvrage : Syndicat Mixte du Pays Bresle Yères**

**Pilotes opérationnels :** Mission Tourisme du Pays Bresle Yères (action 7)

#### Contexte et justificatifs

*Le littoral et ses spécificités, plages et falaises, constituent le point d'attrait le plus évident du territoire et des destinations Côte d'Albatre et Côte Picarde Baie de Somme.*

*Il s'agit de renforcer l'attractivité de cette offre en proposant des offres mieux adaptées aux attentes des clientèles :*

- *Des produits de découverte*
- *Des hébergements adaptés avec services*
- *Une offre familiale et ludique*
- *Une offre ressourcement et bien-être*

#### Objectifs

- Renforcer et valoriser la fonction récréative du littoral en disposant d'une offre d'équipements, d'aménagements et de prestations adaptée aux attentes des clientèles en front de mer ou à proximité : espaces de jeu et activités de loisirs pour adultes, enfants et ados, offre bien-être et ressourcement,
- Renforcer les liaisons aménagées entre les espaces littoraux et avec les espaces intérieurs
- Renforcer la visibilité et l'attractivité du littoral du Pays Bresle Yères en distinguant ses spécificités, tout en valorisant son appartenance aux destinations Côte d'Albatre et Côte Picarde – Baie de Somme

## Contenu de l'action

- **Développement d'espaces de jeu et d'activités de loisirs pour adultes, enfants et ados :**
  - Développement d'une offre de randonnée équestre sur les plages : cf action 5
  - Renforcement des activités sports et loisirs de plein air en mer et sur les plages :
    - ✓ Renforcer l'animation des plages : valorisation de l'activité nautisme par le renforcement des actions d'animation, petits évènementiels, animations des plages, offre de découverte des activités nautiques : cf action 5
    - ✓ Valoriser l'offre découverte pêche en mer, en liaison avec le développement d'un produit multi-pêches : cf action 5
    - ✓ Renforcer l'animation et l'image touristique des fronts de mer et port : renforcer les espaces de jeux et d'activités destinés aux enfants et adolescents, les espaces de terrasses et lieux d'animation, les animations et leur coordination à l'échelle du Pays
  
- **Amélioration et renforcement d'une offre d'hébergement adaptée :** cf action 1
  
- **Développement de produits découverte authentiques et d'une offre familiale et ludique :** développement d'activités ludiques et interactives de découverte des patrimoines du littoral : cf action 4
  
- **Création d'itinéraires pédestres et cyclables entre les espaces littoraux et avec les espaces intérieurs :** cf action 5
  - Prolongement d'un itinéraire vélo et pédestre sur le littoral sur les communes de Mers les Bains, Ault et Woignarue
  - Création de continuité avec les itinéraires pédestres et vélo de la Baie de Somme
  
- **Création d'un évènementiel d'envergure associé à l'activité balnéaire et nautique :** en prenant appui sur un ou plusieurs évènements pré-existants, dans le secteur du nautisme par exemple, ou par la création d'un nouvel évènement,  
La réflexion et la mise en place de cet évènement nécessite la mise en place de partenariats et de concertation forte à l'échelle du territoire afin d'en faire à la fois un vecteur d'image et d'attractivité pour l'ensemble de la zone littorale du Pays, mais également pour servir les zones intérieures.
  - ⇒ **Animation des socio-professionnels du Pays sur la Thématique Evènementiels et animations, appui technique pour le montage et le financement des actions.**

## Récapitulatif des modes d'action à mener à ce stade de la réflexion

- Voir actions 1, 4 et 5
- Animation des socio-professionnels sur les thématiques animations et évènementiels
- Animation des acteurs et appui technique aux projets pour la création des itinéraires
- Soutien à la promotion des activités ludiques et interactives de découverte des patrimoines
- Sensibilisation des stations au renforcement des équipements et animations touristiques sur les plages, en front de mer et port



### Partenaires

Communauté de communes et stations du littoral, Offices de Tourisme, Socio-professionnels et associations sportives, CCI, Régions, Départements, CRT et CDT,



### Estimation budgétaire

Coût de création et de fonctionnement de la mission Tourisme du Pays (cf action 7)  
Appui financier à la création d'évènementiel thématique en littoral : budget à prévoir d'environ 20 000 € pour le Pays



### Calendrier

A partir du 1<sup>er</sup> semestre 2013



### Modalités de suivis

#### Indicateurs de suivi de l'action

- Nombre de réunions d'animation balnéaire
- Création ou renforcement d'un évènementiel phare
- Création des itinéraires
- Nombre de produits ou d'activités de découverte

#### Indicateurs d'efficacité de l'action

- Satisfaction des clientèles et des professionnels
- Fréquentation des itinéraires
- Fréquentation des animations et évènementiels
- Nombre de produits découverte vendus et fréquentation des activités

## Fiche Action n°3 : OFFRE

### Développer et structurer l'offre de découverte du patrimoine verrier

**AXE 2 - Construire une offre originale de découverte des patrimoines et des paysages basée sur la complémentarité des espaces et des filières phares à l'échelle du Pays**

**Niveau de priorité : 1**

**Maîtrise d'ouvrage : Syndicat Mixte du Pays de Bresle Yères**

**Pilotes opérationnels : Mission Tourisme du Pays (action 7) / Offices de Tourisme**

#### Contexte et justificatifs

*Le patrimoine verrier est identifié comme l'élément phare à mettre en valeur et en tourisme sur le territoire de Bresle Yères.*

*Il s'agit en effet de la composante principale de l'identité du Pays qui offre la possibilité de développer un produit authentique, attractif et complémentaire aux autres sites des destinations de la Côte d'Albâtre et de la Baie de Somme.*

*Cette composante peut de plus être développée*

- *sur l'ensemble du territoire : vallée de la Bresle bien sûr mais aussi vallée de l'Yères et forêt d'Eu*
- *sous diverses thématiques : activité actuelle des entreprises de la Glass Vallée, histoire et culture verrières, art verrier, histoire sociale, urbanisme....etc.*

*Les équipements (Musées du verre de Blangy et d'Eu) ainsi que les événements liés au verre actuels (Fêtes du verre, Eclats de verre...) ont le mérite d'exister mais leur visibilité ainsi que les scores de fréquentation observés restent faibles.*

*C'est pourquoi il est nécessaire de repenser cette offre de découverte du patrimoine verrier afin d'en faire un élément structurant et différenciateur du territoire. Cela passe par la mise en cohérence de l'ensemble des sites et initiatives et la structuration de l'offre pour une prise d'envergure et de meilleures lisibilité et visibilité.*

#### Objectifs

- Développer une offre touristique autour de l'identité verrière afin de se démarquer des territoires voisins au sein des destinations Côte d'Albâtre et Baie de Somme
- Construire une offre touristique, produits et événementiels, en cohérence sur l'ensemble du Pays Bresle Yères pour lui faire prendre de l'envergure : plus de lisibilité, plus de visibilité, plus de fréquentation
- Définir pour les principaux projets identifiés une organisation adaptée à leur mise en œuvre (maîtrise d'ouvrage, partenariats, financement...)

## Contenu de l'action

Il s'agit donc de décrire les principaux projets qui permettront de constituer une véritable offre touristique autour du verre et ce en termes d'équipements, d'événementiels et d'exploitation de cette thématique sur l'ensemble du territoire sous la forme d'itinéraires de découverte.

Cette fiche action intègre les réflexions menées par le cabinet Prospective et Patrimoine sur le thème de la valorisation touristique du patrimoine verrier.

### **Equipements**

#### ➤ **Le Forum du Verre**

Le cabinet Prospective et Patrimoine a préconisé la création d'un équipement structurant, support de plusieurs fonctions autour de l'activité verrière : le Forum du Verre. Ce Forum pourrait idéalement être réalisé sur le site de l'ancienne verrerie Denin (Nesle Normandeuse) et comprendrait :

- Un centre de vente et de promotion
- Un espace création / résidence d'artistes, artisanat d'art
- Un espace loisirs / convivialité
- Un centre d'interprétation du patrimoine verrier des deux vallées
- Un espace Glass Vallée (à destination plutôt économique et scientifique)

Les modalités de financement et de gestion de cet équipement sont en cours d'étude par ce même cabinet.

#### ➤ **Les musées existants**

**Constat pour les deux musées** : dans une optique de pérennité et de professionnalisation de l'offre, les associations de bénévoles et anciens verriers doivent être épaulées et relayées par des équipes professionnelles. Ces acteurs fortement impliqués depuis des années dans la valorisation de l'identité verrière pourraient proposer des rencontres avec les touristes offrant ainsi des moments privilégiés de partage autour de leur savoir faire et de leurs anecdotes.

#### Le Musée des Traditions Verrières à Eu :

Ce musée devait être refondu et participer au projet de musée Sylvie Guerlain. Suite à l'abandon de ce projet, le musée pourrait

- soit être maintenu et professionnalisé avec le concours de financements publics et une prise de gestion par une collectivité locale (Ville d'Eu ? Communauté de Communes de Bresle Maritime ?...), auquel cas le thème de ce musée et les collections devront être pensés en complémentarité avec le Forum du Verre et le Musée du Verre de Blangy ,
- soit transmettre sa collection au Forum du verre et/ou au Musée de Blangy.

### Le Musée du Verre à Blangy :

Cet espace muséographique doit aujourd'hui évoluer pour contribuer plus fortement à l'attractivité d'un produit verre sur le Pays Bresle Yères. Cette évolution sera à étudier de manière approfondie une fois les autres projets actés : maintien ou pas du Musée des Traditions verrières et création du Forum du verre.

Une étude d'évolution du site devra être menée, qui intégrera les objectifs transversaux définis dans le présent projet de développement : création d'offres familiales et ludiques, interactives, adaptations aux attentes des publics, accueil des seniors et des groupes notamment.

### ➤ **Dans les entreprises en activité**

Le développement de produits touristiques en nombre dans les entreprises en activité ne semble pas d'actualité pour les raisons déjà bien identifiées : culture du secret chez les verriers, non possibilité d'associer des recettes de ventes de flacons aux visites d'usines. Il existe cependant un projet porté par l'entreprise Waltersperger, qui nécessite une réhabilitation d'une partie des locaux. Ce projet s'insère parfaitement dans le projet de valorisation du patrimoine verrier du territoire et constituerait un point relais très intéressant dans la vallée, permettant de rentrer dans l'entreprise. Ce projet mériterait donc d'être soutenu et aidé, notamment au stade de l'étude de concept et de faisabilité, afin que les collectivités puissent s'assurer de la bonne orientation des réalisations projetées.

### ➤ **Les autres équipements à prévoir :**

D'autres équipements sont à prévoir en complément du Forum du Verre, des musées existants et de l'entreprise Waltersperger afin de constituer un « parcours des verriers » tout le long de la vallée de la Bresle permettant de découvrir le verre sous ses différents aspects :

- Un point d'entrée du produit verre sur le littoral, point d'appel des touristes pour entrer dans l'arrière pays à la découverte des verriers. Ce point d'entrée peut prendre différentes formes qu'il s'agira d'étudier dans l'étude globale de faisabilité : point information sur l'activité verrière de la vallée devant l'usine SGD ou à la gare du Tréport (si mise en place du train des verriers), lieu d'information et de départ des visites guidées / maison vitrine du verre avec personnel d'information (pourrait alors être mis en place à l'OT du Tréport, une attention particulière devra alors portée à la non redondance avec le Forum du Verre)
- Un point d'attraction fort sur Aumale en lien avec le verre pour inciter les touristes à aller jusque là dans la vallée : point de départ de randonnées fléchées verre ou intégration d'un volet verre dans le projet de valorisation du Moulin du Roy à Aumale ou mise en place d'un point d'animation et de création verrière original.....
- Des départs de circuits vers la forêt d'Eu et la vallée d'Yères, lieux d'implantation des premières verreries + vitraux + savoir faire perlier
- Une valorisation des autres points d'intérêt identifiés par le cabinet Prospective et Patrimoine : Moulin de Bouttencourt, Romesnil – hameau dans la forêt et cité ouvrière

## **Evènementiel**

**Constat :** Il est nécessaire de concentrer les efforts des différents acteurs sur **un évènementiel unique**, qui pourra éventuellement être décliné sur plusieurs dates et plusieurs lieux.

Il s'agit ici en effet de créer un évènementiel fort dans l'année à même de faire connaître le Pays Bresle Yères et de le distinguer comme passage obligé au sein des destinations Côte d'Albâtre et Baie de Somme.

Cet évènementiel pourrait être porté par la coordination des Offices de Tourisme du Pays (Mission Pays, cf. fiche n°7 sur l'organisation) et associer les acteurs déjà impliqués dans les évènementiels existants sur cette thématique du verre (Association du Manoir de Fontaine, Association Flamme en verre, collectivités concernées).

Exemples de déclinaisons possibles :

- les 4 saisons du verre, 4 temps forts dans l'année à destination des créateurs verriers, des touristes et des habitants
- exposition itinérante sur les différents lieux de valorisation touristique du verre dans la vallée : Le Tréport / Le Château d'Eu / Forum du Verre / Musées du Verre / Aumale...

## **Animations**

Des animations sont prévues dans le projet du Forum du Verre : animations artistiques à destination des clientèles touristiques, pédagogiques à destination des scolaires, économiques et scientifiques dans le cadre de la Glass Vallée.

Ces animations devront être organisées sur les différents sites du parcours des verriers afin de le faire vivre dans sa globalité.

## **Circulations douces – itinéraires de découverte**

### ➤ **Le long de la vallée de la Bresle – le cœur du produit verre**

*Création d'un circuit de découverte le long de la vallée* déclinant l'identité verrière sous différentes formes et reliant les principaux points d'intérêt :

- Point d'entrée au Tréport (équipement à créer),
- Les verreries tout le long de la vallée,
- Le Forum du Verre,
- Le château d'Eu,
- Le(s) musée(s) du verre – Eu et Blangy,
- La verrerie Waltersperger (si ouverte à la visite),
- Aumale.

*Proposition de plusieurs modes de découverte :*

- *pédestre* : boucles empruntant tout (en itinérance) ou partie (en boucles) du parcours des verriers, prolongement du chemins des étangs jusqu'à Aumale
- *en voiture* : itinéraire routier avec points d'arrêt aux points d'intérêt,
- *en vélo* : sous forme de randonnées 1 ou 2 jours, prolongement du chemins des étangs jusqu'à Aumale
- *par le train* : création de navettes sur la ligne Le Tréport – Aumale avec guide embarqué pour visites commentées

⇒ **Mise en place d'une signalétique d'interprétation matérialisant le parcours** et permettant la découverte libre (sans visite commentée) aux points d'intérêt pré cités + sur les sites des verreries pour présenter quelques données clés de l'entreprise et une illustration des flacons créés (photographies).

### ➤ **Liaisons avec la forêt d'Eu et la vallée de l'Yères**

Création sur le parcours des verriers de points de départ bien identifiés de circuits vers la forêt d'Eu (hameau de Romesnil, sites d'implantations d'anciennes verreries, site de la grande vallée à Guerville) et la vallée de l'Yères (vitraux à Foucarmont).

## Récapitulatif des actions à mener à ce stade de a réflexion

- **Contenu : Étude de faisabilité opérationnelle** portant sur le parcours des verriers tout au long de la vallée et ses différents équipements : Forum du Verre, musées, points d'interprétation, circuits mobilités douces (prolongement du chemin des étangs, création de circuits vers le forêt d'Eu et la vallée de l'Yères, valorisation des sites d'Aumale - équipement sur le thème du verre à déterminer par la mission d'étude, du Moulin de Bouttencourt et de Romesnil), signalétique globale, création d'une navette ferroviaire touristique...etc.
- **Objectifs de l'étude** : préciser les aménagements à réaliser et chiffrer les coûts d'investissement et de fonctionnement, déterminer le montage technique et financier du projet ainsi que son portage.



### Partenaires

Communautés de Communes et OTSI, Régions et Départements, CDT et CRT, Glass Vallée, associations



### Estimation budgétaire

Budget à prévoir pour la ou les étude(s) de faisabilité :

- o 50 000 à 70 000 € HT pour une étude globale portant sur l'ensemble du parcours et sur la faisabilité du forum du verre, l'évolution des musées existants et la création de quelques boucles de découverte (Romesnil, forêt d'Eu)
- o ou commande de plusieurs études séparées , prévoir 30 à 40 000 € Ht pour l'étude de faisabilité Forum du Verre, 10 000 € HT pour les autres petits équipements (valorisation des points d'intérêt), 10 à 15 000 € HT pour une étude de signalétique



### Calendrier

Rédaction du cahier des charges : fin 2012  
 Lancement de la consultation : début 2013  
 Démarrage de l'étude : février 2013  
 Déroulement de l'étude : février 2013 à septembre 2013



### Modalités de suivis

#### Indicateurs de suivi de l'action

- Lancement effectif de la mission d'étude de faisabilité
- Constitution d'un comité de pilotage associant élus du Pays et partenaires institutionnels

#### Indicateurs d'efficacité de l'action

- Tenue du calendrier et des objectifs de la mission d'étude : la détermination des opérations à mener et de leurs montages techniques et financiers

## Fiche Action 4 : OFFRE

### Développer et structurer l'offre de tourisme Histoire et Patrimoines

**AXE 2 - Construire une offre originale de découverte des patrimoines et des paysages basée sur la complémentarité des espaces et des filières phares à l'échelle du Pays**

**Niveau de priorité : 2**

**Maîtrise d'ouvrage : Syndicat Mixte du Pays de Bresle Yères**

**Pilotes opérationnels :** Mission Tourisme du Pays / Offices de tourisme du Pays

#### Contexte et justificatifs

*Le Pays Bresle Yères possède une richesse patrimoniale et historique certaine.*

*Ses différents espaces (vallées, forêt, plateau) possèdent des points d'intérêt remarquables qu'il s'agit aujourd'hui de mieux valoriser afin de les faire connaître et d'inciter les touristes à la découverte de différents lieux complémentaires sur le littoral et dans l'arrière pays.*

*Sont traités dans cette fiche les patrimoines autres que le patrimoine verrier, objet de la fiche action 3.*

#### Objectifs

- Disposer d'une offre Histoire et Patrimoine lisible à l'échelle du Pays Bresle Yères
- Faire de cette thématique un des axes d'animation du Pays
- Renforcer la visibilité et l'attractivité des pôles et sites phares : Ville d'Eu, Ville d'Aumale, site de Briga – Bois l'Abbé, patrimoine lié à l'eau...etc.

**Fil directeur, commun à toutes les valorisations** et dans l'esprit de ce qui se fait déjà aujourd'hui sur le Pays :

### « Venez vivre le patrimoine »

⇒ **Développement d'activités ludiques et interactives** sur les exemples déjà en place du site de Bois l'Abbé où les visiteurs peuvent participer aux fouilles, ou le Théâtre d'Eu qui propose une immersion dans le processus de création théâtrale

#### ➤ **Le patrimoine de l'espace littoral**

▪ **Stations balnéaires et patrimoine architectural** Criel sur mer, le Tréport, Mers les Bains, Ault : quartiers historiques, architecture Belle Epoque, céramiques, personnages célèbres, musées et autres points d'intérêt actuels (musée du vieux Tréport, phare d'Ault, ville engloutie du Perroir...)

⇒ **Montage de produits multi stations** sur ces patrimoines. Les actions sont aujourd'hui développées à l'échelle de chacune des stations par chacun des OT en charge de ces territoires, l'idée est de renforcer le contenu et la visibilité des produits en proposant des thématiques déclinées sur les différents lieux d'intérêt (exemple Belle Epoque – circuit décliné sur Criel + le Tréport + Mers les bains + Ault – Bois de Cise).

⇒ **Associant circuits de découverte** libre ou guidée **et animations à destinations des différents publics** : familles, jeunes, scolaires, seniors (exemple : initiation au dessin et la peinture à partir des façades, démonstration/réalisation de céramiques).

▪ **Découverte de l'activité de pêche et de commerce - port du Tréport**

Mise en avant dans la communication touristique du territoire de la découverte du port (visites proposées par l'OT du Tréport) et de la possibilité de faire l'expérience du métier de marin pêcheur en embaquant sur un véritable bateau de pêche (prestataire actuel : M. MASSON, types de prestations à encourager et développer)

▪ **Couleurs et paysages**

Sur le thème de l'impressionnisme, dans la dynamique de la Route des Falaises, création de produits de découverte ludiques de type randos croquis, randos photos, ateliers de peinture en plein air...etc.

## ➤ **Le patrimoine eau des vallées de la Bresle et de l'Yères**

### ▪ **Les ouvrages et étangs (surtout sur la vallée de la Bresle)**

Création d'un parcours (topoguide) permettant de remonter les deux vallées à la découverte des principaux ouvrages (barrages, passes à poisson, moulins, autres petits patrimoines vernaculaires lié à la rivière)

### ▪ **La qualité des cours d'eau et les poissons migrateurs**

Valorisation des actions et thèmes de recherche de l'Institution interdépartementale de la Bresle, visites de la passe à poisson du Tréport

### ▪ **La pêche en rivière et en étang**

Le diagnostic établi a soulevé les difficultés de mettre en place des produits touristiques pêche couvrant l'ensemble des deux vallées de par l'organisation actuelle des APPMA. Cependant les produits existants, à savoir pêche dans l'Yères (1 APPMA) et pêche sur la Bresle via le Groupement d'Intérêt Piscicole couvrant 25 km de berges (animation assurée par l'EPTB Bresle)

## ➤ **Le patrimoine historique sur l'ensemble du Pays**

Le Pays Bresle Yères correspond aux territoires historiques du Comté d'Eu et du Duché d'Aumale. Il a longtemps constitué et constitue encore une frontière. Cette histoire riche de sens peut être déclinée et racontée sur l'ensemble d territoire.

### ▪ **Deux pôles structurants : les villes d'Eu et d'Aumale**

#### ○ EU

- Château d'Eu : développement de produits d'animation autour du château, soutien des actions menées par le Musée Louis Philippe
- Théâtre du Château : soutien des actions de découverte du théâtre déjà en place, promotion, meilleure mise en avant dans l'offre Pays – « venez vivre une véritable expérience de théâtre »
- Site de Briga Pont l'Abbé : soutien à la valorisation du site et développement des visites découverte avec participation aux fouilles
- Forêt d'Eu – développement des randonnées accompagnées en forêt d'Eu à la découverte de son histoire (Comté d'Eu), du patrimoine naturel et architectural (poteaux en fonte, maisons) et de l'histoire des premières verreries
- Autres monuments : collégiale, chapelles Saint Laurent et du collège des jésuites, Hôtel Dieu)

#### ○ AUMALE

- Monuments du centre ville d'Aumale : soutien à la valorisation et à l'animation
- Moulin du Roy : promotion du site

▪ **Une déclinaison sur l'ensemble du Pays :**

- Patrimoine rural en vallée de l'Yères : création d'un circuit de découverte à partir du littoral sur le thème de la vallée préservée et son petit patrimoine rural
- Découverte de la forêt d'Eu – création d'une boucle avec signalétique d'interprétation pour la visite libre
- Chemin historique du Pays Bresle Yères : itinéraire permettant de découvrir l'histoire du territoire, et notamment le secteur d'Eu autour du château, de la forêt, de Louis Philippe et de la famille d'Orléans

**Vers un label Pays d'Art et d'Histoire ?**

Le descriptif complet du label et de la démarche, tiré du site internet du réseau des villes et pays d'art et d'histoire ([www.vpah.culture.fr](http://www.vpah.culture.fr)) est présenté en annexe.

*En bref : Le ministère de la Culture et de la Communication, direction de l'architecture et du patrimoine, assure depuis 1985 la mise en œuvre d'une politique de valorisation et d'animation du patrimoine en partenariat avec les collectivités territoriales.*

*Ce partenariat se concrétise notamment par l'attribution du label Villes et Pays d'art et d'histoire aux collectivités qui répondent aux trois critères suivants :*

- *une volonté politique affirmée de valorisation de l'architecture et du patrimoine de la collectivité,*
- *la prise en compte du patrimoine et de l'architecture dans toutes leurs composantes,*
- *l'intégration de cette démarche dans le projet global de la collectivité.*

*Cette volonté, indissociable du souci de favoriser l'insertion dans la communauté et l'apprentissage de la citoyenneté, se fixe comme objectifs :*

- *de sensibiliser la population locale à son patrimoine et à son architecture,*
- *de mener des actions éducatives,*
- *d'accueillir le public.*

*Cet engagement est fixé par une convention intégrant, outre les objectifs cités, une attention particulière portée à la qualité architecturale et urbaine et aux outils de connaissance et de protection du patrimoine : inventaire, secteurs sauvegardés, zones de protection du patrimoine architectural urbain et paysager... Il implique un soutien technique et financier de la part du ministère et, pour les collectivités, s'accompagne de l'obligation de recourir à un personnel qualifié et agréé par le ministère.*

La valorisation des différents sites, y compris les sites liés au patrimoine verrier, pourrait entrer dans cette démarche Art et Histoire, ainsi que les animations de découverte liées.

L'avantage d'entrer dans cette démarche et de recourir au label est triple :

- Le label est de plus en plus connu et est aujourd'hui un vecteur fort de communication pour faire connaître le Pays
- Le réseau national permet aux collectivités impliquées dans la démarche de bénéficier de partages d'expériences et d'un soutien technique
- La convention signée avec le Ministère de la Culture amène des financements (supports de communication, participation au coût du poste d'animateur de l'architecture et du patrimoine pendant deux ans, ainsi qu'au financement de la muséographie du Centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine) .

La création de l'offre semble aujourd'hui prioritaire, sur les thématiques du patrimoine verrier et du Tourisme Histoire et Patrimoine. Mais l'entrée dans cette démarche peut être conduite comme un accélérateur et un facilitateur de ces démarches.



## Partenaires

CDT et CRT, financeurs (Régions, Départements, UE)

## Récapitulatif des actions à mener à ce stade de a réflexion

### Action 1 : soutien à la création et à la promotion des activités ludiques et interactives de découvertes des patrimoines

- Contenu : incitation, aide au montage des randos animées et thématiques, circuits de découverte multi station et animations associées, petite patrimoine de la vallée de l'Yères, patrimoine eau...etc.
- Qui : coordination des Offices de Tourisme du Pays avec les acteurs et prestataires concernés

### Action 2 : Valorisation des sites phares sur cette thématique Histoire et Patrimoines

- Soutien technique, administratif et financier aux projets de valorisation des sites entrant dans cette démarche de valorisation des patrimoines (site de Bois l'Abbé, château musée Louis Philippe, Théâtre du Château...etc.)
- Soutien technique, administratif et financier pour la création des circuits de découverte à thématique patrimoniale, 1 circuit par vallée – vallée de l'Yères : petit patrimoine rural / vallée de la Bresle : patrimoine eau dans tous ses états
- Qui : Mission Pays (cf. fiche action 7)

	Estimation budgétaire	
	<p>Actions 1 et 2 : temps de fonctionnement pour un appui à la conduite des projets de valorisation , au montage des activités ludiques et interactives et à la structuration de l'offre à l'échelle du Pays, cf. fiche action 7</p> <p>Possibilité d'adjoindre un budget pour les études de faisabilité que pourront nécessiter les valorisations de sites ou les circuits de découverte thématiques, 20 000 € HT / étude de faisabilité sont à prévoir</p>	

	Calendrier	
	<p>Traitement de cette thématique Histoire et Patrimoines dès la mise en place opérationnelle du schéma d'organisation touristique, cf. fiche action 7</p>	

 <p><b>Modalités de suivis</b></p>	Indicateurs de suivi de l'action	Indicateurs d'efficacité de l'action
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nombre de réunions d'animation des Offices de Tourisme du territoire sur la thématiques Histoire et Patrimoine</li> <li>▪ Nombre de projets accompagnés par les Offices et la Mission Tourisme du Pays</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nombre d'activités ludiques et interactives créés et proposées aux publics</li> <li>▪ Nombre de sites ayant menée un projet de (re) valorisation</li> <li>▪ Nombre de produits « à dimension pays » (multi stations, vallées) créés et promus</li> </ul>

## Fiche Action 5 : OFFRE

### Développer et structurer l'offre de tourisme Sports de nature

**AXE 2 - Construire une offre originale de découverte des patrimoines et des paysages basée sur la complémentarité des espaces et des filières phares à l'échelle du Pays**

**Niveau de priorité : 2**

**Maîtrise d'ouvrage : Syndicat Mixte du Pays de Bresle Yères**

**Pilotes opérationnels :** Mission Tourisme du Pays / Offices de tourisme

#### Contexte et justificatifs

*Le Pays Bresle Yères offre de multiples possibilités de sports de nature : en mer, en rivière, sur les étangs, sur terre – différentes formes de randonnée.*

*Ces sports nature sont en accord avec les grandes caractéristiques du territoire (paysages variés et remarquables : forêt, falaises, plages, vallées) et constituent un vecteur de plus en plus recherché par les clientèles de découverte du territoire (points remarquables, thématiques Verre, Histoire et Patrimoines).*

*Faire connaître le Pays Bresle Yères en tant que territoire de sports nature nécessite de travailler sur l'offre de pratiques, sur un ou des équipements structurants ainsi que sur l'évènementiel sportif.*

#### Objectifs

- Développer les espaces sites et itinéraires de pratique des sports nature dans une logique de valorisation des thématiques phares du territoire
- Développer un équipement structurant support de ces activités sports nature en Pays Bresle Yères
- Faire connaître et reconnaître le Pays Bresle Yères comme territoire de pratique de sports nature au travers d'évènementiels

## Contenu de l'action

### ➤ **Action 1 : Création de boucles thématiques traversant le Pays Bresle Yères, supports de découverte des patrimoines, et lien entre le littoral et l'arrière pays**

Le développement des sports nature en Pays Bresle Yères devrait être orienté vers la découverte des patrimoines du territoire. Les fiches actions précédentes n°2,3,4 et 5 ont décrit les actions à mener, à ce stade de la réflexion, sur trois filières stratégiques : Tourisme balnéaire, Valorisation du patrimoine verrier et Tourisme Histoire et Patrimoines.

Les sports de nature constituent la quatrième filière stratégique qui doit permettre de faire le lien entre les différents espaces du territoire et entre ses différents patrimoines en offrant des circuits de découvertes en mobilité douce.

Les fiches actions précédentes comportent des actions de développement des sports nature en proposant l'ouverture et/ou la thématisation d'itinéraires de randonnées pédestres équestres ou à vélo.

*Récapitulatif :*

▪Tourisme balnéaire :

- Prolongement d'un itinéraire vélo et pédestre sur le littoral sur les communes de Mers les bains, Ault et Woignarue
- Création de continuités avec les itinéraires pédestres et vélo de la Baie de Somme

▪Valorisation du Patrimoine verrier :

- Prolongement du chemin des étangs d'Incheville à Aumale
- Création de boucles thématiques pédestres, vélo et équestres sur la thématique du verre passant par les points d'intérêt de la forêt d'Eu, du moulin de Bouttencourt, de Rosmensil, du Forum du verre

▪Tourisme Histoire et Patrimoines

- Création de quatre circuits de découverte :
  - autour du patrimoine eau sur la vallée de la Bresle
  - autour du petit patrimoine rural sur la vallée de l'Yères
  - autour de l'histoire du territoire et plus particulièrement du château d'Eu
  - Au sein de la forêt d'Eu sur ses points remarquables et son histoire – circuit qui est exploité également dans la thématique verrière

Ces boucles thématiques devront être pensées pour les différents types de randonneurs : à pied, à vélo ou à cheval.

Ces nouveaux itinéraires devront permettre de connecter les itinéraires existants ou en projet côté Somme et côté Seine Maritime. Il devront également tirer le meilleur parti de la Route des Falaises et du chemin du littoral côté normand : connexions, informations.

**Pour la randonnée à vélo** : susciter chez les prestataires en place la location de vélo à assistance électrique

## ➤ Action 2 : Développement des autres sports nature

### La pêche

Le territoire du Pays peut proposer un panel complet de l'offre pêche : pêche à pied sur l'estran, pêche en mer, pêche en rivière, pêche en étang.

⇒ Il est par conséquent envisageable de monter un produit multi pêches à destination des habitants, des touristes pêcheurs et des familles. Cela nécessite un regroupement des prestataires et un accord avec et entre les APPMA pour la pêche en rivière et en étang. Un soutien aux activités de découverte de pêche en mer est prévue dans la fiche action 4. Ce produit pourrait prendre la forme d'une journée découverte pour la découverte et l'initiation à des demi journée sur chaque type de pêche pour approfondir.

### Les activités aquatiques

Il s'agit ici des activités proposées sur les bases de loisirs sur les étangs (Blangy sur Bresle, Gamaches) : voile, planche à voile, ski nautique, canoë kayak...

⇒ Projet proposé : requalification et développement des bases de loisirs existantes afin de renforcer leur attractivité dans le cadre du projet de développement du Pays, développement d'offres ludiques et familiales

### Les activités nautiques

Bases nautiques pour activités en mer : voile, planche à voile, surf et autres sports de glisse (Le Tréport, Mers les Bains, Criel sur Mer, Ault...)

⇒ Renforcer leurs actions d'animation, petits évènementiels, animations des plages, offre de découverte des activités nautiques

### ⇒ Développement d'une offre de randonnée équestre sur les plages

N.B. : Cette activité devra être compatible avec la qualité des eaux de baignade, à privilégier donc sur certains tronçons du littoral et / ou sur les ailes de saison

Autres : appui technique pour étudier la faisabilité d'un spot de parapente sur le territoire d'Yères et Plateaux

### ➤ **Action 3 : Création d'une station sports nature dans l'arrière pays**

Un projet privé de station sports nature existe actuellement sur le territoire, il implique un prestataire privé à l'origine du projet (le Lieu Dieu) et les communes de et à proximité de son lieu d'implantation : Incheville, Beauchamps, Gamaches et Longroy. Ce projet de création d'un lieu dédié à la pratique des sports nature dans l'arrière pays avec hébergement associé sous la forme d'un village vacances paraît complètement intégré dans la démarche de développement des sports nature du Pays.

Il s'agit donc de mobiliser les différents acteurs concernés autour de ce projet et de le soutenir sur un plan technique et financier.

#### Contenu :

Développement d'une station de sports nature avec hébergement + panel d'activités de plein air

- Hébergement : création d'un village de vacances
- Proposition d'un panel d'activités : cheval, vélo, nautisme, randonnée pédestre, dans les vallées de l'Yères et de la Bresle

⇒ Animation / ingénierie de projet pour aider cette initiative à aboutir, aide au montage technique et financier

### ➤ **Action 4 : Création de produits packagés sports nature**

Sur la base des circuits créés et des hébergements adaptés à l'accueil des sportifs, proposition de séjours sports nature permettant la découverte de tout ou partie du Pays (falaises et verre, le vert et le bleu...etc.)

⇒ Animation des socio professionnels, appui technique et promotion

### ➤ **Action 5 : Création d'un évènementiel sportif d'envergure, et animations sports nature tout au long de l'année**

Un évènementiel sportif d'envergure pourrait aider à la reconnaissance du territoire de Bresle Yères comme territoire de sports nature. Les sports et le type d'évènements à mettre en place est à discuter avec les socio professionnels des sports nature

De manière plus modeste qu'un grand évènementiel sportif mais de manière continue sur l'année un programme d'animations sports nature peut permettre à la fois le développement des loisirs à la journée pour les habitants et les excursionnistes des centres urbains roches, et le tourisme de séjour en faisant monter en notoriété le territoire de Bresle Yères chez les pratiquants de sports nature de la grande région Nord Ouest.

⇒ Animation des socio professionnels du Pays sur la thématique Evènementiels et animations, appui technique pour le montage et le financement des actions

## Récapitulatif des modes d'action envisagés sur la thématique des sports nature

### Pour les actions définies suivantes :

**Action 1 : Création de boucles thématiques traversant le Pays Bresle Yères, supports de découverte des patrimoines, et lien entre le littoral et l'arrière pays**

**Action 2 : Développement des autres sports nature**

**Action 3 : Création d'une station sports nature dans l'arrière pays**

**Action 4 : Création de produits packagés sports nature**

**Action 5 : Création d'un évènementiel sportif d'envergure, et animations sports nature tout au long de l'année**

⇒ Animation des acteurs pour la création des boucles et itinéraires

⇒ Appui technique aux projets de création d'itinéraires identifiés

⇒ Ingénierie de projet pour le montage d'une station sport nature dans l'arrière pays

⇒ Animation des socio professionnels sur les thématiques évènementiels et animations

Pour le projet de station sport nature, budget à prévoir pour une étude de faisabilité de l'ordre de 30 000 € HT



### Partenaires

Collectivités locales et territoriales, socio professionnels sports nature, Fédérations sportives, Régions et Départements, CDT et CRT  
Cellule technique Sports et loisirs du Conseil régional de Picardie



### Estimation budgétaire

Coût de création et de fonctionnement de la mission tourisme du Pays, cf. Action 7



### Calendrier

Mise en place de ces actions sports nature à partir de mi 2013



### Modalités de suivis

#### Indicateurs de suivi de l'action

- Nombre de réunions d'animation sports nature
- Nombre de projets sports nature accompagnés

#### Indicateurs d'efficacité de l'action

- Création des circuits et boucles projetés
- Création et promotion de produits packagés sports nature

## Fiche Action n° 6 : IDENTITE ET COMMUNICATION

### Développer l'image touristique du pays, communiquer, monter des produits et les vendre

**AXE 3 : Affirmer l'identité du Pays et mieux « se vendre » auprès des clientèles et des intermédiaires**

**Niveau de priorité : 2**

**Maîtrise d'ouvrage : Syndicat Mixte du Pays Bresle Yères**

**Pilote opérationnel : Syndicat Mixte du Pays Bresle Yères**

#### Contexte et justificatifs

*Le Pays Bresle Yères est aujourd'hui caractérisé par un espace littoral très actif mais un tourisme peu développé sur les zones intérieures, et une position de frontière plus que de centre touristique, entre Baie de Somme et Côte d'Albâtre.*

*Le projet de développement touristique du Pays Bresle Yères s'appuie sur un concept de développement et de valorisation d'une offre originale de découverte et des paysages fondée sur la complémentarité des espaces et des thématiques phares du territoire : le tourisme balnéaire, le tourisme culturel, les sports et nature et le patrimoine verrier, ces derniers constituant l'identité du Pays.*

*Cette stratégie de développement doit à la fois permettre d'intégrer les lignes de destination supra : Côte d'Albâtre et Baie de Somme et les attentes des clientèles cibles prioritaires : familles, seniors et groupes, tout en valorisant l'élément de distinction identitaire du Pays, à savoir le Patrimoine Verrier.*

*Le projet s'établit de manière à répondre à une ambition à court terme pour le Pays, à savoir devenir une composante incontournable des destinations Baie de Somme et Côte d'Albâtre, pour conduire à moyen terme à devenir « The Place to Be », base de séjour privilégiée pour la découverte de ces destinations.*

#### Objectifs

*Il s'agit, à travers une stratégie de communication développée à l'échelle du Pays Bresle Yères, d'affirmer véritablement le positionnement de ce dernier en tant que destination incontournable, non plus entre mais au sein des destinations Baie de Somme et Côte d'Albâtre. Ceci en déclinant les caractères identitaires et les thèmes qui correspondent bien à ces destinations, mais également en distinguant ses valeurs ajoutées au sein de ces dernières :*

- *Se rattacher fortement aux marques touristiques Normandie et Picardie, tout en se distinguant, afin de devenir un territoire de poids au sein de chacune des destinations*
- *Organiser et déployer les moyens et les dispositifs de promotion et de commercialisation afférents à l'échelle du Pays.*
- *Mobiliser les moyens de promotion et de commercialisation des territoires supra.*
- *Affirmer l'identité du Pays et l'unité du Pays à travers des outils et des supports de communication établis à l'échelle de la destination*

## Contenu de l'action

1. **Définition des compétences de marketing et de promotion à l'échelle du Pays** dans l'objectif de mise en œuvre d'une stratégie de communication et d'actions de promotions communes : cf action 7
2. **Définition et mise en œuvre d'un schéma de signalétique et de signalisation homogène à l'échelle du Pays sur les sites, itinéraires et circuits de découverte**
3. **Elaboration d'une stratégie de communication**, en partenariat avec les offices de tourisme et les territoires supra
  - Définition des **messages et images, adaptation / évolution de la charte graphique** en cohérence avec le positionnement et qui constituera la base du message transmis vers les cibles.
  - Définition des **cibles de clientèles** prioritaires à cibler dans le cadre de la communication « groupée » Pays et pour chacune, **des actions marketing et communication prioritaires**, y compris vers **les habitants et résidents secondaires** :
    - ✓ **Elaboration des outils et supports d'information et de communication d'appel à l'échelle du Pays** : Guides pratiques, Cartographie des itinéraires, Calendrier d'animations, Site Internet, etc  
N.B. : Le site Internet du Pays pourrait prendre la forme d'un portail commun des sites des quatre offices de tourisme intercommunaux (cf. fiche action 7 sur l'organisation touristique)
    - ✓ Détermination des actions, supports et outils d'information, de promotion et de commercialisation et de distribution privilégiés (dont le e-marketing et le m-marketing) déclinées par cible/marché. Les actions de communication sont à élaborer en fonction des **cibles de communication : clientèles, intermédiaires, prescripteurs.**
    - ✓ Quels **partenariats** développer pour chaque marché/action : les CRT, CDT, offices de tourisme, professionnels etc
3. **Elaboration d'un guide de communication à destination des professionnels du Pays** : il reprendra l'essentiel des éléments graphiques, messages, types de photos etc à utiliser de manière à parler « d'une même voix » vers l'extérieur. Il reprendra également les principaux éléments justificatifs du positionnement et de la stratégie touristique du Pays, dont découle le plan et le référentiel de communication : caractères identitaires et promesses de satisfaction, couples produits / clientèles etc et enfin les principaux éléments du plan de communication à court terme.



## Partenaires

Offices de tourisme, professionnels, associations, Régions, Départements, les CDT et CRT



## Estimation budgétaire

Budget de la mission tourisme du Pays Bresle Yères (cf action 7)

Accompagnement à l'évolution de la charte graphique et site Internet tourisme du Pays : 20 000 € HT

Enveloppe annuelle promotion et communication : 50 000 € HT

Définition et mise en œuvre du schéma de signalétique sites, circuits et itinéraires : 20 000 à 30 000 € HT



## Calendrier

Dès mise en place du système organisationnel : cf action 7



## Modalités de suivis

### Indicateurs de suivi de l'action

- Elaboration du plan de communication et du référentiel
- Elaboration du guide de communication
- Mise en œuvre des actions de communication
- Elaboration du schéma de signalétique et mise en œuvre

### Indicateurs d'efficacité de l'action

- Evaluation des retombées des actions mises en œuvre
- Nombre d'actions de communication impliquant des partenaires internes et supra
- Présence dans les médias des destinations supra
- Accroissement de la fréquentation en saison et hors saison
- Satisfaction des clientèles et des professionnels

## Fiche Action n° 7 : ORGANISATION

### Structurer les missions touristiques à l'échelle du Pays avec les Communautés de Communes

**AXE : Agir sur la gouvernance touristique du territoire**

**OBJECTIF STRATEGIQUE: : Disposer d'une organisation touristique à l'échelle du Pays, adaptée à la mise en œuvre du projet de développement**

**Niveau de priorité : 1**

**Maîtrise d'ouvrage et Pilote opérationnel :  
Syndicat Mixte du Pays Interrégional Bresle Yerres**

#### Contexte et objectif

*Le monde du tourisme est une activité économique incontestable, reconnu d'intérêt stratégique national (rattaché à la DGCIS), doté d'un Code du Tourisme, issu de la Loi de Juillet 2009 sur le développement et la modernisation des services touristiques, marquant une volonté forte de meilleure lisibilité pour les consommateurs et d'excellence pour les producteurs et l'ensemble de la filière, fixant un objectif de renforcement de sa compétitivité, à travers des performances boostées.*

*Le Tourisme connaît une évolution permanente qui l'oblige à adapter ses modes opératoires en continu, en tenant compte de caractéristiques spécifiques et notamment:*

- l'implication croissante des collectivités à travers la reconnaissance de l'intérêt socio économique de l'activité et de dynamiques territoriales renforcées,*
- la reconnaissance par le marché « d'aires géo touristique de consommation » différentes des zonages administratifs,*
- l'implication croisée des logiques publique et privée et le nécessaire renforcement des collaborations,*
- la multiplicité des acteurs et l'atomisation de l'offre,*
- la transversalité de fait de l'activité*

#### Contexte et objectif

- les évolutions réglementaires et notamment la réforme du classement des OT au 1/01/14,*
- la nécessité de mobiliser les forces et fédérer les énergies, de créer une dynamique de groupe permettant le portage de la dynamique de projet,*
- l'obligation de conduire conjointement le développement du territoire « Pays », en cohérence avec les orientations régionales de Picardie et de Normandie, départementales de Seine Maritime et de Somme, tout en rationalisant et optimisant les ressources humaines et financières.*

*Les enseignements du Diagnostic et les orientations stratégiques de développement du tourisme du territoire ont mis en évidence et posé comme un préalable l'opportunité et la nécessité de travailler à l'échelle de la Destination, permettant notamment les complémentarités d'offre à présenter au Marché touristique et de passer d'une logique de juxtaposition à celle plus profitable d'addition,... des spécificités, des filières, des territoires, des forces et des hommes.*

*En ce sens , le Pays, territoire de projet et de collaboration, trouvera son sens et sa valeur ajoutée en matière de développement touristique.*

## Contenu de l'action

L'organisation touristique « idéale-théorique » aurait été une structuration à partir d'un OT de pôle et d'antennes touristiques maillant le « territoire - destination »; comme indiqué précédemment, ce scénario reste pour le Pays « Bresle Yerres » une vision théorique, compte tenu de la « maturité » touristique du territoire.

Le scénario retenu (cf pages 14 et 15 du présent document) est celui qui correspond le mieux au niveau de développement actuel, tout en intégrant une dynamique de progrès fondée sur une logique évolutive dite « en palier ».

Ce scénario prévoit « d'acter la dynamique touristique territoriale de la Destination » à travers:

- une structuration touristique des Communautés de Communes: prise de compétence tourisme homogène au niveau des 4 CC et création de 4 OT Intercommunaux,
- la création d'une Mission Tourisme au Pays, avec recrutement d'un (e) Chargé (e) de Mission « développement touristique », en charge des missions de coordination des 4 OT, de promotion/communication en collaboration avec les OT, d'animation/développement/qualification de l'offre, d'ingénierie de projet et appui technique, de veille et d'observation, représentation institutionnelle et professionnelle, animation des acteurs, communication interne vers les professionnels, les élus et les habitants, mise en œuvre des dispositifs issus de la Stratégie Pays
- de créer, au sein du Conseil de Développement du Pays, une commission ad'hoc et spécifique « Tourisme », paritaire d'élus et de socio professionnels, constituant le « comité de pilotage et de suivi » de la politique touristique du Pays.

## Contenu de l'action

Il est préconisé de:

- mettre en place pour chaque Communauté de Communes , une mission d'accompagnement technique et juridique pour la **prise de compétence Tourisme, la création d'un OTI** (dito CC Bresle maritime), l'établissement de Conventions Pluriannuelles d'Objectifs et de Moyens CC/OTI et CC/OTI/Pays.
- de recruter au SM (ou dans une autre structure à créer), **une personne en charge du développement touristique du Pays, permettant de créer les conditions du développement en mobilisant les moyens humains et les compétences techniques correspondantes,**
- de constituer ou renforcer **3 instances de pilotage et suivi de la politique touristique** :
  - **politique**, par la réunion des Présidents et Elus communautaires en charge du Tourisme, avec le Président et l'élu en charge du Tourisme au niveau du Pays,
  - **technique**: Comité technique: Chargé (e) de mission Pays avec les responsables de chaque OTI
  - **consultative** : Commission Tourisme du Conseil de Développement



## Partenaires

Les 4 CC du Pays et leurs communes; les OT existants;



## Estimation budgétaire

Accompagnement Technique et juridique: 10 -15 K€ HT / CC

Recrutement Chargé (e) de mission: 45-55 K€ (Salaire chargé et frais annexes)



## Calendrier

Second semestre 2012



## Modalités de suivis

### Indicateurs de suivi de l'action

- Création poste et recrutement
- Engagement des CC dans la démarche de structuration touristique communautaire
- Fréquence réunions de travail de la Commission Tourisme du Conseil de développement

### Indicateurs d'efficacité de l'action

- La mise en oeuvre de la stratégie de développement touristique du Pays Bresle Yères
- Un accroissement des performances : croissance flux, nombre de visiteurs, de nuitées, emplois, recettes induites...
- Une satisfaction améliorée pour les clientèles,
- Une mobilisation et implication plus forte des acteurs locaux

# Tableau de synthèse

	Pilotes	Niveau de priorité	Budgets
Action 1 - Adapter l'hébergement aux attentes des clientèles et développer la capacité d'accueil dans l'arrière pays	Syndicat Mixte du Pays Bresle Yères / Mission tourisme du Pays	2	Budget à études à prévoir pour les projets d'envergure, estimation : 3 * 20 000 € HT = 60 000 € HT
Action 2 - Développer et structurer l'offre de tourisme balnéaire	Syndicat Mixte du Pays Bresle Yères / Mission tourisme du Pays / Offices de tourisme	2	Appui financier à la création d'évènementiel thématique en littoral : budget à prévoir d'environ 20 000 € pour le Pays
Action 3 - Développer et structurer l'offre Patrimoine verrier	Syndicat Mixte du Pays Bresle Yères / Mission tourisme du Pays / Offices de tourisme	1	Budget à prévoir pour la ou les étude de faisabilité : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 50 000 à 70 000 € HT pour une étude globale</li> <li>○ ou commande de plusieurs études séparées , prévoir 30 à 40 000 € Ht pour l'étude de faisabilité Forum du Verre, 10 000 € HT pour les autres petits équipements (valorisation des points d'intérêt), 10 à 15 000 € HT pour une étude de signalétique</li> </ul>
Action 4 - Développer et structurer l'offre Histoire et Patrimoines	Syndicat Mixte du Pays Bresle Yères / Mission tourisme du Pays / Offices de tourisme	2	Budget études de faisabilité / valorisations de sites ou les circuits de découverte thématiques, 20 000 € HT / étude
Action 5 - Développer et structurer l'offre de tourisme Sports nature	Syndicat Mixte du Pays Bresle Yères / Mission tourisme du Pays / Offices de tourisme	2	Pas d'autre budget que du fonctionnement (études prises en compte dans les autres actions)
Action 6 : Développer l'image touristique du pays, communiquer, monter des produits et les vendre	Syndicat Mixte du Pays Bresle Yères / Mission tourisme du Pays	2	Accompagnement à l'évolution de la charte graphique et site Internet tourisme du Pays : 20 000 € HT Enveloppe annuelle promotion et communication : 50 000 € HT Définition et mise en œuvre du schéma de signalétique sites, circuits et itinéraires : 20 000 à 30 000 € HT
Action 7 : Structurer les missions touristiques à l'échelle du Pays avec les CC	Syndicat Mixte du Pays Bresle Yères / Communautés de communes	1	Accompagnement technique et juridique: 15 à 20 000 €ht/CC Recrutement Chargé (e) de mission : 45 à 55 000 €

- Soit un budget à prévoir pour la maîtrise d'ouvrage par la Mission Tourisme du Pays et pour les diverses études de l'ordre de 350 000 euros
- Auquel s'ajoute un budget de mise en place de la nouvelle organisation touristique et de fonctionnement de la Mission Tourisme du Pays, de l'ordre de 90 000 € (3 missions d'accompagnement des CC pour prise de compétence tourisme + fonctionnement de la Mission Tourisme du Pays)

*N.B. : Seuls sont ici comptabilisés les budgets relatifs à la coordination à un niveau Pays : un poste de chargé de mission pour démarrer cette nouvelle structure et un budget d'études pour accompagner les actions prioritaires*

# ANNEXES

# ANNEXE 1 : Compte rendu de la table ronde de diagnostic du 06 octobre 2011

## La table ronde de diagnostic : objectifs

❖ **Sensibiliser les acteurs et engager une démarche participative de concertation**

❖ **Rassembler le point de vue des acteurs**

- **Les éléments clés du diagnostic touristique,**
- **Les enjeux et perspectives de développement**

avant d'engager l'étape d'élaboration de la stratégie poursuivant la démarche de concertation.



- Mise en commun de réflexions individuelles
- Échange – dialogue et dynamique de groupe
- « Brassage » de profils par groupe

# La table ronde de diagnostic : déroulement

- ❑ 3 séquences successives de réflexion collective
  - ATELIER 1 : IDENTITE ET IMAGE DU TERRITOIRE
  - ATELIER 2 : OFFRE TOURISTIQUE ET LOISIRS DU PAYS BRESLE YERES
  - ATELIER 3 : L'ORGANISATION TOURISTIQUE DU PAYS BRESLE YERES
  
- ❑ Une répartition en groupes d'acteurs qui travaillent sur les mêmes séquences simultanément
  
- ❑ La désignation d'un rapporteur par groupe
  
- ❑ 2 temps par séquence :
  - par un temps de réflexion et production d'idées groupe
  - un temps de reporting et d'échanges
  
- ➔ Une synthèse écrite des travaux envoyée à tous les invités

## La table ronde de diagnostic : synthèse des réflexions issues des ateliers de travail

Ce qui suit est la retranscription de l'expression des participants à la Table Ronde.

*La production résultant des échanges n'est pas rapportée sous une forme in extenso et fait l'objet d'un retraitement synthétique reformulé par les consultants animateurs des ateliers.*

# Le questionnement de l'atelier 1 : avis des participants quant à l'identité et l'image du Pays Bresle Yères

- L'identité du Pays Bresle Yères : « Qui » est vraiment le territoire, comment le qualifiez-vous ?
  - Quels sont les **traits et marqueurs identitaires majeurs communs** (traduits par des mots clés) qui caractérisent le Pays, de votre point de vue ?
  - Quelles sont les **spécificités par zone** ?
- L'image du Pays Bresle Yères : comment le territoire est-il perçu par l'extérieur ?
  - De votre point de vue, quelle est la perception du Pays par ses visiteurs ou ses nouveaux habitants ?
  - Y a-t-il un décalage entre la réalité (sa véritable identité) et l'image du territoire ?

➔ Caractéristiques physiques, historiques, émotionnelles  
➔ Valeurs, etc

➔ Avant / Après ?  
➔ Spécificités par zone ?

➔ Si oui, sur quoi portent ces décalages ?

## L'identité du Pays Bresle Yères

- ❑ *Quels sont les **traits et marqueurs identitaires majeurs communs** (traduits par des mots clés) qui caractérisent le Pays, de votre point de vue ?*

- **LA MER**

L'eau : rivières, étangs, mer et les activités de pêche liées

- **LES FALAISES**

La beauté de ce paysage et sa valeur émotionnelle – les changements de couleurs et l'impressionnisme

- **LE VERRE**

- **LE VERT**

La forêt

Paysage naturel – Yères : Natura 2000

- ✓ **Les hommes et leur travail** : pêche et verre
- ✓ **Les couleurs** : vert, blanc, bleu
- ✓ **Un patrimoine et une dimension historiques importants** : comté d'Eu et duché d'Aumale, la signature de l'Entente Cordiale à Eu
- ✓ **La gastronomie**
- Une région **de contrastes et de lien avec les régions voisines**
- **Une entrée** vers les deux régions Normandie et Picardie – Baie de Somme
- **Un tourisme axé davantage vers « la découverte verte » que le tourisme balnéaire**

## L'identité du Pays Bresle Yères

### ❑ *Quelles sont les spécificités par zone?*

- **Distinction des deux vallées de la Bresle et de l'Yères :**
  - Bresle : industrialisée
  - Yères : naturelle – Natura 2000
- **Distinction de deux espaces : littoral et intérieur des terres**
  - littoral : offre balnéaire
  - intérieur des terres : forêt, vallées, pêche et chasse
- **Des entités très différentes au sein du Pays :** Eu est très différent du Tréport, Aumale offre un paysage de campagne vallonnée

## *L'image du Pays Bresle Yères*

***De votre point de vue, quelle est la perception du Pays par ses visiteurs ou ses nouveaux habitants ?***

- **Un manque d'image constaté**

- ✓ Le Pays est difficilement perçu par l'extérieur, il souffre d'un manque d'image. Son identité n'est pas reconnue.
- ✓ Le Tréport est le seul point de repère qui jouit d'une certaine notoriété touristique.

- **Parfois perçu comme porte d'entrée**

- ✓ Le Pays est perçu par certains touristes comme porte d'entrée des deux Régions.

- **Un Pays du Nord**

- ✓ Déjà dans le Nord, avec l'image de mauvais temps.

***Y a-t-il un décalage entre la réalité (sa véritable identité) et l'image du territoire ?***

- ✓ Le Pays a beaucoup d'atouts mais qui ne sont pas mis en valeur
- ✓ « On ne sait pas se vendre »
- ✓ Nous sommes une région riche en activités et en nature préservée mais mal connue, un certain effet « bonne surprise » des vacanciers une fois sur place

# Le questionnement de l'atelier 2 : l'avis des participants quant à l'offre touristique et loisirs du

## Pays

- L'offre touristique
  - Aménagements, équipements, sites, activités, hébergements
  - Animations
  - Commerces et services
  - Accessibilité, information, desserte interne
- Place et potentiel parmi la concurrence et les partenaires du Pays :
  - Quels sont les principaux concurrents du territoire?
  - Quels sont les avantages concurrentiels existants ou potentiels du territoire sur lesquels s'appuyer?

➔ Principaux points forts et points faibles ?

- ➔ Où situez-vous votre concurrence ?
- ➔ Quels sont vos meilleurs atouts ?
- ➔ Quels sont les principaux points d'ancrage du territoire ?
  - Thématiques
  - Géographiques

## L'offre touristique du Pays Bresle Yères : principaux points faibles et points forts identifiés par les participants

### Points forts

- Les singularités existantes au sein du Pays qui peuvent être mises en commun
- L'offre prisée de restauration au Tréport (poissons, fruits de mer)
- L'association de la nature et de la mer
- La proximité de la Baie de Somme
- La diversité de l'offre d'hébergement
- Le patrimoine bâti et naturel : un nombre important de sites d'intérêt, la spécificité du patrimoine bâti balnéaire
- L'histoire de la vallée de la Bresle : arrivée du chemin de fer, industrie verrière
- La position de double porte d'entrée vers la Picardie et la Normandie
- La présence d'une gare « les pieds dans l'eau », et une offre intéressante de mobilités douces à développer

### Points faibles

- Manque d'image et de communication globale sur l'offre Pays : signalétique sur les accès routiers, manque de relais d'information par les territoires voisins, manque de prise en compte de l'offre par les échelles CDT et CRT, manque de présence au niveau des guides touristiques les plus vendus
- Manque de reconnaissance de la Ville d'Eu et de son patrimoine – Eu est la troisième ville de Normandie du point de vue patrimoine, insuffisamment reconnue et connue
- Position de frontière et de limite de départements et de régions
- Manque de qualité des hébergements
- Pas d'évènementiel fort et fédérateur à l'échelle du Pays
- Mauvaise accessibilité route et train
- Manque de circuits à thème
- Mauvais référencement GPS du territoire

***La question des concurrents et partenaires du Pays n'a pas pu être abordée dans les temps impartis***

# Le questionnement de l'atelier 3 : l'avis des participants quant à l'organisation touristique du territoire

- *L'organisation touristique actuelle du territoire*

- *Les missions d'accueil, d'information*
- *Les missions de coordination des acteurs*
- *Les missions de promotion et de communication*
- *Les missions d'ingénierie, de formation et d'accompagnement des acteurs, etc*

➔ **Principaux points forts et dysfonctionnements ?**

➔ **Qui sont vos partenaires ?**

➔ **Quels sont les attentes et besoins des acteurs (professionnels, institutionnels, élus, population)?**

## L'organisation touristique du territoire Bresle

### Yères

#### Points forts

- OT opérationnels en ce qui concerne l'accueil et l'information, travail jugé de qualité
- Promotion: existence d'initiatives intéressantes des OT et PAT
- Ingénierie : démarre sur CC de la Bresle Maritime
- Travail de coordination fait à l'échelle du PAT Bresle Maritime

#### OPPORTUNITES :

- **Un intérêt reconnu pour un travail et une coordination plus forte à l'échelle du Pays**
- **Moyens financiers engagés « rationalisés » à cette échelle et entre les structures touristiques actuelles, fin du saupoudrage**
- **Un regroupement pour être plus lisible et plus fort à l'échelle du Pays et être entendu et reconnu par la Somme – Picardie et la Seine Maritime – Normandie**

**UN POINT D'ATTENTION PARTICULIER A AVOIR EN TETE : La place du bénévolat si on travaille à l'échelle Pays, à conserver**

#### Points faibles, dysfonctionnements

- Problème du dédoublement de la communication et des supports entre les deux départements et régions, absence de documentation à l'échelle du Pays, pas lisible pour les touristes (action à engager : création d'un guide touristique Pays)
- Manque de communication en anglais sur les différents supports papier et Internet
- Manque de démarchage des groupes et tours opérateurs
- Manque de coordination des différents OT du Pays pour l'accueil et l'information
- Manque de collaboration avec les territoires voisins : Baie de Somme et Côte d'Albâtre
- Pas d'ingénierie à l'échelle du Pays alors que cette échelle est jugée pertinente pour la construction de l'offre
- Manque de coordination entre OT et prestataires, plus de communication à faire vers les hébergeurs

## Liste des participants à la table ronde – (1/2)

Nom	Qualité	Organisme
Mélanie HEITZ	Responsable	OT de Criel sur mer
Danielle HERISSON	Présidente	OT de Criel sur mer
Magali HUC	Directrice	OT du Tréport
Pierre MAQUIN	Président	OT du Tréport
Guy de VAUCORBEIL	Président du Comité scientifique Valorisation du patrimoine verrier	Association La Glass Vallée
Cédric ROUAUD	Responsable communication	Casino du Tréport
Nathalie PROMMIER		Casino du Tréport
Jean Michel COULIER	Chargé de mission	Pays des Trois Vallées
Marie Laure KRESEC	Consultante	EVOLI
Alain LONGUENT	Maire	Ville du Tréport
Christian ROUSSEL	Président	Pays Bresle Yères
Daniel HOUZELLE		CC de Blangy sur Bresle

## Liste des participants à la table ronde – (2/2)

Nom	Qualité	Organisme
Bettina LANCHAIS	Chargée de mission	Association de préfiguration PNR Picardie Maritime
Aline BRAUD	Directrice PAT	CC de la Bresle Maritime
Jack BACOUEL		CC de Blangy sur Bresle
Francis POLLET		CC du Canton d'Aumale
Alban DUPARC	Directeur	Musée Louis Philippe - EU
P. LEPRITRE		Le Mysotis
M. DEMARQUET	Propriétaire de chambres d'hôtes	Le Clos aux cerises – Manoir de Beaumont
Laurent BERNARD		Ville du Tréport
S. TAILLEUX		Le clos des 3 prés
M. HUC	Animateur du groupe de travail Tourisme	Conseil de développement du Pays Bresle Yères
M. PIRQUIN	Président	Conseil de développement du Pays Bresle Yères

## ANNEXE 2 : Les personnes auditées en entretiens

Nom	Qualité	Structure
Christian ROUSSEL	Président	Pays Bresle Yères
Alain Brière et Aline BRAUD	Président et Responsable PAT	CC Bresle Maritime
Daniel ROCHE	Président	CC Yères et plateaux
M. MAUGER	Vice Président au tourisme, maire de Criel sur Mer	CC Yères et plateaux
M. RICHE	Présidente	OT d'EU
M. MORGILLO	Président	OT d'Ault
M. LOUCIF (accompagné de Mme FORTIER)	Président	OT de Mers les Bains
M. MAQUIN et Magali HUC	Président et Directrice	OT du Tréport
Guy de VAUCORBEIL	Président du Comité scientifique Valorisation du patrimoine verrier	La Glass Valley
M. DAVID	Président	Association Manoir de FONTAINE
M. BERNARD	Trésorier	Association Traditions Verrières
M. MAILLARD de Thezy	Directeur	Le Lieu Dieu
Mme HERISSON et Mme HEITZ	Présidente et Responsable	OT de Criel sur Mer
M. COULIER	Chargé de mission	Pays des 3 Vallées
MM. PIRQUIN et HUC	Président et animateur de la commission tourisme	Pays Bresle Yères
Mme DEBRUERE	Chargée de mission	CDT 76
Mme WICQUAERT	Responsable	PAT Terroir de Caux
Mme SAUVAGE	Chargée de mission	Association Culture et Alliance – Vallée du Dun

Nom	Qualité	Structure
M. MACKELBERG	Animateur nature et pêche	Institution Interdépartementale de la vallée de la Bresle
Mme GAOUYER	Maire	Ville d'EU
M. LUC	Président	OT Aumale
Mme LUCOT AVRIL	Maire	Ville d'Aumale

## ANNEXE 3 – Compte –rendu du séminaire stratégique du 28 février 2012

### Les objectifs du séminaire stratégique

- Partager les points clés du diagnostic
- Présenter les premiers éléments de perspective et les filières touristiques stratégiques retenues pour le territoire
- Travailler de manière collective sur ces filières :
  - Quelles orientations stratégiques de développement ?
  - Quelles priorités d'action ?
  - Quelles conséquences en termes d'organisation touristique à l'échelle de l'ensemble du Pays ?



1. Un temps de présentation de la synthèse du diagnostic et des premiers éléments de perspective – environ 1 h
2. Un temps de travail sous la forme d'ateliers collectifs et thématiques – environ 2h

# Présentation des ateliers

## Déroulé des ateliers

- Répartition des acteurs dans 4 groupes de travail thématiques sur chacune des 4 filières traitées :
  1. Atelier Tourisme balnéaire
  2. Atelier Sports et nature
  3. Atelier Patrimoine et Histoire
  4. Atelier Patrimoine verrier
- Désignation d'un ou deux rapporteurs par atelier et séance de travail d'environ 45 minutes sur la base des questionnements soumis
- Pause 15 minutes –
- Restitution et synthèse collective des ateliers – 1 heure

# Atelier 1 : Tourisme balnéaire

## Les besoins identifiés suite au diagnostic :

- **Mise à niveau de l'offre du littoral par rapport aux attentes des clientèles**
  - Qualité de l'hébergement :
    - montée en gamme des hébergements existants et des services associés, notamment montée en gamme et en équipement des sites d'hôtellerie de plein air (piscine chauffée, hébergements insolites, espaces bien être)
    - développement du réseau gîtes et chambres d'hôtes de qualité
  - Offres familiales et ludiques : développement, création de nouveaux produits
- **Intégration forte des promesses clients des destinations phares Baie de Somme et Côte d'Albâtre**

Création d'offres structurantes sur les thématiques :

  - Ressourcement et bien être
  - Découverte nature et grands paysages
  - Développement durable, mobilités douces et sports nature
- **En s'appuyant sur les liens littoral / arrière pays** pour colorer ces offres de manière spécifique et authentique et inciter à la visite de l'arrière pays depuis le littoral

## Les défis à relever pour le développement du tourisme balnéaire en Pays Bresle Yères:

**1. Qualité de l'hébergement et des services associés**

**2. Proposition d'offres familiales et ludiques**

**3. Création d'offres structurantes en accord avec les destinations Baie de Somme et Côte d'Albâtre**

- Ressourcement et bien être
- Découvertes nature, paysages
- Développement durable, mobilités douces et sports nature

**4. Renforcement du littoral par ses liens avec l'arrière pays sur les thématiques retenues : sports nature, verre, histoire et patrimoine**

## Les questionnements de l'atelier :

- Quel est selon vous un bon exemple, à suivre, pour le développement du tourisme balnéaire en Pays Bresle Yères ?
- Les défis formulés ci-contre pour le tourisme balnéaire en Pays Bresle Yères vous paraissent-ils pertinents et bien en lien avec les problématiques du territoire ?  
Y-a-t-il selon vous d'autres champs d'action importants à ajouter ?
- Pouvez-vous recenser les projets et initiatives répondant à chaque défi identifié et dont vous avez connaissance ?  
Quelle est votre opinion à propos de ces initiatives et actions (points forts / points faibles) ?
- Quelles sont les actions qui selon vous pourraient/devraient être menées pour relever les défis formulés ?

## Atelier 2 : Sports Nature

### Les besoins identifiés suite au diagnostic :

- **Se munir d'une offre structurante, phare pour exister en tant que destination sports nature**
- **S'appuyer sur les sports de nature pour mailler et thématiser le territoire**  
- faire du lien entre littoral et arrière pays, décliner les thématiques phares retenues : verre, histoire et patrimoine, littoral
- **Offrir des offres construites et packagées pour les pratiquants de sports nature, en itinérance ou en lieu fixe :**
  - Circuits de randonnée pédestre et vélo avec hébergements et services associés
  - Offre mono ou multi sports en un lieu donné adapté à l'accueil des clientèles recherchant ces types de produits

## Les défis tourisme sports nature à relever

### 1. Se doter d'une offre phare pour être reconnu en tant que destination sports nature

une station sports nature? un circuit itinérance emblématique (Vallée de l'Yères)? un produit multi sports innovant?

### 2. Créer des produits touristiques sports nature

- En itinérance avec hébergements et services nécessaires associés
- En résidence avec offre mono ou multi sports – hébergement adapté
- En phase avec les attentes des différentes clientèles possibles : groupes, familles, excursionnistes

### 3. Mailler le territoire via la pratique des sports nature

- lien littoral / arrière pays,
- lien entre les 2 vallées Bresle et Yères
- lien avec les territoires voisins et les destinations supra

### 4. Faire des sports nature un support des autres filières touristiques du Pays

- Identité verrière
- Histoire et patrimoine
- Littoral et balnéaire

## Les questionnements de l'atelier :

- Quel est selon vous un bon exemple, à suivre, pour le développement du tourisme sports nature en Pays Bresle Yères ?
- Les défis formulés ci-contre pour un tourisme sports nature en Pays Bresle Yères vous paraissent-ils pertinents et bien en lien avec les problématiques du territoire ?  
Y-a-t-il selon vous d'autres champs d'action importants à ajouter ?
- Pouvez-vous recenser les projets et initiatives répondant à chaque défi identifié et dont vous avez connaissance ?  
Quelle est votre opinion à propos de ces initiatives et actions (points forts / points faibles) ?
- Quelles sont les actions qui selon vous pourraient/devraient être menées pour relever les défis formulés ?

## Atelier 3 : Patrimoine et Histoire

Les besoins identifiés suite au diagnostic :

- **Renforcer l'attractivité des pôles historiques Eu et Aumale** (Comté d'Eu et Duché d'Aumale)
- **Décliner la thématique Patrimoine et Histoire sur l'ensemble du territoire et des patrimoines valorisables** : stations balnéaires, forêt d'Eu, vallée de l'Yères et patrimoine rural, patrimoine lié à l'eau – mer et rivières, sites archéologiques...
- **Adapter l'offre de découverte aux différents types de clientèles** : sportifs nature, groupes et seniors, familles

## Les défis à relever pour le développement d'un tourisme Patrimoine et Histoire en Pays Bresle Yères:

### 1. S'appuyer sur des pôles structurants Patrimoine et Histoire

Pôles identifiés : Eu, Aumale

### 2. Décliner cette thématique sur l'ensemble du territoire et des patrimoines valorisables : stations balnéaires, forêt d'Eu, vallée de l'Yères, sites archéologiques

### 3. Adapter l'offre de découverte aux différents types de clientèles :

- sportifs nature – localisation des lieux valorisés sur les circuits de pratique + équipements,
- groupes et seniors,
- familles – création de produits ludiques.

## Les questionnements de l'atelier :

- Quel est selon vous un bon exemple, à suivre, pour le développement d'un tourisme Patrimoine et Histoire en Pays Bresle Yères ?
- Les défis formulés ci-contre pour un tourisme patrimonial et historique en Pays Bresle Yères vous paraissent-ils pertinents et bien en lien avec les problématiques du territoire ? Y-a-t-il selon vous d'autres champs d'action importants à ajouter ?
- Pouvez-vous recenser les projets et initiatives répondant à chaque défi identifié et dont vous avez connaissance ? Quelle est votre opinion à propos de ces initiatives et actions (points forts / points faibles) ?
- Quelles sont les actions qui selon vous pourraient/devraient être menées pour relever les défis formulés ?

## Atelier 4 : Patrimoine verrier

### Les besoins identifiés suite au diagnostic :

- **Créer un produit touristique d'envergure** autour du patrimoine verrier
  - centré sur la vallée de la Bresle et intégrant les espaces voisins Forêt d'Eu et Vallée de l'Yères – produit multi sites avec sites à définir, refonte des musées actuels
  - Valorisant l'histoire verrière de la vallée dans ses différentes composantes : lieux de production, techniques savoir faire et organisation du travail, incidences en matière sociologique et urbanistique (bâtarderies, cités ouvrières, maisons de maître....etc.)
  - Montrant à voir l'activité actuelle : le tissu d'entreprises en activité autour du flaconnage de luxe – pôle de compétitivité Glass Vallée
- **Créer un évènementiel d'envergure** sur le thème du verre – à partir des initiatives déjà existantes
- **Décliner fortement l'identité et le patrimoine verrier dans les circuits de découverte** sports nature du Pays , exemples : les vitraux dans la vallée de l'Yères, les premières verreries en forêt d'Eu, les aménagements forestiers pour l'exploitation verre du bois...etc.
- **Créer des produits packagés** sur cette thématique verrière en intégrant les autres offres clés des destinations Baie de Somme et Côte d'Albâtre

## Les défis à relever pour le développement d'un tourisme autour du verre en Pays Bresle Yères:

1. Créer un produit touristique d'envergure

2. Créer un évènementiel d'envergure greffé sur ce produit verre

3. Décliner fortement l'identité et le patrimoine verrier dans les circuits de découverte sports nature du Pays

4. Créer des produits packagés sur cette thématique verrière en intégrant les autres offres clés des destinations Baie de Somme et Côte d'Albâtre : bien être et ressourcement, découverte des grands paysages, développement durable mobilités douces et sports nature

## Les questionnements de l'atelier :

- Quel est selon vous un bon exemple, à suivre, pour le développement d'un tourisme industriel en Pays Bresle Yères ?
- Les défis formulés ci-contre pour un tourisme autour du verre en Pays Bresle Yères vous paraissent-ils pertinents et bien en lien avec les problématiques du territoire ?  
Y-a-t-il selon vous d'autres champs d'action importants à ajouter ?
- Pouvez-vous recenser les projets et initiatives répondant à chaque défi identifié et dont vous avez connaissance ?  
Quelle est votre opinion à propos de ces initiatives et actions (points forts / points faibles) ?
- Quelles sont les actions qui selon vous pourraient/devraient être menées pour relever les défis formulés ?

# Compte-rendu des ateliers

Ce qui suit est la retranscription de l'expression des participants au séminaire.

*La production résultant des échanges n'est pas rapportée sous une forme in extenso et fait l'objet d'un retraitement synthétique reformulé par les consultants animateurs des ateliers.*

# Compte-rendu de l'atelier Tourisme balnéaire

- Deux exemples donnés pour le développement du tourisme balnéaire en Pays Bresle Yères
  - les stations de montagne sur lesquelles les Offices de Tourisme travaillent de manière très partenariale avec les prestataires activités de pleine nature, font du lien entre prestataires et hébergeurs, et assurent un véritable rôle d'organisation de l'offre
  - les territoires de Haute Savoie, Pays Basque et Bretagne sur lesquels des animateurs de territoire mettent en musique les offres touristiques

*Les défis à relever identifiés par les participants :*

### **La qualité des hébergements**

- Une offre en adéquation avec les attentes des clientèles
    - L'objectif de qualité ne doit pas être le haut de gamme, ne correspond pas à la cible du territoire
    - Traitement de la qualité des services associés pour attirer et fidéliser les clientèles :
      - partenariats à nouer avec des prestataires sports (ex : vélo) et bien être (ex: spas, futur centre aquatique)
      - services sur le site pour l'Hôtellerie de plein air : espace bien être, piscines chauffées...etc.
  - Un renforcement de l'offre sur le littoral
    - En qualité : une bonne qualité des hébergement dans l'arrière pays mais un vrai manque sur le littoral
    - En capacité : manque de capacité hôtelière pour l'accueil des groupes
- ↪ recherche d'investisseurs nécessaires pour y pallier
- ↪ soutien de l'initiative privée, les élus et les collectivités ont là un rôle à jouer

*Les défis à relever identifiés par les participants :*

### **La création d'un évènementiel fort**

- qui permette de servir à la fois le littoral et l'arrière pays,
- ↳ nécessite une forte coordination des acteurs pour cette mise en œuvre (exemple donné d'une coordination Chambre de Commerce et d'Industrie / secteur nautisme pour un évènementiel nautisme)

### **Une meilleure mise en marché de ce qui existe déjà sur le territoire,**

- il faut activer ces potentiels
- ↳ nécessite un chef d'orchestre professionnel à l'échelle du Pays qui soit en capacité de réaliser cette coordination et de communiquer

BONNES IDEES entendues :

- Développer l'activité de nautisme et la rendre plus visible sur les plages, en faire un vecteur d'animation des plages
- Créer un réseau des hébergeurs pour un renvoi de clientèles, en direct ou via les Offices de Tourisme
- Au Tréport : mettre plus en avant le tourisme sur le port, aujourd'hui on ne voit que l'activité pêche

# Compte-rendu de l'atelier Tourisme Sports nature

*Les défis à relever identifiés par les participants :*

## **Donner de la lisibilité et de la cohérence à l'offre du territoire**

- Mettre en place une signalétique des sites et itinéraires adaptée à l'entité Pays qui passe au-dessus des frontières administratives départementales et régionales
- Travailler à l'échelle du Pays pour produire des documents avec l'offre globale, recenser sur un même support l'offre de ballades, les points d'intérêts et culturels
- Donner une identité sports nature au Pays par la création d'une offre emblématique (projet évoqué de station sports nature au Lieu Dieu)

## **Développer des randonnées intelligentes, mettre en relation les sports nature avec la découverte des milieux et des patrimoines**

- exemples donnés : lien possible entre la forêt d'Eu et le parc du Château, les poteaux en fonte de la forêt d'Eu, les maisons forestières remarquables, les verreries qui étaient en forêt dès le 14ème siècle,
- ne pas oublier le thème de l'eau qui est fort sur le territoire, qui pourrait être décliné au niveau sports avec une palette complète de pêches praticables (mer, rivière, étang, à pied)

*Les défis à relever identifiés par les participants :*

### **Développer les mobilités douces et des modes de découverte du territoire innovants**

- Valoriser le train, épine dorsale de la vallée de la Bresle comme mode de transport doux et multimodal (transport de vélos évoqué). La station Forêt d'Eu existe à l'entrée d'Incheville; exemple cité de la forêt de Fontainebleau
- Mettre en place un plan de développement des voies douces sur l'ensemble du Pays et en connexion avec les territoires voisins, ex : prolongement des pistes cyclables de la Baie de Somme
- ↳ Mettre en place une instance consultative pour recueillir l'avis de tous les acteurs concernés : usagers, gestionnaires, collectivités, financeurs, qui permettrait de faciliter la mise en œuvre de projet nature / patrimoine, exemple donné de la Stèle Adélaïde

### **Créer un évènementiel sportif d'envergure**

déjà un évènement existant : la Transbresloise

# Compte-rendu de l'atelier Tourisme Patrimoine et Histoire

*Les défis à relever identifiés par les participants :*

## **Mieux connaître les patrimoines du Pays pour ensuite développer des offres attractives et innovantes**

- Inventaire exhaustif de toutes les formes de patrimoines à réaliser : bâti, historique, verre, naturel, terroir
- Structuration de l'offre à mettre en œuvre : création de sites vitrines, de centres d'interprétation et de circuits patrimoniaux sur le territoire, produits interactifs où la participation des touristes est possible : « toucher de ses propres mains »
- Problème du financement des actions patrimoniales sur le territoire et manque de culture du mécénat alors que des patrimoines sont à sauver (ex des poteaux en fonte de la forêt d'Eu)

↳ S'appuyer sur des labels ? Evocation du label Pays d'Art et d'Histoire qui peut permettre de structurer l'offre et du label du prochain Parc Naturel Régional de Picardie maritime

## **Coordonner et communiquer**

- Il faut un coordinateur pour monter les offres
- Mutualisation des moyens intéressante pour améliorer le fonctionnement des structures associatives et bénévoles qui œuvrent beaucoup dans le domaine

*Les autres idées suivantes ont été développées :*

- Développement des partenariats avec l'extérieur
- Développer des évènementiels culturels avec la double cible des habitants et des touristes
- Des thèmes et sites porteurs identifiés : Briga, site archéologique majeur du nord de la France, Louis Philippe et le 19<sup>ème</sup> siècle
- Action vers la population locale à mener qui a besoin de se réappropriier et de découvrir son propre patrimoine

# Compte-rendu de l'atelier Patrimoine verrier

## Exemples de réalisations sur le thème du patrimoine verrier :

- La cristallerie d'Arques dont la visite a attiré jusqu'à 12 000 visiteurs par an, avec un espace de vente
- Meisenthal : installation dans une ancienne verrerie d'un palais des congrès, d'une résidence d'artistes verriers, d'un musée

## Dans la vallée de la Bresle :

- Une offre existante : les musées de Blangy et d'Eu ainsi que des événements autour du verre : fêtes du verre de Blangy et du Tréport et Eclat de verre – exposition d'art verrier contemporain
- Site de Nesle Normandeuse à valoriser

Un des problèmes majeurs identifiés à la valorisation touristique du patrimoine verrier est la culture du secret dans les verreries en activité et de l'absence de produits à vendre

## MAIS

Intérêt des verriers

- à ce que le public sache que les flacons de luxe sont fabriqués ici par eux en vallée de la Bresle
  - à développer une image positive et dynamique de la vallée pour favoriser la venue de salariés, cadres notamment
- ⇒ implication dans un lieu de valorisation de leur présence et de leur histoire ?

↪ Un intérêt partagé entre territoire et entreprises à valoriser l'histoire verrière du territoire

- L'histoire verrière est déclinable sur l'ensemble du territoire puisque les premières verreries étaient situées en forêt (40 kg de bois nécessaires pour 1 kg de verre) et que certaines se sont installées en vallée de l'Yères avant la création de la ligne de chemin de fer.
- ↳ Signalétique à installer en forêt sur les anciennes verreries, circuit à développer
- Une organisation industrielle à montrer, sur toute la vallée de Feuquières à Mers les bains.
- ↳ La Glas Vallée doit affirmer sa présence (ex: remplacement des anciens totems du district industriel par des totems Glass Vallée)  
*Sur l'aspect industriel, un lien à faire avec le Vimeu : serrurerie, robinetterie, lien à faire avec la cométique vallée*
- et une activité artistique autour du verre - 1 ou 2 vitraillistes, un créateur de perles au Tréport, une lustrerie à Blangy, des souffleurs : eux ont envie d'accueillir du public
- ↳ S'appuyer sur le côté artistique

En conclusion : aujourd'hui le Pays existe (par rapport aux études menées en 2004) et un projet fédérateur sur l'ensemble du territoire va pouvoir se mettre en place

# Les participants au séminaire 1/4

Liste des personnes excusées :

- Monsieur le Sous-préfet d'Abbeville,
- Monsieur Alain BRIERE, Président de la CC Bresle Maritime,
- Monsieur François BERGEZ, Directeur du CDT de la Somme
- Monsieur Daniel LEVILLAIN de l'Hôtel de Calais,
- Monsieur Nicolas MINEL, Département de la Somme,
- Madame Marie-Carole BEN RAÏS, Département de la Seine-Maritime,
- Madame Laurence MOIGNET, Conseil Régional de Picardie
- L'Office de Tourisme d'Ault

Nom	Prénom	Fonction	Structure
MASSE	Joël		CC Canton d'Aumale
DEVILLERS	Sophie		Service patrimoine – Mairie d'Eu
DUPARC	Alban		Musée Louis Philippe – Château d'Eu
SANSON	Nicolas Guillaume	PDG	Le Cise
ROUSSEL	Christian	Président	Pays Bresle Yères
LUCOT AVRIL	Virginie	Présidente	CC Canton d'Aumale
PECQUERY	Jacques	Maire	GAMACHES
HUC	Claude	Animateur du groupe tourisme	Conseil de développement du Pays Bresle Yères
PIRQUIN	Philippe	Président	Conseil de développement du Pays Bresle Yères

## Les participants au séminaire 2/4

Nom	Prénom	Fonction	Structure
ROCHE	Fabien	Charge de mission tourisme	Conseil Régional de Picardie
BRAUD	Aline	Agent de développement touristique	CC Bresle Maritime
LEPRETRE	Pascal	Président	Le Myosotis
BILON	Brigitte		Chambres d 'hôtes
MACKELBERG	Charles Edouard	Chargé de mission	EPTB Bresle
MOLLO	Yves Marie		CC Canton d'Aumale
GRACIA	Alain	Chargé d'accueil public	ONF
MAILLARD	Jérôme	Directeur	Lieu Dieu
LOUCHART	Vanessa	responsable	Camping municipal les boucaniers
BRASSEUR	François	Chargé de mission	Pays des 3 vallées
LE CARROU	David	Directeur	Ecole de voile
BOCHE	Marie-Agnès	Conseiller tourisme	CCI LNP
DEBONNE	Dominique	Chargé de mission	Auberge de jeunesse de EU
BACOUEL	Jack		Conseil de développement Pays Bresle Yères

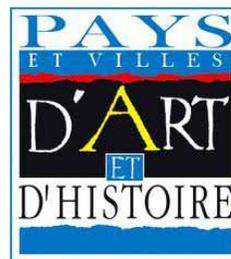
## Les participants au séminaire 3/4

Nom	Prénom	Fonction	Structure
PIGNOLET	Florian	Directeur	Résidence de tourisme Goélia
HUC	Magali	Directrice	Office de Tourisme du Tréport
DESBRUERES	Michèle		CDT 76
TAILLEUX	Susan	Producteur de cidre / Chambres d'hôte	Parc et Vergers « Les Prés »
TOUZEAU	Hélène	Conseillère commerce e t tourisme	DIRECCTE Haute Normandie
COURCELLE	Sabine	Mission régionale Picardie Maritime	Conseil Régional de Picardie
DAVID	Alain	Président	Association Manoir de Fontaine
LE FRANC	Alain	Trésorier	Musée Traditions Verrières
DE VAUCORBEIL	Guy		Glass Vallée
HANRION	Claire	Chargée de mission	Prospective et patrimoine
RENOTTE	Christian	Président	Association traditions verrières
LIENARD	Julie		Association de préfiguration du PNR Picardie Maritime
FOURNIER	Cécile	Assistante	CC Canton d'Aumale

## Les participants au séminaire 4/4

Nom	Prénom	Fonction	Structure
CARPENTIER	Didier	Chargé de Mission Tourisme	DiRECCTE
MAQUET	Emmanuel	Maire	Mers les Bains
LONGUENT	Alain	Maire	Le Tréport
POLLET	Francis	Adjoint au Maire	Marques

## ANNEXE 4 : à propos du label Pays d'Art et d'Histoire



### ▪ Qu'est-ce que le label Art et Histoire ?

Mis en œuvre par le ministère de la Culture et de la Communication assure depuis 1985, dans le cadre d'un partenariat avec les collectivités territoriales, pour une politique de valorisation du patrimoine et de sensibilisation à l'architecture

Le label " Ville ou Pays d'art et d'histoire ", déposé à l'Institut national de la propriété industrielle (INPI), qualifie des territoires, communes ou regroupements de communes qui, conscients des enjeux que représente l'appropriation de leur architecture et de leur patrimoine par les habitants, s'engagent dans une démarche active de connaissance, de conservation, de médiation et de soutien et à la qualité architecturale et du cadre de vie. Le terme de patrimoine doit être entendu dans son acception la plus large, puisqu'il concerne aussi bien l'ensemble du patrimoine bâti de la ville que les patrimoines naturel, industriel, maritime, ainsi que la mémoire des habitants. Il s'agit donc d'intégrer dans la démarche tous les éléments qui contribuent à l'identité d'une ville ou d'un pays riche de son passé et fort de son dynamisme.

Cette démarche volontaire se traduit par la signature d'une convention « Ville d'art et d'histoire » ou « pays d'art et d'histoire », élaborée dans une concertation étroite entre le ministère de la Culture et les collectivités territoriales. Elle définit des objectifs précis et comporte un volet financier.

Les Villes et Pays d'art et d'histoire constituent un réseau national qui permet l'échange des expériences les plus innovantes.

## ▪ Une politique nationale

Le conseil national des Villes et Pays d'art et d'histoire, créé en 1995, contribue à l'orientation générale de la politique du réseau et émet un avis sur les candidatures au label ainsi que sur les retraits consécutifs au non-respect de la convention. Il fixe en outre les grandes orientations de cette politique nationale, lesquelles se traduisent, au sein des conventions, par les objectifs suivants :

### ✓ **La prise en compte de l'ensemble des actions de connaissance, de conservation, de protection et de valorisation de l'architecture du patrimoine et du paysage**

La démarche intègre notamment :

- les études de connaissance préalable des territoires,
- l'existence d'un secteur sauvegardé ou d'une zone de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP), le cas échéant,
- la protection des monuments historiques, les opérations d'archéologie et d'ethnologie,
- l'application de la loi du 29/12/1979 relative à la publicité, aux enseignes et préenseignes,
- la politique de restauration du patrimoine et les initiatives en faveur de la création et de la qualité architecturale, urbaine et paysagère,
- le bilan de la politique urbaine menée par la collectivité territoriale (concours d'architecture, aménagements urbains, commande publique, mise en valeur de l'espace public, des entrées de ville, etc.),
- les actions de sensibilisation et de valorisation menées par les collectivités territoriales.

### ✓ **Inscription du projet " Ville ou Pays d'art et d'histoire " au sein de la politique publique locale**

Ce projet repose sur un dispositif transversal à l'action du territoire pour mieux accompagner les décideurs et les agents publics, mais aussi l'ensemble des acteurs locaux qui participent à la valorisation du patrimoine et à l'élaboration du cadre de vie.

La politique des Villes et Pays d'art et d'histoire concerne en effet de nombreux domaines de compétences comme l'action culturelle, l'action éducative, l'habitat, l'urbanisme et les services techniques, le développement durable, le tourisme, etc. Aussi les objectifs de la convention inscrivent-ils le projet « art et histoire » dans un projet global de territoire.

### ✓ **La sensibilisation des publics à l'architecture, au patrimoine et au paysage**

La volonté de sensibiliser les habitants à l'architecture, au patrimoine, à l'urbanisme et au paysage doit les conduire à se considérer comme acteurs de leur cadre de vie.

La qualité architecturale et paysagère est un enjeu de société et doit pouvoir être largement débattu localement. Cette appropriation des habitants, témoignage de maturité de la démocratie locale, sera encouragée.

### ▪ Les objectifs de la convention:

#### **Sensibiliser les habitants à leur cadre de vie et inciter à un tourisme de qualité**

Considérant que les habitants sont les premiers ambassadeurs de leur ville ou pays, des visites et conférences à thème sont programmées à leur attention en fonction de la spécificité et de l'actualité du patrimoine, de l'urbanisme et de l'architecture. Des actions spécifiques pour la population dont celle des quartiers périphériques, sont mises en place pour créer un sentiment d'appartenance à une communauté, pour l'inciter à préserver le patrimoine et à mieux comprendre les enjeux du développement urbain et paysager.

Certaines formes de sensibilisation sont privilégiées à l'intention des personnels des services d'urbanisme, d'accueil des offices de tourisme et des mairies, hôteliers et restaurateurs, propriétaires de gîtes, taxis...

#### **Initier le jeune public à l'architecture, au patrimoine et à l'urbanisme**

Les services éducatifs de l'architecture et du patrimoine sont une priorité des conventions. Ils sont coordonnés par l'animateur de l'architecture et du patrimoine et fonctionnent toute l'année dans un lieu spécifique. Ces ateliers accueillent les élèves de la maternelle à la terminale, en temps et hors temps scolaire (vacances, été des 6-12 ans...).

Les activités pédagogiques que l'animateur de l'architecture et du patrimoine est appelé à mettre en place s'inscrivent dans le cadre de la coopération entre le ministère de la Culture et de l'Éducation nationale ayant pour thème l'architecture, le patrimoine, la ville et le paysage. Ces activités s'inscrivent en priorité dans le cadre des dispositifs partenariaux de ces deux ministères, ainsi que dans le cadre de l'enseignement de l'histoire des arts.

#### **Présenter la ville ou le pays dans un Centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine (CIAP)**

Outre la mise en place des visites-découvertes, la convention préconise la création d'un centre d'interprétation de l'architecture et du patrimoine ([CIAP](#)), outil de référence présentant de manière didactique l'architecture et le patrimoine de la ville ou du pays. L'exposition principale est un point d'accueil des visiteurs, de rencontre pour les habitants et un support pédagogique pour les jeunes.

Véritable équipement de proximité, cet espace est également un lieu de ressources et de débat pour la population, propre à la présentation de l'histoire mais aussi à celle des projets d'aménagement contemporains. Créé en articulation avec les autres équipements culturels de la collectivité (musée, médiathèque, centre d'urbanisme, etc.), il contribue à compléter l'aménagement culturel du territoire.

La convention encourage aussi la réalisation de documents d'information et de promotion dans le respect de la charte graphique identifiant le réseau sur le territoire national.

▪ **Les moyens :**

La mise en œuvre de ces actions nécessite la création **d'un service d'animation de l'architecture et du patrimoine**. A sa tête, un [animateur de l'architecture et du patrimoine](#) recruté par concours, travaille en relation avec des [guides-conférenciers](#) agréés par le ministère de la Culture et les structures culturelles et touristiques locales. Les actions sont conduites avec le concours d'intervenants multiples : directions régionales des affaires culturelles, services départementaux de l'architecture et du patrimoine, services des archives départementales et municipales, Education nationale, écoles d'architecture et universités, conservateurs des musées, offices du tourisme, autres lieux de diffusion de l'architecture... Une commission de coordination, présidée par le maire, les réunit régulièrement pour évaluer les actions menées et décider de celles à engager.

Le ministère de la Culture et de la Communication apporte un soutien aux collectivités locales. Celui-ci est à la fois spécifique au territoire concerné et commun à l'ensemble des Villes et Pays d'art et d'histoire. Outre un accompagnement financier pendant les cinq premières années de la convention, il se traduit par des formations à l'intention des animateurs de l'architecture et du patrimoine et des guides-conférenciers, un appui à la réalisation de documents d'information, d'expositions et d'outils pédagogiques.

Une publication nationale " *Echanges et Patrimoine* " développe une thématique et relate les expériences régionales et locales