

Compte-rendu atelier 2 Leader
Attractivité et animation
mardi 21 avril 2015 – 18h00
Complexe sportif d'Haussimont

Liste des participants

Nom	Prénom	Fonction	Présence
CHAUFFERT	Bernard	Conseiller municipal de Saint Memmie	Présent
CHONÉ	Jean-Marc	Directeur des études - AUDC ¹	Présent
GAIGNETTE	Thierry	Membre du CDL ² du Pays de Châlons	Excusé
GERMEMONT	Danielle	CESE ³ – Responsable du Syndicat UNSA ⁴ Châlons-en-Champagne	
GODART	Pauline	Assistante d'études - AUDC	Présente
HENRY	Catherine	Citoyenne	Présente
HORY	Jean-Claude	CDL Pays de Châlons	Excusé
HUET	Pierre	Membre du CDL du Pays de Châlons	Excusé
JACQUINET	Benoît	Restaurant l'Auberge des Moissons	
JESSON	Jacques	Président du Pays de Châlons	Excusé
LADOUCETTE	Anne	Membre du CESE	Excusée
MAIRESSE	Marie-Christine	Association de consommateurs CCLV	Présente
OLLIER	Guillaume	Directeur Général Adjoint chargé des Services à la Population – Cités en Champagne	Excusé
PADIOU	Laurence	Directrice de l'Office de Tourisme de Châlons-en-Champagne	Excusée
PAULY	Hélène	Chargée de mission Leader au Pays de Châlons	Présente
RIOLLET	Bérénice	Chargée de production Association FURIES	Présente
ROULOT	Bruno	Maire d'Haussimont	Présent
SONGY	Nicole	Chambres d'hôtes La Grosse Haie	
SONNET	Jean-Pierre	Comité Départemental de Randonnée Pédestre	Présent
VERNET	Renaud	CESE Directeur Agence51	Présent
VINCENT	Pierre	CDT 51	Présent

¹ Agence d'Urbanisme et de Développement de l'agglomération et du pays de Châlons-en-Champagne

² Conseil de Développement Local

³ Conseil Economique Social et Environnemental

⁴ Union Nationale des Syndicats Autonomes

Introduction

Hélène Pauly rappelle l'objet de la réunion. Il s'agit de faire le point sur le diagnostic du territoire du Pays de Châlons dans les domaines du tourisme, du patrimoine, des loisirs, du sport et de la culture.

Le diagnostic proposé est issu d'une synthèse des documents stratégiques disponibles actuellement : la charte de développement durable du Pays, le rapport de présentation du SCOT⁵ du Pays, le diagnostic Agenda 21 de l'agglomération de Châlons, les travaux du CRSD⁶, les travaux faits par la commission 2 du CDL du Pays. Il est affiné par des entretiens qui ont déjà eu lieu pour certains (CDT notamment) et qui se poursuivent tout au long de la démarche d'élaboration de la candidature. De ce diagnostic il faut tirer et hiérarchiser des enjeux, qui permettront d'identifier ensuite des opérations éligibles à Leader.

Ce travail d'identification d'opérations fera l'objet d'une autre réunion le 9 juin.

La même méthode est suivie pour les autres groupes de travail : Atelier 1 Services à la population, Atelier 3 Développement durable et Atelier 4 Economie / formation.

La candidature du Pays doit être déposée à la Région avant le 30 octobre 2015.

Rappel : qu'est-ce que Leader et comment ça marche ?

Leader est un dispositif européen qui associe la gestion de fonds européens issus de la PAC⁷ à une méthode de développement local, basée sur une démarche ascendante. L'enveloppe financière est confiée à un Groupe d'Action Locale (GAL) composé d'élus des collectivités et de personnes privées représentatives du territoire et compétentes au regard de la stratégie définie par le territoire.

Le Pays organise actuellement une concertation pour déterminer cette stratégie, en s'appuyant notamment sur les personnes impliquées dans le Conseil de développement du Pays et dans le CESE de la Ville de Châlons-en-Champagne. La démarche est ouverte à toute personne qui souhaite s'impliquer dans le développement de son territoire.

Les opérations qui pourront être éligibles à Leader doivent avoir un caractère innovant, intégré et multipartenarial.

En Champagne 18 territoires sont candidats à Leader, pour une enveloppe globale de 21 000 000 €, qui sera répartie entre les territoires retenus selon des critères qui ne sont pas connus à ce jour.

Analyse Tourisme

L'analyse par Atouts Faiblesses Opportunités Menaces (AFOM) est une méthode de diagnostic de territoire qui est fortement conseillée par l'Europe et donc par la Région pour préparer la stratégie Leader.

Il est demandé aux participants de questionner les éléments de l'AFOM, de les modifier si nécessaire et de les valider ensuite.

Les participants font un **focus sur l'aéroport Paris-Vatry**. Ils indiquent que :

Vatry est un aéroport émetteur, il faudrait qu'il devienne un aéroport récepteur, pour maintenir les touristes sur le territoire ; sur des lignes depuis Londres ou les Pays de l'Est par exemple.

NB : c'est du ressort de la DGAC⁸, en local on n'a pas la main là-dessus.

Pierre Vincent indique qu'il y a eu des enquêtes sur les voyageurs qui arrivaient à Vatry, à l'époque où il y avait des échanges avec Stockholm : certains touristes restaient sur place car les avions partaient/arrivaient soit tôt soit tard. Actuellement ce n'est plus le cas, les départs se font en journée.

⁵ Schéma de COhérence Territoriale

⁶ Contrat de Redynamisation des Sites de Défense

⁷ Politique Agricole Commune

⁸ Direction Générale de l'Aviation Civile

Au regard des éléments de diagnostic, les participants font les remarques suivantes :

La mise en avant de l'offre touristique

Il y a de l'offre touristique sur le territoire mais elle n'est pas suffisamment visible en dehors de la ville-centre et trop diffuse sur le reste du Pays. Il est question de l'identification du « Pays de Châlons-en-Champagne », dans l'esprit des gens ça évoquerait surtout la ville de Châlons-en-Champagne. Il y a un travail de ciblage à faire, en fonction des personnes visées (touristes proches ou étrangers, population locale, etc.)

Le développement de l'offre et la coopération

Il faut faire un gros coup pour marquer les esprits, le projet d'illumination des ballades en barques va attirer du monde : ça s'inscrit dans la valorisation de l'eau à Châlons avec aussi le relai nautique qui fonctionne très bien.

Il faut créer de l'offre touristique en mobilisant les ressources, avec une demi-journée sur telle commune puis soirée événement à Châlons par exemple.

Les jardins d'Haussimont en sont un exemple, il y a des gens d'Hautvillers qui viennent pique-niquer à Haussimont. Il faudrait organiser des journées sport/nature : il faut faire de la pédagogie autour de ça et aussi organiser le transport.

Il faut coopérer aussi par rapport aux autres manifestations : VITEFF et VITIVINI, pour proposer de l'hébergement par exemple : il faut voir avec les autres territoires Leader.

L'animation locale, l'appropriation et la question identitaire

Il faut travailler sur la dimension identitaire, de fierté, d'appartenance à cette ville et d'appropriation de l'offre d'animation : il y a plein de choses à faire à Châlons, (le foisonnement d'animations listées notamment par toutchalons.com en témoigne) mais on entend toujours les gens se plaindre qu'il n'y a rien à faire.

Il y a le problème du manque de « réflexe tourisme » des commerçants, qui ne s'adaptent pas assez pour répondre aux demandes des touristes (horaires d'ouverture, redirection vers des collègues, offres complémentaires type cartes postales, etc.) : il faut faire des formations, créer une prise de conscience

- la population, les commerçants, nous-mêmes, on doit tous devenir des ambassadeurs locaux

L'UCIA⁹ pourrait être un relai efficace pour mobiliser les commerçants.

Concernant la communication, il est précisé que la Ville et la CAC harmonisent en ce moment leurs journaux.

Il y a un événement important avec Châlons c'est Végas (même format que Châlons c'est Brazil l'année dernière) pour animer le centre-ville. Il est dommage que cet événement se soit positionné en même temps que le Festival Furies. Manque de lisibilité pour le public.

Il manque des animations solides en juillet/août pour correspondre à la saison touristique, il faudrait un festival début juillet : un grand festival autour des arts du cirque, avec Furies aussi par exemple. Cela dit il existe quand même Le Festival des Musiques D'ici et d'ailleurs, organisé par Musiques sur la ville, qui se déroule tout au long du mois de juillet, en centre ville.

- il faut absolument de la coordination, de l'harmonisation et de la mise en réseau des acteurs

Pour la coordination, il faut travailler à faire évoluer l'office de tourisme de Châlons en Office de tourisme de Pays.

On a un problème d'état d'esprit : en ville place Foch, par exemple, il n'y a pas un banc, ce n'est pas convivial c'est beau mais ça manque de vie – à Reims il n'y a rien de spécial mais il y a du piétonnier et on peut s'asseoir, c'est la base

Que font les étudiants de Châlons ? Ils vont à Reims ou ils vont les uns chez les autres, ils ne sortent pas en ville - il faut dire aussi que c'était avant une politique de la ville qui ne voulait pas trop de fêtes et de la tranquillité –

Pourtant il y a des efforts de faits, avec le fleurissement par exemple à Châlons et alentours.

⁹ Union Commerciale Industrielle et Artisanale

Analyse AFOM Tourisme – complétée suite aux discussions

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> - un territoire bien situé par rapport aux bassins de populations, aux migrations touristiques, bien desservi et accessible - une région connue mondialement pour le produit Champagne - un territoire chargé d'histoire - un savoir-faire de l'agglomération châlonnaise en matière de foires et salons et un équipement moderne (Capitole) - une clientèle majoritairement française et clientèle étrangère plus élevée que la moyenne nationale - la présence sur le Pays d'atouts (patrimoine, culture, histoire, nature, loisirs, mémoire, etc.) qui peuvent participer à une offre touristique de qualité - la présence de l'eau dans la majorité des communes dont Châlons - de nombreuses communes labellisées "villes et villages fleuris" - de grands paysages ouverts, une densité de population modérée qui peuvent séduire une clientèle en recherche d'espace et loisirs de nature - la proximité du vignoble champenois - des actions réalisées et des acteurs mobilisés pour la valorisation touristique 	<ul style="list-style-type: none"> - un déficit de notoriété en partie lié à un problème d'identité et d'image - un aéroport pas assez récepteur (trop émetteur) - l'absence de « produit Champagne » sur le Pays - un tourisme de passage - un climat qui peut influencer sur la durée des séjours et rebuter les visiteurs - une dispersion des sites touristiques sur le territoire et une mise en réseau insuffisante - des préjugés négatifs de la clientèle française concernant la région - une capacité d'accueil qui peut saturer lors des grandes manifestations et peiner à réunir un taux de fréquentation économiquement viable à d'autres périodes (saisonnalité marquée) - un hébergement rural déficitaire - un déficit pour certains équipements d'accueil (camping-cars, camping "nature") - des faiblesses en hébergement haut de gamme et insolite - des lacunes dans la connaissance de l'offre (activités et loisirs) et des enjeux liés au développement touristique - un manque de lisibilité de l'offre (offre très diffuse sur le territoire) - un patrimoine immatériel perçu comme quasi-inexistant - une accessibilité des sites et équipements à améliorer (horaires d'ouverture, PMR) - une promotion insuffisante, une population, des professionnels peu sensibilisés à Châlons et sur le Pays - un potentiel touristique méconnu, au niveau de la population locale et des touristes
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> - un intérêt croissant pour le développement du tourisme en tant qu'activité créatrice de richesses et d'emplois - des filières en développement (fluvial, affaires, événementiel, sport, etc.) - des manifestations et animations en développement - un potentiel de développement agrotouristique - l'intérêt croissant porté au tourisme de mémoire - les possibilités offertes par les technologies numériques - la création en cours d'une destination Champagne - le développement de circuits touristiques avec Reims et Epernay - la coopération avec les territoires Leader voisins (PNR Montage de Reims, Pays d'Epernay, Pays Brie et Champagne) pour développer des offres touristiques 	<ul style="list-style-type: none"> - un manque de conviction des élus locaux sur la valeur des atouts touristiques du territoire et une interrogation sur la réalité des retombées locales - un manque de moyens pour l'organisation de visites (peu de guides, érudits, moyens humains, matériels, logistiques, financiers, etc.) - un potentiel d'hébergement/restauration fragile (mise aux normes, viabilité économique tout au long de l'année) - une absence de stratégie touristique

ENJEUX « tourisme » validés, suite à la discussion :

- la mise en tourisme du territoire et l'organisation des moyens techniques et humains pour y parvenir (coordination et pilotage)
- l'appropriation des atouts et richesses du territoire, la fierté et la capacité des habitants à devenir des ambassadeurs
- le positionnement du tourisme en tant qu'outil de développement local, permettant des retombées économiques, pour les communes rurales mais aussi pour les acteurs économiques (commerçants)
- la capacité à faire émerger des porteurs de projets touristiques

Analyse Patrimoine

Au regard des éléments de diagnostic, les participants font les remarques suivantes :

Fierté locale

Le manque d'appropriation du territoire et la question de la fierté ressort avec la problématique du patrimoine : à Châlons on n'est pas assez fier de son patrimoine, pourtant il y a une grande richesse et diversité.

Il faudrait faire tomber le crépi des maisons de la rue de Marne, ça lui donnerait une autre allure. Il faudrait créer des récompenses / une charte pour valoriser ceux qui maintiennent, entretiennent le patrimoine bâti.

Tourisme de mémoire et d'histoire

Les gens ne sont pas assez conscients du potentiel qu'il y a avec la valorisation des sites liés à la grande guerre, il y a une méconnaissance (cimetière de Souain par exemple)

Par rapport à la foire de Châlons, ce serait intéressant de questionner le côté historique de l'existence de cette foire : origine médiévale, valoriser ça aussi avec par exemple des conteurs costumés, remettre de l'Histoire là-dedans

Analyse AFOM Patrimoine - complétée suite aux discussions

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">• une grande diversité du patrimoine bâti (vernaculaire, industriel, châteaux, hydraulique, militaire)• une grande diversité de matériaux• un élément identitaire : la craie• Châlons labellisée « Villes d'Art et d'Histoire » depuis 2007• une zone de protection du patrimoine architectural, urbain et paysager (ZPPAUP) sur le centre-ville de Châlons protégeant les bâtiments historiques• des paysages préservés des phénomènes de mitage• une inscription initiale des villes et villages en harmonie avec l'environnement et un étalement urbain assez contenu• la présence remarquable du végétal et de l'eau dans les villages comme dans l'agglomération	<ul style="list-style-type: none">• un patrimoine domestique et un patrimoine industriel dont la valeur est insuffisamment reconnue• une méconnaissance globale de la qualité du patrimoine local• des matériaux fragiles (craie, carreaux de terre) dont la pérennité est posée à moyen terme• des grands paysages agricoles peu reconnus et des pressions nouvelles comme l'éolien• des extensions urbaines récentes en rupture avec l'identité des villages dans la forme urbaine et l'architecture• des espaces de transition paysagère trop souvent oubliés dans les extensions urbaines récentes• pas assez de fierté locale du patrimoine
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none">• la présence d'atouts pour un travail identitaire sur le territoire	<ul style="list-style-type: none">• un risque de disparition du petit patrimoine faute d'entretien et de connaissance de sa valeur• un risque de disparition des savoir-faire liés à l'entretien du patrimoine et des matériaux anciens• un risque de « dégradation » progressive du cadre de vie

ENJEUX validés, suite à la discussion :

- l'affirmation d'une identité Pays de Châlons-en-Champagne
- le maintien du patrimoine et sa valorisation
- la capacité des habitants et des élus locaux à assumer l'histoire du territoire pour capitaliser sur ses atouts, en être fiers et devenir des ambassadeurs

Analyse Sports et loisirs

Au regard des éléments de diagnostic, les participants font les remarques suivantes

Répartition et utilisation des équipements sportifs

Globalement le territoire est bien équipé, sur l'agglomération châlonnaise mais aussi plus loin : projet de centre nautique à Fagnières, complexe sportif à Haussimont, golf de la grande Romanie vers Courtisols et golf à Mourmelon, piscine à Suippes

Par contre il faudrait améliorer la coordination de l'occupation des équipements (problèmes de piscines fermées en été, souvent les équipements sportifs sont complets à Châlons), le problème aussi c'est l'échelle de la compétence : compétence municipale et pas interco

- il faudrait un calendrier de l'occupation des gymnases

Il y a beaucoup d'associations sur le territoire mais la question du renouvellement se pose, ainsi que de la perte d'attrait du bénévolat

Randonnées pédestre et cyclo

Il faut valoriser les itinéraires de randonnées existants (itinéraires européens) et améliorer la signalétique.

Concernant la vélo-route, ce serait intéressant de la prolonger en amont le tronçon de Châlons à Recy jusqu'à Condé sur Marne, voire d'envisager en aval un parcours jusqu'à Vitry le François, cela pourrait donner lieu à un projet de coopération inter-territoriale avec les GAL leader Pays d'Epervain/Montagne de Reims et Pays Vitryat.

Il y a du potentiel pour une labellisation Accueil Vélo autour de certains sites : Notre Dame en Vaux à Châlons et la basilique Notre Dame de l'Epine, référencées Unesco au titre des chemins de Compostelle. Ce patrimoine UNESCO gagnerait aussi à être valorisé par une bonne signalétique, sur place et sur les routes à proximité (entrées de Châlons, A4, A26, N44).

Au niveau coopération, il pourrait y avoir du développement local avec l'organisation de sessions de géocaching en partenariat avec d'autres Pays européens ou étrangers

AFOM Sports et loisirs- complétée suite aux discussions

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">• une grande diversité d'équipements en mesure de répondre aux attentes et aux besoins des pratiquants et d'accueillir des manifestations de haut niveau• des équipements récents (bowling, patinoire) qui peuvent répondre aux attentes de pratiques plus ludiques• un grand nombre d'associations• des sites remarquables à proximité de passages de randonnée	<ul style="list-style-type: none">• un contexte géographique moins favorable pour les sports de nature• un niveau de pratique et des résultats sportifs à améliorer• un manque de coordination dans l'utilisation des équipements
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none">• la valorisation de l'existant par une signalétique adaptée• le développement du cyclo-tourisme• un potentiel de coopération (rando, véloroute, géocaching)	<ul style="list-style-type: none">• une moindre fréquentation des équipements par les personnes ayant des difficultés de mobilité- le risque de désengagement des bénévoles des associations

↳ ENJEUX validés, suite à la discussion :

- la qualité du fonctionnement des équipements (accès, plannings d'utilisation, moyens humains pour les faire vivre)
- la valorisation du patrimoine naturel et culturel existant en lien avec des activités sportives et de loisir

Analyse Culture

Au regard des éléments de diagnostic, les participants font les remarques suivantes :

War On Screen

Le projet a bien été initié à partir d'une volonté identitaire du territoire, à l'échelle du Pays, mais l'appropriation n'est aujourd'hui pas aussi forte que ce qui avait été envisagé.

Il y a une discussion entre la volonté de faire un projet emblématique et de qualité en terme de contenu culturel et le désir de proposer d'autres événements plus populaires. Il faut de la diversification de l'offre culturelle. Il faut veiller à ne pas opposer les activités de loisirs et distraction aux activités culturelles : ce sont deux canaux qui se complètent et qui peuvent être également facteurs de lien social.

Il faut de l'identité et du liant entre les personnes et les structures : il faut trouver le dénominateur commun, et aussi penser à s'appuyer sur ce qui existe, sur les structures en place sur le territoire, réussir à toucher un public non châlonnais et mieux coordonner l'offre pour toucher le jeune public.

Furies

Furies travaille actuellement à l'obtention d'un label de Pôle National des Arts du Cirque, qui conforte son rôle de création et de diffusion artistique des arts du cirque (en complément avec le CNAC qui a une mission de formation, d'insertion professionnelle et de documentation/recherche). Elle est soutenue par l'Etat, la Région, le Département et la Ville de Châlons dans cette démarche.

En parallèle, Furies porte et anime le théâtre des routes, qui sillonne le territoire. Elle met en relation les partenaires (communes, interco, associations, lycée agricole, etc.) avec des compagnies pour proposer au public des spectacles et des représentations. Elle accompagne ainsi des acteurs locaux dans une démarche de développement culturel afin qu'ils puissent à plus long terme mener des actions artistiques et culturelles de façon autonome. D'avril à septembre, c'est plus d'une quinzaine de rendez-vous proposés en accès libre au détour d'une place, d'un marché, d'une brocante, d'une fête de quartier, alliant découverte de spectacles de cirque et de théâtre de rue et spécialités locales.

Elle anime aussi l'Entre-Sort et accueille des artistes en résidence.

AFOM Culture- complétée suite aux discussions

ATOUS	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">• Des organisations culturelles structurantes (La Comète, Furies, Musiques sur la ville et le CNAC) qui irriguent l'ensemble du territoire• Des équipements et des associations qui apportent une offre locale variée sur l'ensemble du territoire : musées, bibliothèques, animations• Des festivals reconnus et attractifs : Furies, War On Screen, Moissons Rock• Un nombre important d'initiatives culturelles sur le territoire• Le niveau d'équipements et d'actions culturelles important sur le secteur Nord du Pays qui dessert bien les plus petites communes	<ul style="list-style-type: none">• la capacité d'accueil presque saturée de certains équipements culturels de l'agglomération• un déficit de coordination entre les différents acteurs• un secteur rural moins desservi par les transports, moins accessible, ce qui peut freiner le développement de l'activité culturelle dans ce secteur• la conservation et la valorisation des coutumes et du folklore qui pose la question du maintien de la mémoire
OPPORTUNITES	MENACES
<ul style="list-style-type: none">• la présence des atouts nécessaires pour élaborer un (des) projet(s) culturel(s) de territoire	<ul style="list-style-type: none">• la baisse des moyens financiers des collectivités locales

↳ **ENJEUX validés, suite à la discussion :**

- le positionnement de l'action culturelle comme facteur de lien, de fierté, d'identité sur le territoire

Conclusion :

Suite aux échanges, on voit certaines constantes dans les enjeux (qui apparaissent également lors des travaux de l'Atelier 1 sur les services) : il est question du lien, de la mise en relation/en réseau, de la coopération, de la cohésion, des équilibres particulièrement entre la partie urbaine du Pays et les zones plus rurales du territoire. C'est un fait qui pourra être central dans la définition du fil conducteur du programme Leader du Pays de Châlons.

Pour illustrer ce fait avec un exemple concret, si on reprend War On Screen, dans le futur programme Leader, l'appui financier pourrait être maintenu. Mais pour entrer dans les critères qui se dessinent, il faudrait qu'il y ait plus de coopération dans l'élaboration du festival, pour que les acteurs locaux s'impliquent, à l'échelle de l'ensemble du Pays, qu'il y ait plus de co-production avec les territoires ruraux si possible et plus de lien créé entre les personnes.

Cette problématique de la mise en lien et des échanges urbain/rural a déjà été traitée dans des programmes Leader ailleurs en France (à Périgueux notamment) Un benchmarking sera fait pour comparer ces situations avec celle du Pays de Châlons et voir s'il peut y avoir des éléments de bonnes pratiques à mobiliser dans notre candidature.

Prochaine réunion de l'atelier 2 le mardi 16 juin à 18h, lieu à définir.