



Le Fonds Européen de Développement Régional et la Wallonie investissent dans votre avenir

PLAN QUALITE DU POLE TOURISTIQUE DE BEAUMONT

FICHES ACTIONS

NOVEMBRE 2010



LE CLUSTER TOURISTIQUE	3
RAPPELS DU DIAGNOSTIC	4
LES ENJEUX DU PLAN QUALITÉ	5
LES ACTIONS	6
ACTION 1 : AMENAGER LES ENTREES DE VILLE	7
ACTION 2 : AMELIORER LA SIGNALISATION	14
ACTION 3 : AMELIORER LES PARKINGS	19
ACTION 4 : AMENAGER LE BELVEDERE	25
ACTION 5 : VALORISER LA GRAND-PLACE	32
ACTION 6 : VALORISER LES VENELLES	47
ACTION 7 : HARMONISATION DU MOBILIER URBAIN	51
ACTION 8 : ENSEIGNES, VITRINES ET MOBILERS COMMERCIAUX	61
ACTION 9 : L'OFFICE DU TOURISME	77
ACTION 10 : FLEURISSEMENT	80
ACTION 11 : ITINERAIRE DECOUVERTE	84
ACTION 12 : SUPPORTS POUR LES GUIDES	90
ACTION 13 : LA DYNAMIQUE COMMERCIALE	91
ANNEXES	98
ANNEXE 1 FRONT BATI	99
ANNEXE 2 GERER LES ESPACES VERTS	103
ANNEXE 3 METTRE EN VALEUR LES REMPARTS	108
ANNEXE 4 PRODUIT TOUR SALAMANDRE, REMPARTS, PARIDAENS	113
COÛT TOTAL DES ACTIONS	116
CARTE DE LOCALISATION DES ACTIONS ET ANNEXES	117

Le cluster touristique



Rappels du diagnostic

	😊	😞
Entrées	Trois axes d'entrée	Ville qui n'est pas identifiée Entrées non aménagées
Parkings	Des parkings aménagés	Pas suffisamment signalés Pas de logique de parkings
Signalétique		Signalétique souvent dégradée Signalétique principalement automobile, pas de signalétique piétonne
Espaces détente	Quelques espaces Plaine de jeux	Souvent dégradés
Mobiliers		Pas de ligne cohérente
Place des usagers	Trottoirs aménagés Ruelles pavées où le piéton et les voitures cohabitent	Mais des tronçons de trottoirs encombrés par les commerçants
Espaces publics		Peu valorisés en tant que lieux de convivialité
Commerces/restauration	Offre présente	Trop peu d'informations pour les non francophones (cartes, menus, ...) Peu de terrasses conviviales Absence de dynamique commerciale
Les ressources	Le centre ancien	Mais dont une partie n'est que peu aménagée (ruelles, accès vers la Tour, ...) Pas mis en tourisme (interprétation)
	La tour Salamandre	Améliorer l'accessibilité Renforcer la présence de ce patrimoine
	Les remparts	Peu visibles Non accessibles
	Les points de vue	Le Belvédère : point de vue ou parking ?
	Office du tourisme	Abords à améliorer
	Audio-guide	« des spécialistes parlent à des spécialistes » Durée qui prend peu en considération les publics-cibles

Les enjeux du plan qualité

- **Valoriser la présence de la ville**
 - Marquer la ville
 - Organiser et hiérarchiser les flux
 - Valoriser les parkings

- **Affirmer l'identité de la Ville tout en valorisant son caractère patrimonial**
 - Valoriser les espaces publics
 - Mettre en valeur le patrimoine et le centre ancien
 - Valoriser le cadre commercial
 - Recréer des lieux de convivialité et de rencontre
 - Renforcer l'accueil et les services touristiques
 - Développer de nouveaux produits de découverte de la Ville et de son histoire

Les actions

1	AMÉNAGER LES ENTRÉES DE LA VILLE
2	AMÉLIORER LA SIGNALISATION
3	VALORISER LES PARKINGS
4	AMÉNAGER LE BELVÉDÈRE
5	VALORISER LA GRAND - PLACE
6	VALORISER LES VENELLES
7	HARMONISATION DU MOBILIER URBAIN
8	ENSEIGNES, VITRINES ET MOBILIERS COMMERCIAUX
9	L'OFFICE DU TOURISME : RÉNOVATION ET ACCUEIL
10	FLEURISSEMENT
11	ITINÉRAIRE DÉCOUVERTE
12	SUPPORTS POUR LES GUIDES
13	LA DYNAMIQUE COMMERCIALE
ANNEXES	ACTIONS COMPLÉMENTAIRES DESTINÉES À VALORISER LA VILLE (RÉNOVATION URBAINE) OU SON POTENTIEL TOURISTIQUE
1	FRONT BÂTI
2	ESPACES VERTS
3 ET 4	REMPARTS, TOUR SALAMANDRE ET PARC

Action 1 : Aménager les entrées de ville

1. Description de l'action

Objectifs poursuivis : Si l'entrée dans Beaumont est quelque peu marquée par le resserrement du bâti et des perspectives visuelles, on constate que les accès de pénétration dans la ville ne sont pas très valorisés sur le plan esthétique et rencontrent souvent des problèmes de sécurité (problème de vitesse) et de cohabitation des usagers. Beaumont a toujours connu la traversée de son centre par ces grandes routes nationales. L'aménagement de trois effets de porte entend rétablir des limites visuelles de la Ville et augmenter sa lisibilité. Ces effets d'entrée entraînent également le ralentissement de la circulation à l'intérieur de l'entité.

Description de l'action : Aménager les trois entrées afin de mieux marquer la Ville, d'inviter les usagers à ralentir, à s'arrêter et à découvrir Beaumont.

Éléments de mise en œuvre :

Le réaménagement tient compte de plusieurs facteurs :

- Conserver la traversée comme caractéristique de Beaumont : liée à l'histoire et à l'inconscient collectif.
- Sécuriser les promenades piétonnes : améliorer le mariage voiture/mode doux.
- Amortir la vitesse de circulation : adapter la vitesse à l'intérieur de la Ville.
- Marquer les entrées dans la Ville : vitrine de la Ville, aire de repos.
- Améliorer la lisibilité de Beaumont : représentation de Beaumont comme une entité regroupant histoire, culture, commerces, etc.

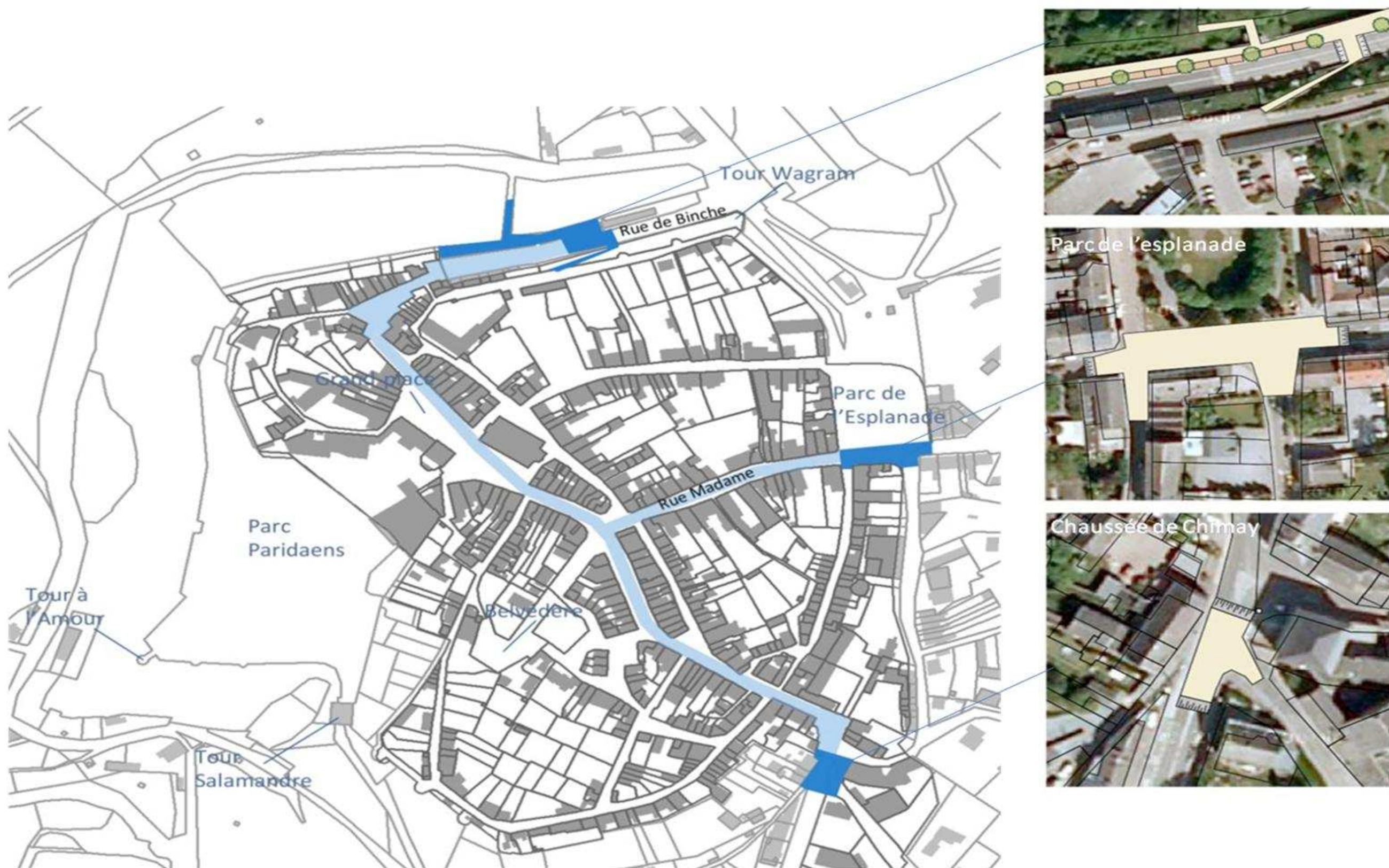
Trois axes sont concernés :

- Entrée venant de Mons : rue de Binche.
- Entrée venant de Philippeville-Charleroi : Parc de l'Esplanade.
- Entrée venant de Chimay : chaussée de Chimay.

Localisation :



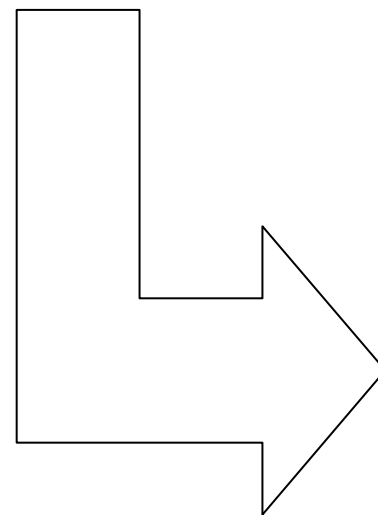
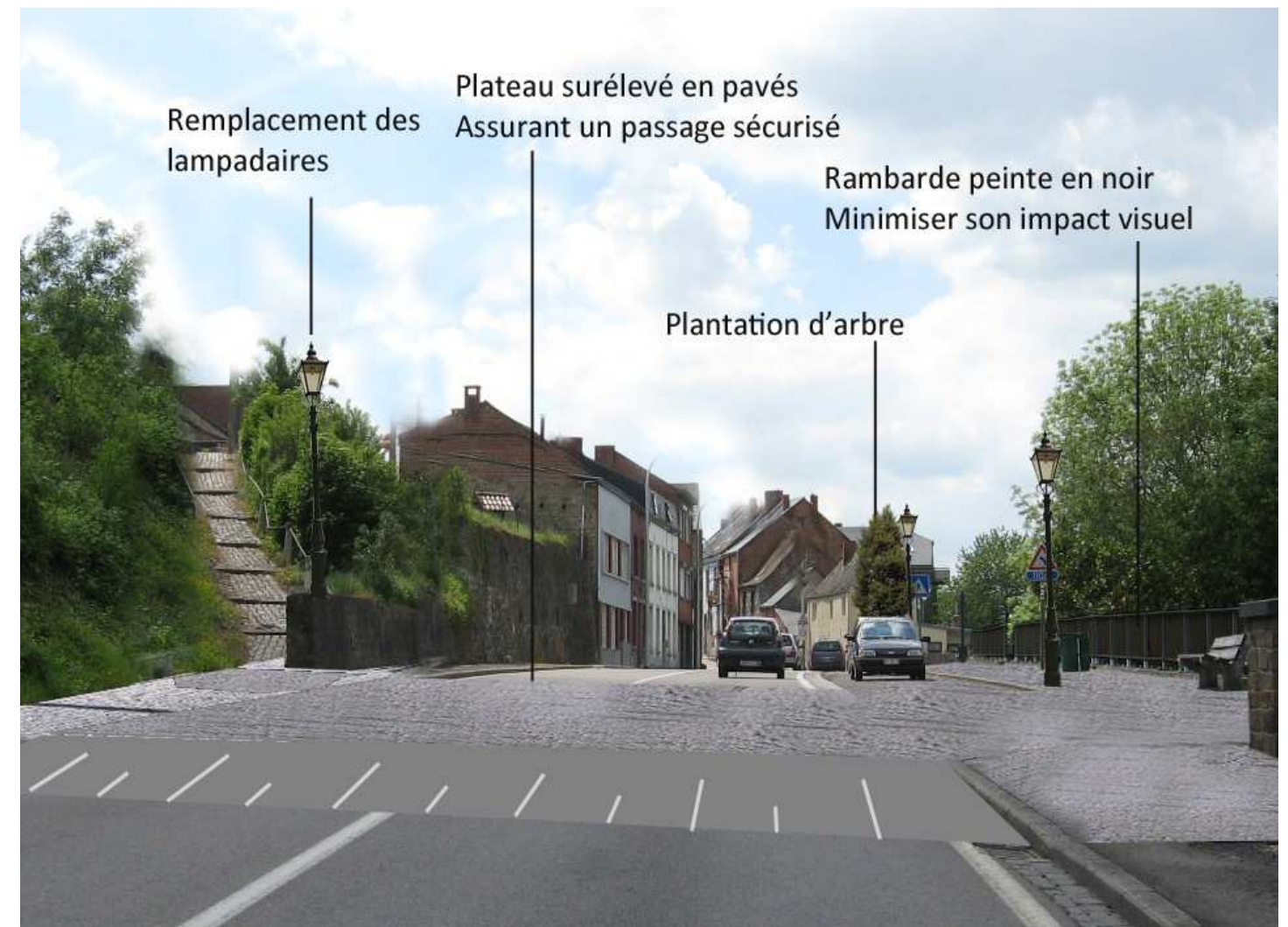
2. Illustration des aménagements



Rue de Binche / Avant :



Rue de Binche / Après :



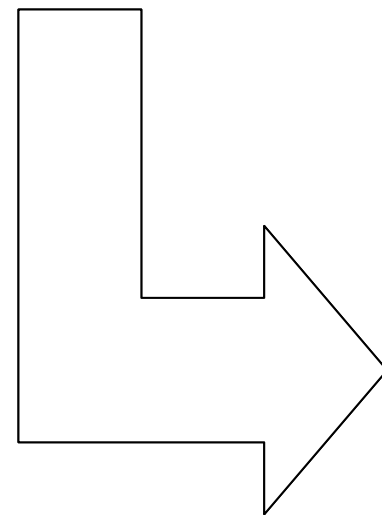
Parc de l'Esplanade / Avant :



Parc de l'Esplanade / Après :



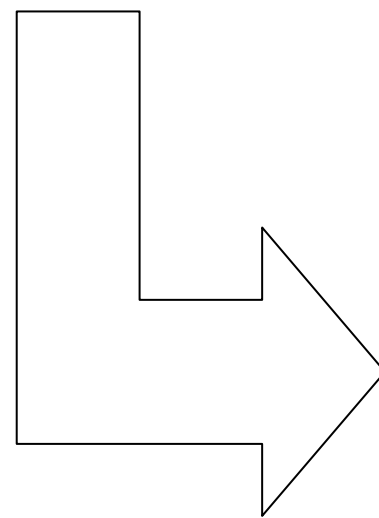
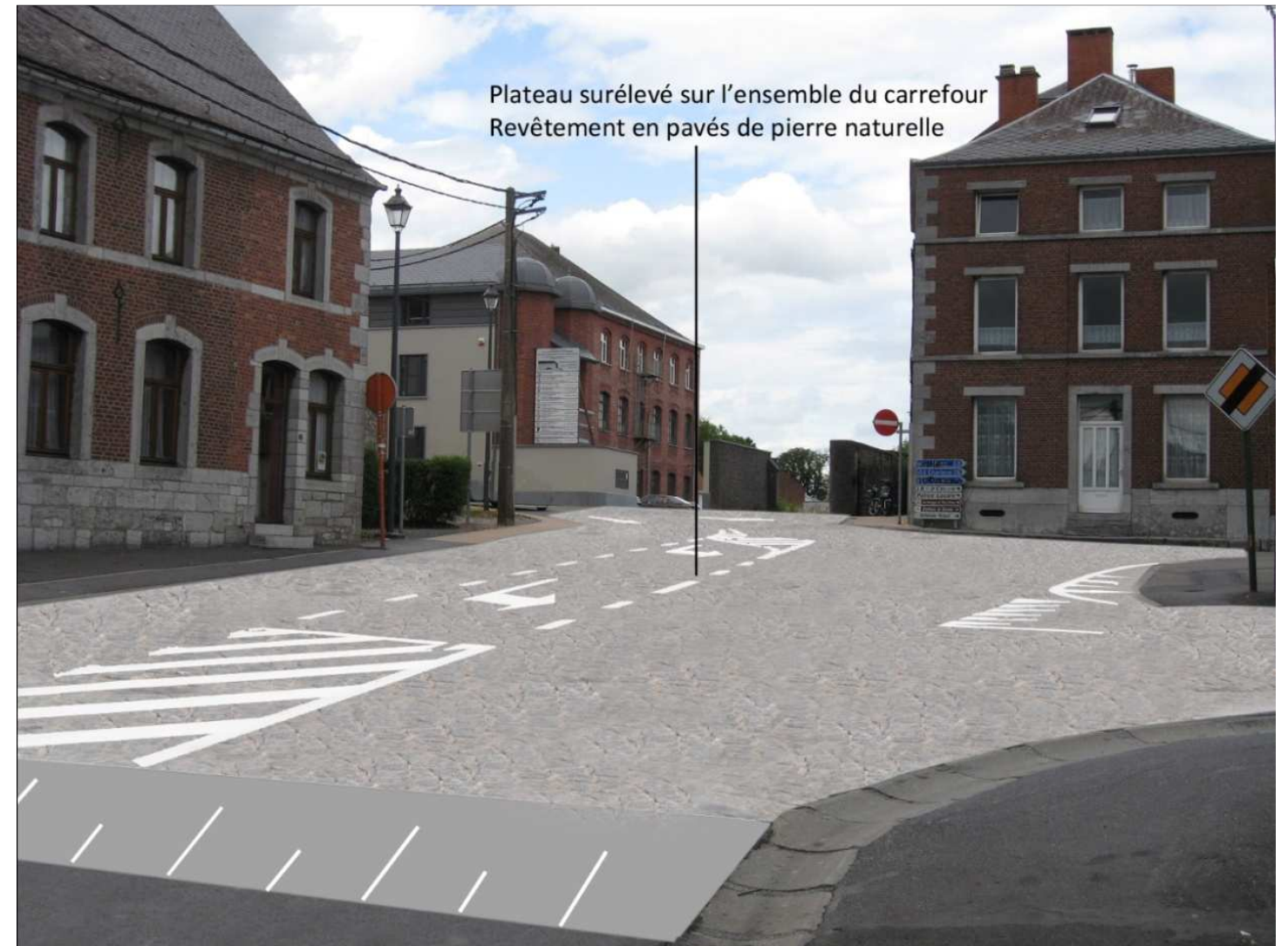
Plateau surélevés en pavés à hauteur du trottoir
La signalétique est dessinée par des pavés blancs intégrés



Chaussée de Chimay / Avant :



Chaussée de Chimay / Après :



3. Moyens à mobiliser

Désignation des travaux	Unité	Quantité présumée	Prix unitaire	Prix total HTVA
Changement du revêtement (Caussée de Chimay)	m ²	400	110	44.000 €
Changement du revêtement (Parc de l'Esplanade)	m ²	800	110	88.000 €
Changement du revêtement (rue de Binche)	m ²	500	110	55.000 €
Changement de l'éclairage	pce	5	1.950	9.750 €
Plantation	pce	1	300	300 €
Peinture de la rambarde	mct	120	30	3.600 €
Sous-total HTVA				200.650 €
Frais d'étude		8 %		16.052 €

Total HTVA	216.702 €
TVA 21 %	45.507,42 €
Total TVAC	262.209,42 €

Source de financement

- Le SPW – DGO1 (travaux subsidiés)
- Le SPW – DGO4 (aménagement opérationnel- rénovation urbaine)

Action 2 : Améliorer la signalisation

1. Description de l'action

Description de l'action : Améliorer et organiser la signalisation au centre-ville pour informer et guider le visiteur.

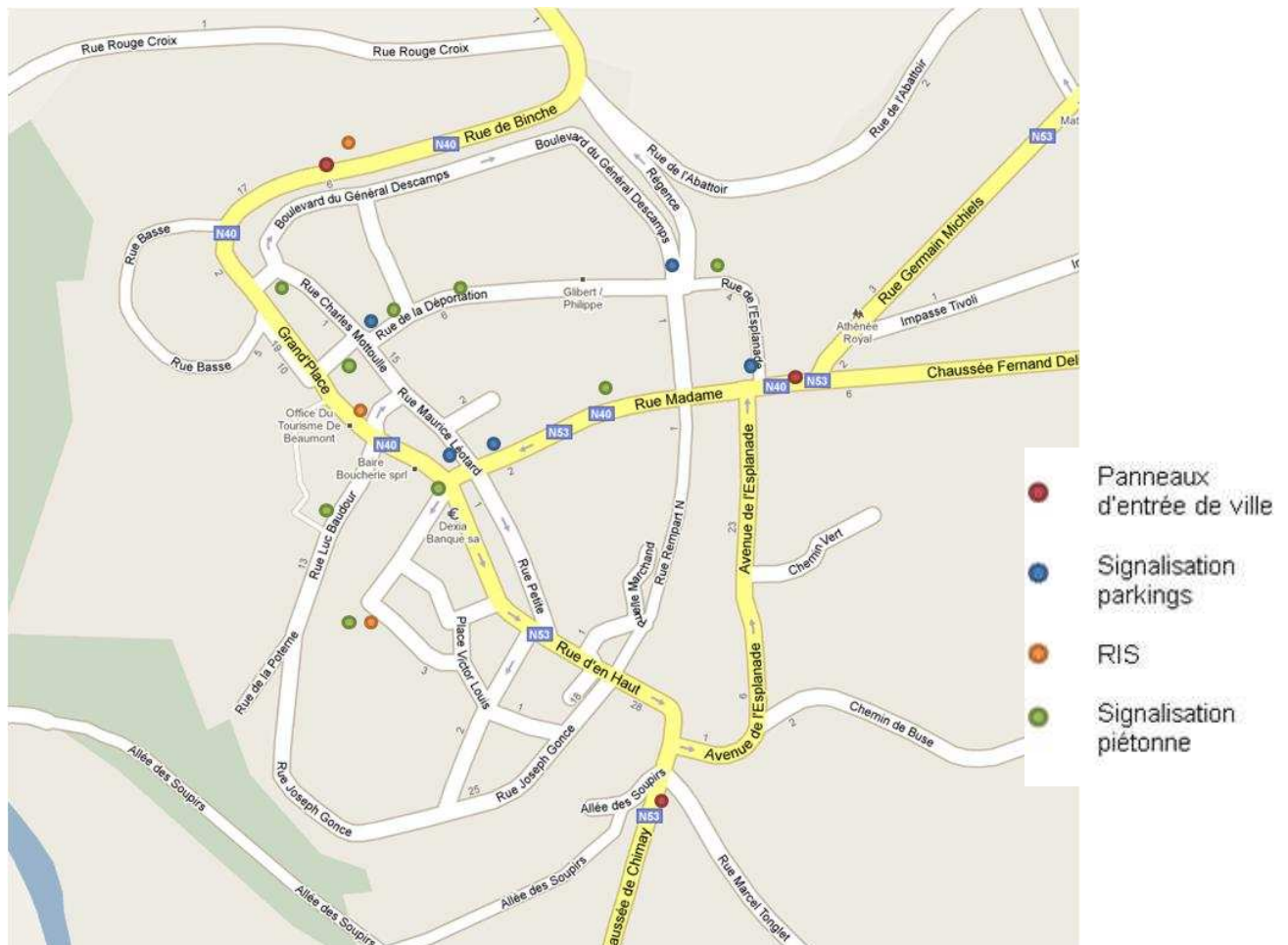
Objectifs poursuivis : Gérer les flux de circulation automobile et piétonne dans la ville, mieux accueillir les visiteurs et les guider vers les centres d'intérêts de la ville.

Éléments de mise en œuvre :

Organiser la signalisation selon les niveaux suivants :

- Effets de porte qui identifient Beaumont.
- Signalisation directionnelle normalisée : renouveler les ensembles avec une attention particulière pour la signalétique vers les parkings.
- Relais Information Services.
- Signalétique piétonne vers les centres d'intérêt et les services : Office du Tourisme, Tour Salamandre, ...

Localisation :



2. Illustration des aménagements

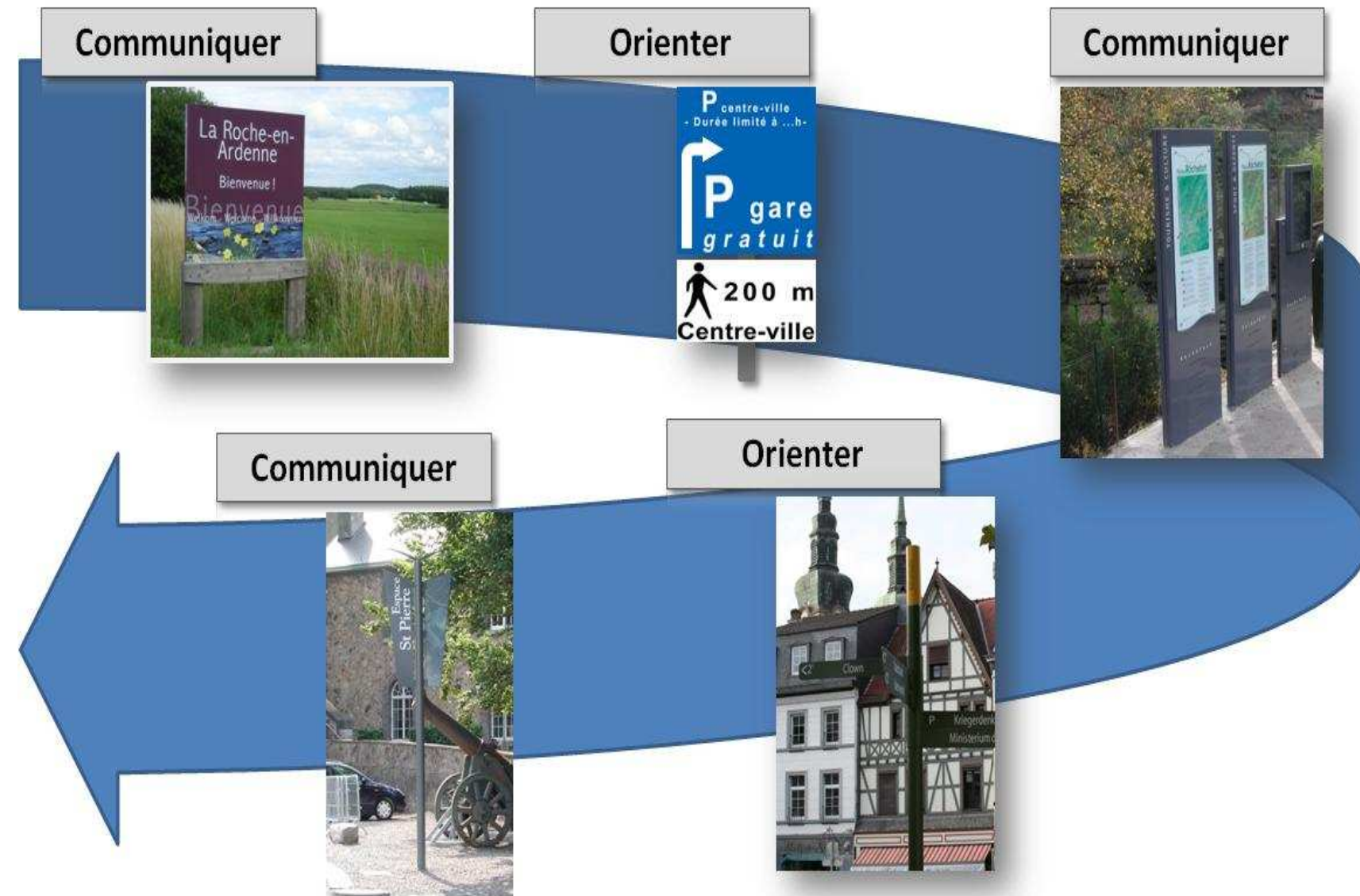
Rappel de la situation à Beaumont



- Absence d'effets de porte.
- Signalisation des parkings en mauvais état et non adaptée (ex : Belvédère signalé comme point de vue et non parking).
- Absence de panneaux d'informations touristiques sur la Ville (Relais Information Services).
- Signalisation routière uniquement. Absence d'une signalétique piétonne complète et de qualité vers les pôles touristiques et de services.



La logique de signalétique à mettre en place



Exemples de bonnes pratiques



TRACES TPI



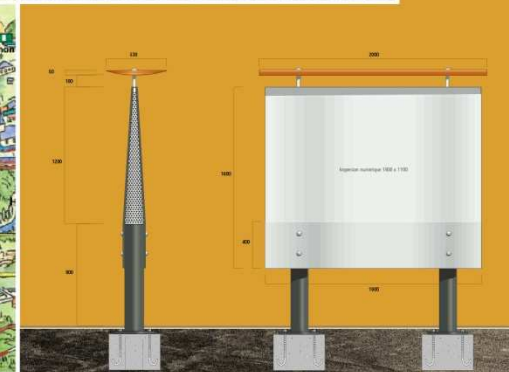
Directionnel

Effet de porte

Affichage temporaire

RIS

TRACES TP



3. Moyens à mobiliser

Désignation des travaux	Unité	Quantité présumée	Prix unitaire	Prix total HTVA
Étude : charte design et graphique, schéma d'implantation, rédactions CSC	FF			35.000 €
Mise en œuvre de la signalisation				75.000€
Sous-total HTVA				110.000 €
Frais de suivi et réception		8 %		8.800 €

Total HTVA	118.800 €
TVA 21 %	24.948 €
Total TVAC	143.748 €

Source de financement

Le Commissariat Général au Tourisme

Action 3 :

Améliorer les parkings

1. Description de l'action

Description de l'action : L'action porte sur la valorisation des zones de stationnement existantes pour les rendre plus accueillantes. Le parking du Belvédère fait l'objet d'une fiche spécifique.

Objectifs poursuivis : De par les nombreux services et commerces installés dans le centre-ville, les possibilités de stationnement doivent rester une priorité. Beaumont possède plusieurs poches de stationnement chargées d'absorber la charge de voitures. Ces zones de stationnement occupent une bonne partie de l'espace public. Dès lors, l'enjeu est double :

- l'intégrer via un aménagement paysager de façon à minimiser son impact visuel
- le structurer de façon à rentabiliser l'espace de façon cohérente.

Éléments de mise en œuvre :

- En ce qui concerne le parking rue C. Moutouille. Situé dans le centre ancien de la Ville, ce parking doit d'une part être mieux signalé (cf. fiche signalisation) mais également être mieux intégré dans son environnement. Sa valorisation passe essentiellement par une politique de verdurisation : engazonnement des zones emplacements (via un treillis en nid d'abeilles), plantations ponctuelles.

A noter que dans le cadre de cette démarche qualité et de valorisation de ce parking, il conviendra de veiller régulièrement à entretenir l'espace et à éviter la présence de gros conteneurs poubelles ou de gaines de câbles.



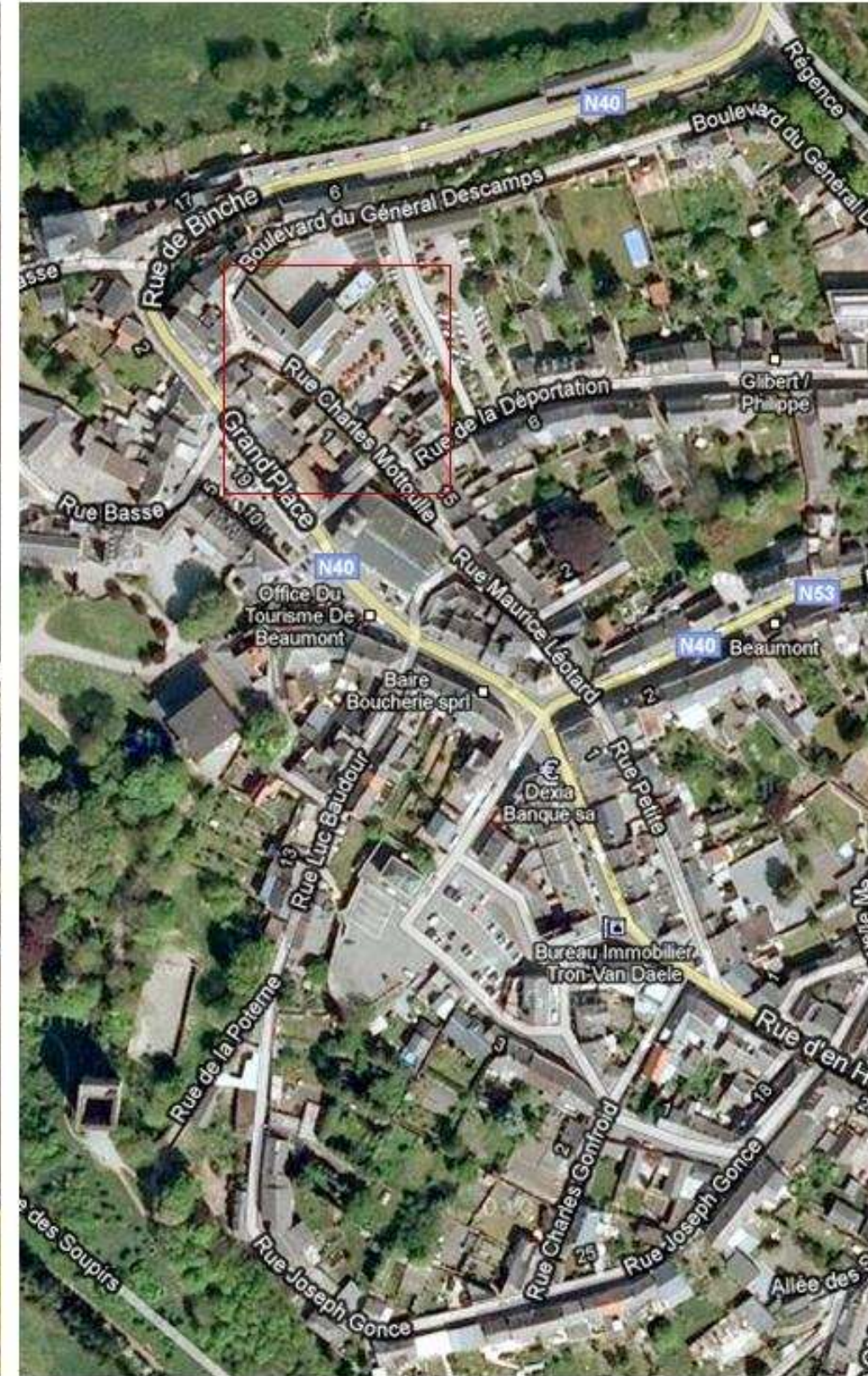
2. Illustration des aménagements

Parking rue C. Moutouille :

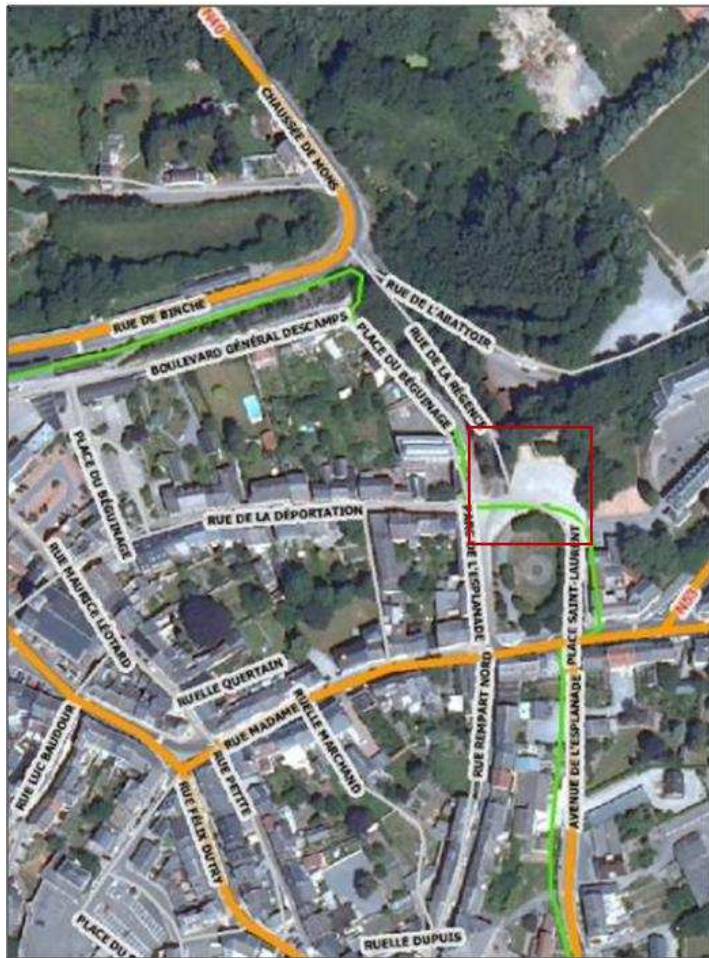
Avant



Après



Parking du parc de l'Esplanade :



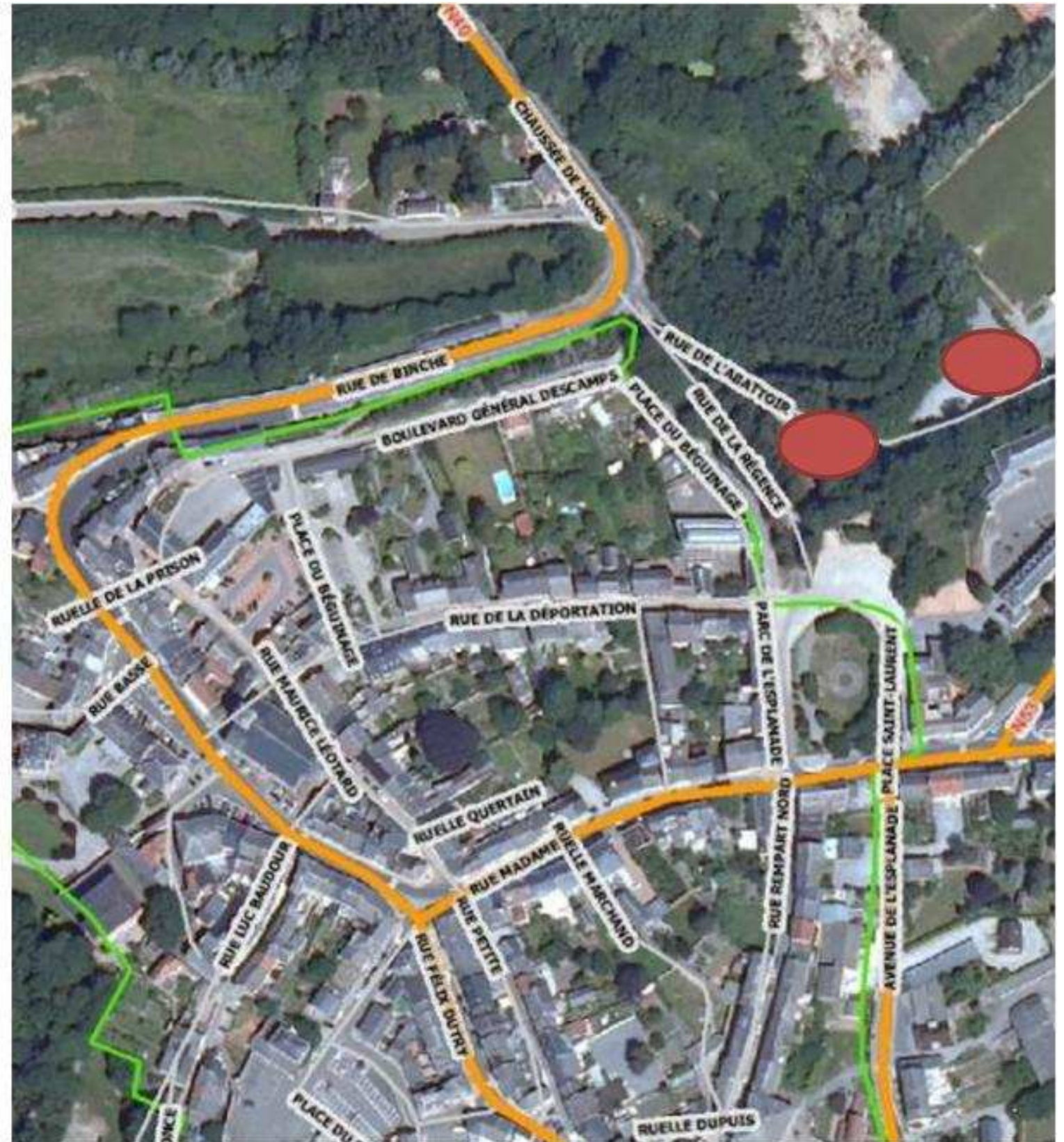
1 m
5 m
2,5 m

(dimensions d'un emplacement)



L'aménagement en parking permet d'obtenir **10** emplacements

Parkings de dissuasion pour les cars :



3. Moyens à mobiliser

Désignation des travaux	Unité	Quantité présumée	Prix unitaire	Prix total HTVA
Verdurisation et plantation du parking rue C. Moutoulle (plantation d'arbre, emplacements verdurisés)	m ²	750	120 €	90.000 €
Aménagement de 10 places au niveau du parc de l'Esplanade (clous)	pce	60	10 €	600 €
Sous-total HTVA				90.600 €
Frais d'étude		8 %		7.248 €

Total HTVA	97.848 €
TVA 21 %	20.548,08 €
Total TVAC	118.396,08 €

Source de financement

- Le SPW – DGO1 (travaux subsidiés)
- Le SPW – DGO4 (aménagement opérationnel- rénovation urbaine)

Action 4 :

Aménager le Belvédère

1. Description de l'action

Description de l'action : Aménagement du Belvédère afin de soutenir les fonctions parkings, accueil d'événements et espace de découverte de la Ville.

Objectifs poursuivis : Le Belvédère est un lieu important du pôle touristique de Beaumont :

- Utilisation principale de l'espace pour le stationnement.
- Lieu de passage renseigné pour les touristes (Panorama).
- Lieu de vie pour les Beaumontois (fête foraine).
- Présence du point de vue.

L'objectif est de ménager un espace d'animation, de convivialité et d'intérêt touristique/paysager tout en répondant à la demande en stationnement.

Éléments mis en œuvre :

- Aménagement de l'espace stationnement ($\pm 2.500 \text{ m}^2$) :
 - Structurer et verduriser la zone de stationnement.
 - Améliorer la capacité en termes de nombre d'emplacements (aménagement de 56 +19 places de parking).
 - Garder un espace polyvalent capable d'accueillir différents événements (fête foraine, marché, etc.).

Deux possibilités d'aménagement sont proposées :

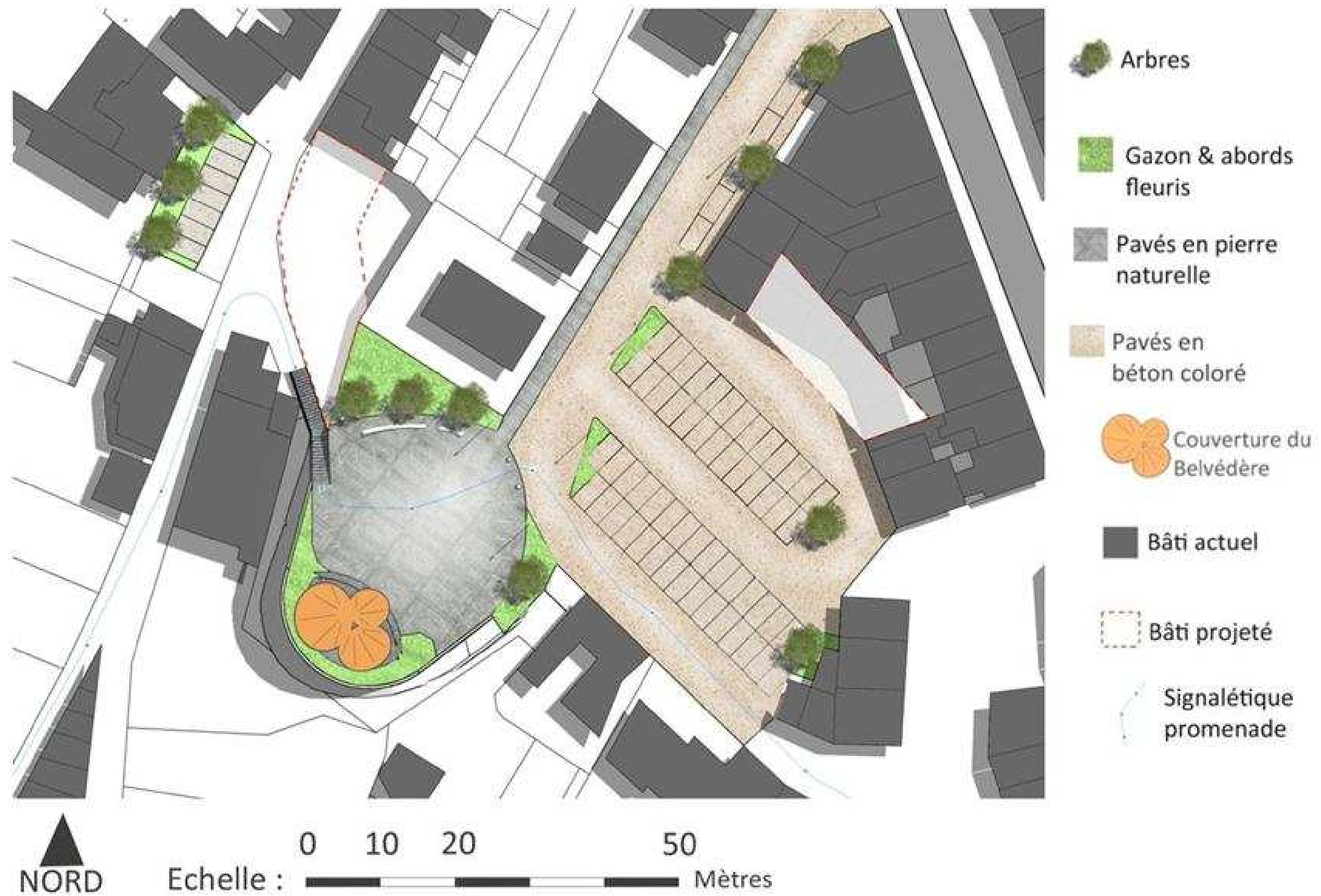
- Soit un aménagement via un changement de revêtement complet de l'espace concerné,
 - Soit une restructuration du stationnement par un nouveau marquage du sol sans réelles modification au revêtement.
- Aménagement d'un espace de convivialité ($\pm 1.000 \text{ m}^2$) :
 - Espace d'animation pour les différentes représentations, concerts avec le kiosque comme scène et le paysage en fond.
 - Mise en valeur du panorama (paysage, zone Natura 2000) via le kiosque comme point d'appel.

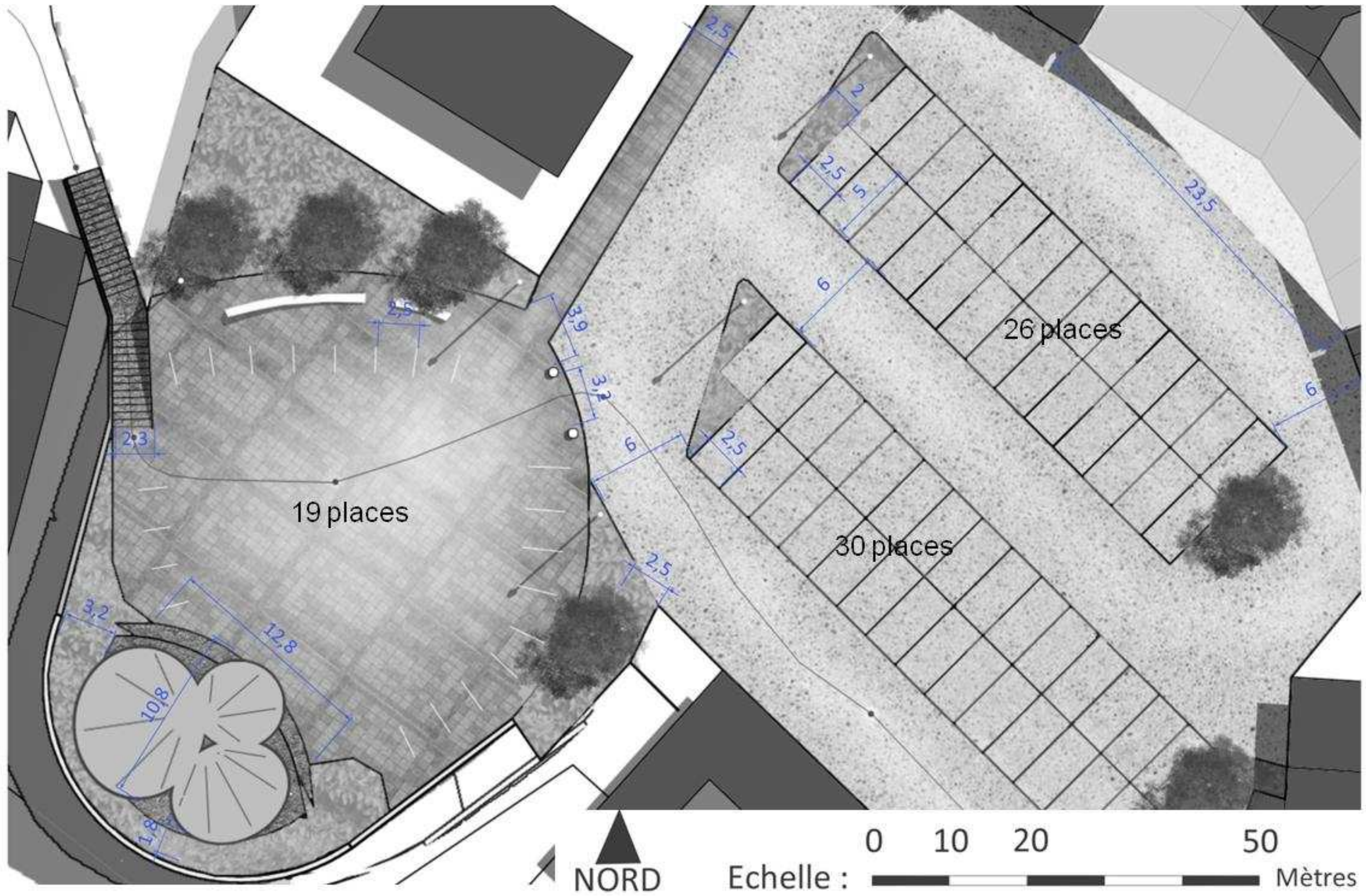
- Créer un véritable lieu « point de vue » où le visiteur a envie de s'arrêter, de contempler le paysage et de découvrir la ville.
- Aire de repos, de détente, de rencontre et de convivialité : présence d'un équipement public (bancs, tables, poubelles,...).

Localisation :



2. Illustration des aménagements





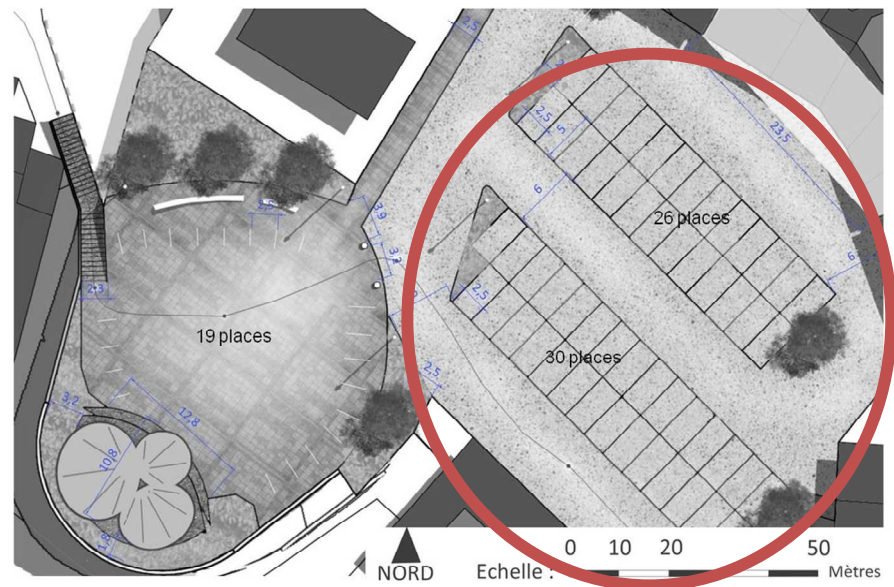
Belvédère - Avant



Belvédère - Après



Aménagement de l'espace parking



Piste 1 : Amélioration de l'espace par l'uniformisation du revêtement, de l'éclairage et des plantations

Désignation des travaux	Unité	Quantité présumée	Prix unitaire	Prix total HTVA
Aménagement de l'espace de stationnement (uniformisation, signalétique, éclairage et plantation)	m ²	2.500	40 €	100.000 €
Frais d'étude		8 %		8.000 €

Total HTVA	108.000,00 €
TVA 21 %	22.680,00 €
Total TVAC	130.680,00 €

Piste 2 : réaménagement complet de l'espace (changement du revêtement)

Désignation des travaux	Unité	Quantité présumée	Prix unitaire	Prix total HTVA
Aménagement de l'espace de stationnement (uniformisation, signalétique, éclairage et plantation)	m ²	2.500	150€	375.000 €
Frais d'étude		8 %		30.000 €

Total HTVA	405.000,00 €
TVA 21 %	85.050,00 €
Total TVAC	490.050,00 €

Action 5

Valoriser la Grand-Place

1. Description de l'action

Description de l'action : Faire de la Grand-Place un lieu d'accueil, de détente et de convivialité en valorisant l'ensemble du bâti et en intégrant les commerces et établissement Horeca dans la démarche qualité.

Objectifs poursuivis : La Grand-Place se présente actuellement comme un espace en longueur principalement occupée par du stationnement et traversée par la N40. Elle possède plusieurs fonctions :

- Centre commercial, elle regroupe plusieurs commerces, en majorité l'Horeca.
- Centre citoyen, elle est entourée de plusieurs fonctions publiques (école, Hôtel de Ville, église, etc.).
- Centre historique, les nombreux bâtiments patrimoniaux qui la bordent lui confèrent une qualité esthétique.
- Centre de circulation, elle se situe au carrefour entre les voies intérieures et extérieures.

La présente action vise à révéler pleinement ces qualités tout en jonglant avec ces différents enjeux et en conservant ces fonctions.

Éléments de mise en œuvre :

La valorisation de la Grand-Place sera mise en œuvre par :

- 1- Le réaménagement de l'espace public : voiries, trottoirs et espace « place ».
- 2- La valorisation des façades qui bordent l'espace.
- 3- La valorisation des fonctions commerciales et de services présentes dans l'espace concerné : valorisation des vitrines, valorisation des enseignes, terrasses et mobiliers commerciaux.
Voir Fiche spécifique – fiche n°8
- 4- Le fleurissement et la végétalisation de l'espace –voir fiche n°10

a. Réaménagement de l'espace public

Un projet de réaménagement de l'espace public de la Grand-Place est en cours de finalisation. Toutefois, dans le cadre de la réalisation du plan qualité, il est apparu que certains éléments de ce projet pourraient évoluer afin d'inscrire encore davantage le cœur de Beaumont dans une démarche qualité.

Les améliorations proposées sont les suivantes :

- Au niveau des commerces : déflexion de la nationale de façon à dégager un espace de terrasses pour les commerces. De même, l'élargissement de la rue et la création d'une terrasse en plateau également au service de la restauration.
- Au niveau des façades : l'aménagement permet de valoriser les vues sur l'hôtel de ville, le collège Paridaens, l'office du tourisme et l'église. L'aménagement tire par ailleurs profit du relief pour rendre plus discrètes les voitures en contrebas.
- Au niveau des espaces de convivialité : un espace de convivialité est aménagé devant l'hôtel de ville. Il se positionne au centre du bâti et au à la convergence des itinéraires pour usagers lents. Les « espaces clefs » tels que sont les abords de l'office du tourisme, de l'école Paridaens, de l'église, des commerces, de l'hôtel de ville sont dégagés et mis en valeur.
- Au niveau de la circulation/mobilité : la zone 30 permet de sécuriser l'espace public au cœur de l'agglomération et d'harmoniser les lieux. Elle permet de ralentir le trafic sur la nationale en rappelant aux automobilistes d'adapter leur vitesse.
- La présence du stationnement est minimisée par les différents aménagements :
 - Entre l'hôtel de ville et le Charles Quint, la terrasse et les haies rendent leur présence plus discrète ;
 - Aux abords de l'église, les véhicules sont en retrait de la place, à l'ombre d'un arbre.
- Au niveau des plantations : trois arbres sont plantés sur la place. Un tilleul argenté (au Nord), un charme fastigié (devant l'hôtel de ville) et un févier d'Amérique (devant l'église). Plusieurs haies coupées de hêtre rouge suivant une dimension carrée (carré de 2,2 m de côté pour 1 m de hauteur) et en longueur (80 cm de large pour 2,5 m de long) structurent également l'espace.

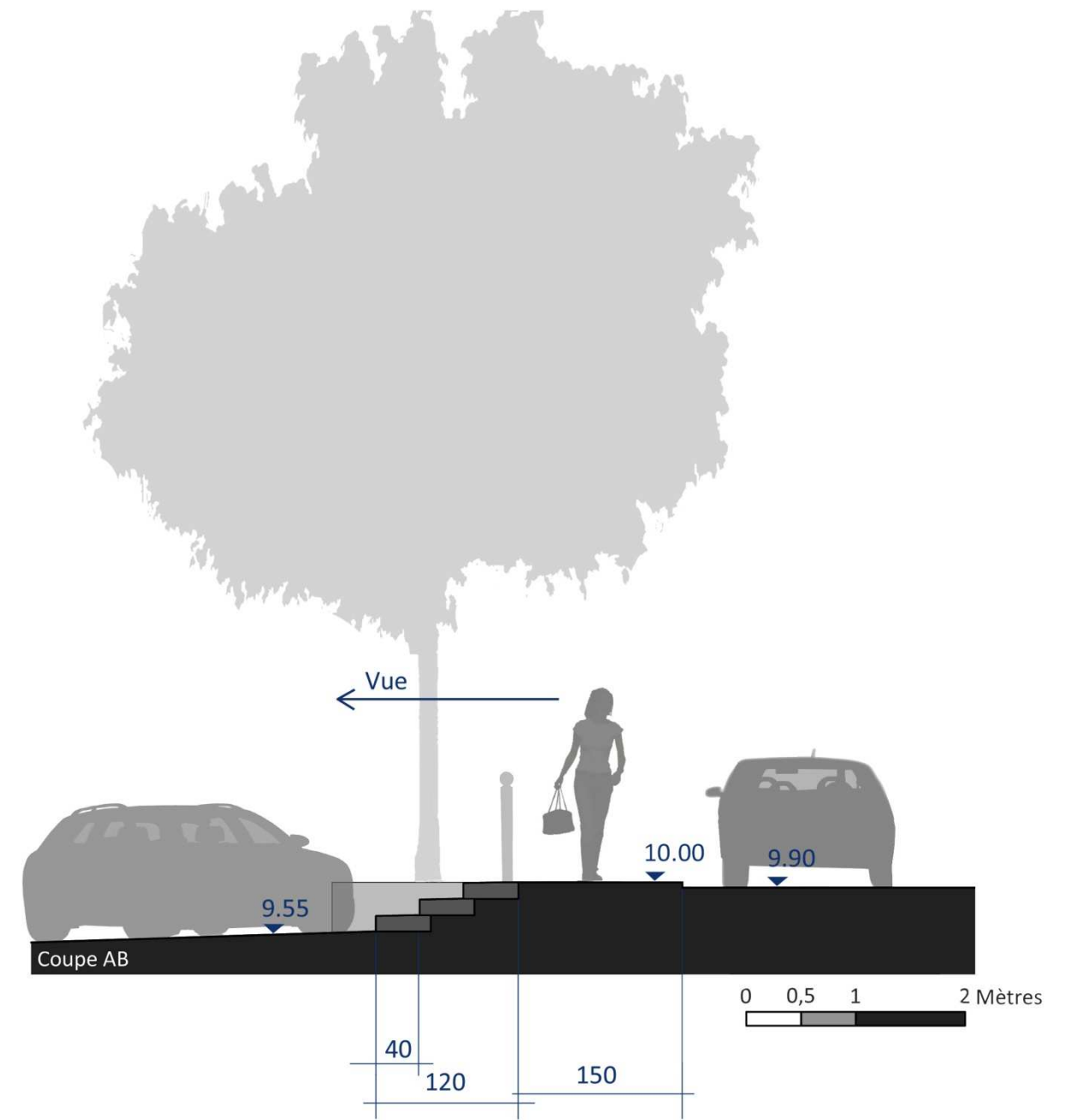
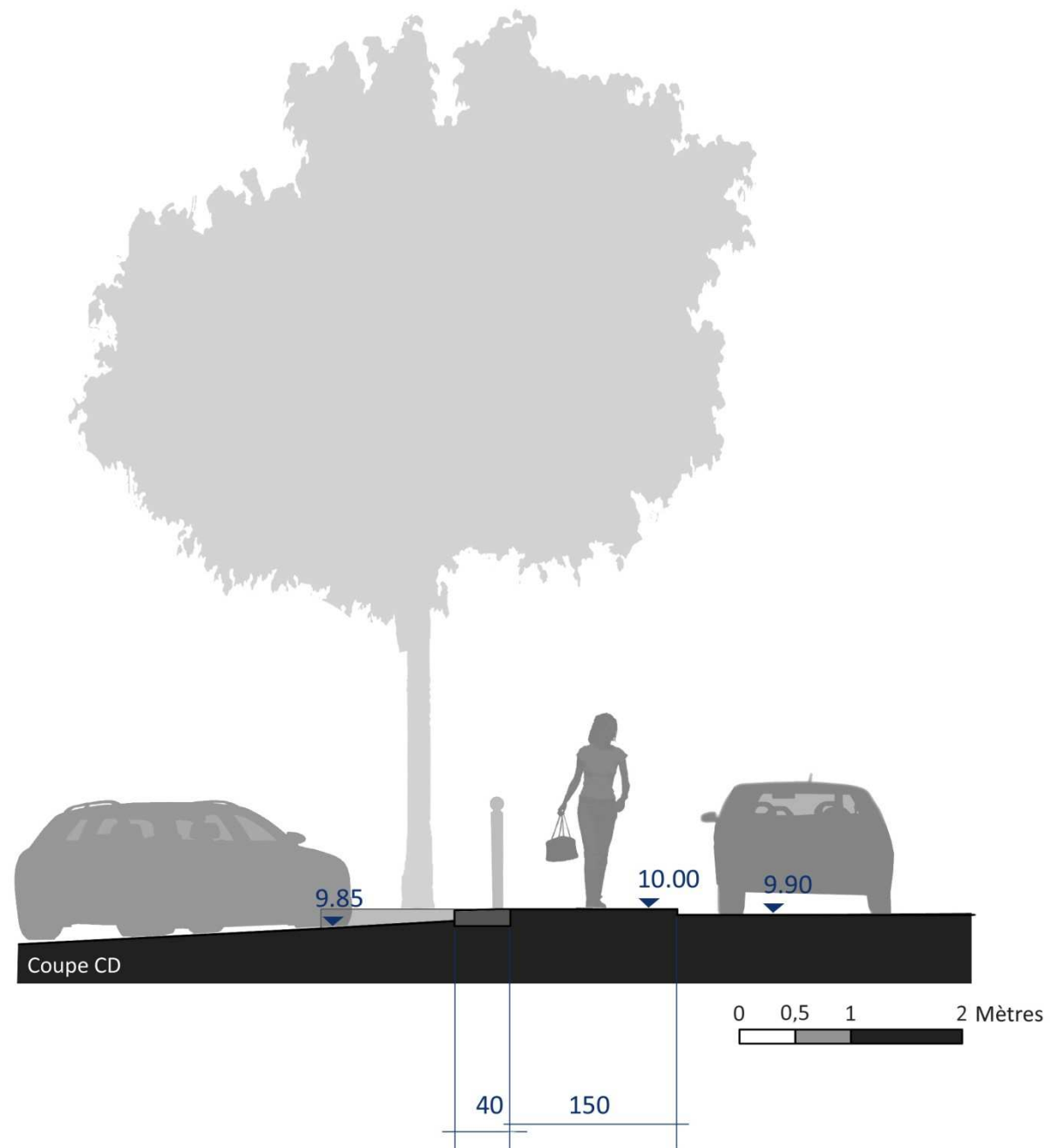
Les emplacements et essences de ces différentes plantations poursuivent plusieurs objectifs :

- conforter l'espace dans son rôle d'espace de rencontre et de convivialité ;
- signaler l'entrée sur la Grand-Place ;
- élever le regard sans obstruer la vue ;
- ajouter des touches colorées de différentes hauteurs à l'espace minéral ;
- perméabiliser le revêtement ;
- construire une harmonie visuelle ;
- structurer la Grand-Place, le cheminement piéton et la circulation automobile ;
- masquer les emplacements de parking.

La valorisation de la Grand-place comprendra également une mise en lumière du bâti (hôtel de ville et église).

Plan et coupes des propositions :





b. Valorisation des façades qui bordent la Grand-Place

Si la valorisation de la Grand-Place passe nécessairement par le réaménagement de tout ce que l'on pourrait qualifier d'espace « horizontal », il convient également que l'espace « vertical » (bâtiments, patrimoine) soit intégré dans une démarche de mise en valeur.

Afin de rendre à la Grand-Place un aspect plus convivial, une image davantage liée à sa fonction de place, il convient d'organiser une politique de valorisation des façades de l'ensemble des bâtiments qui bordent l'espace Grand-Place.

Les interventions proposées sont tantôt légères, tantôt lourdes. Il s'agit par exemple :

- de restaurer les rez-de-chaussée dénaturés par les devantures commerciales, en reconstituant le rythme des travées ;
- de restaurer les toitures ;
- de supprimer un étage inadéquat ;
- de (ré-)enduire et/ou de remettre systématiquement en couleur les façades ;
- de remplacer les châssis dans un sens plus respectueux du patrimoine...

Une des clés de ce genre de projet est de parvenir à convaincre les propriétaires sans les braquer.

A titre d'exemple de bonne pratique, on peut citer l'action mise en œuvre au niveau de certaines villes telles que Mons :

- Où chaque propriétaire a été contacté (au besoin par le Bourgmestre) et rencontré individuellement sur base d'un avant-projet sommaire. Lors de la rencontre, lui étaient exposés les projets de transformations ainsi qu'une première estimation des implications budgétaires. Ses desiderata ont aussi été recueillis et le cas échéant intégrés au projet plus définitif.
- Qui a introduit un dossier global de demande de subvention auprès du Commissariat Général au Tourisme.
- Qui a signé une **convention de servitude d'aspect architectural** au bénéfice de la Ville, sur base de l'avant-projet définitif avec chaque propriétaire. Cette servitude 'perpétuelle et gratuite' permet à la ville d'entreprendre les travaux sur base du descriptif préalablement défini
- Le coût d'intervention à charge des propriétaires privés étaient de 10%).

A noter que parallèlement à l'action « façades », la commune devra organiser l'action « enseignes, terrasses et mobiliers commerciaux » pour les établissements qui bordent la Grand-Place et l'action fleurissement – voir les fiches détaillées

Exemple de bonne pratique – ville de Mons

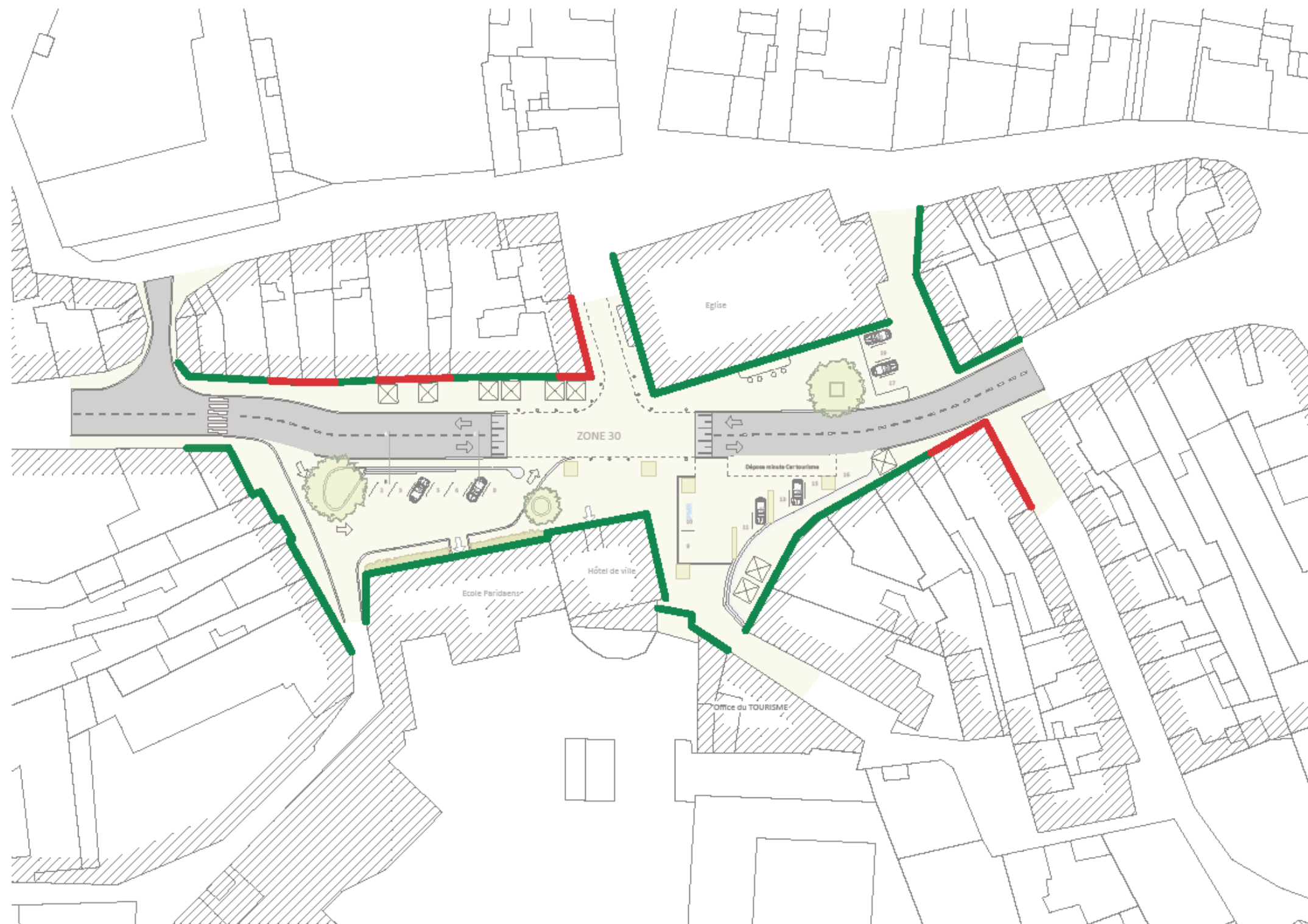


Exemples de avant/après



En ce qui concerne Beaumont, les interventions sont les suivantes :

- en vert les façades à "rafraîchir" : nettoyage (façade + toit), peinture (châssis + mur)
- et en rouge les façades demandant une rénovation plus lourde : sablage, rejointoiement, remplacement de toiture, remplacement châssis, transformation des rez commerciaux (trumeaux pour une composition verticale homogène)...



AVANT



APRES



AVANT



APRES



La Grand-Place de nuit – mise en lumière







2. Moyens à mobiliser

Rénovation des façades et fleurissement

Désignation des travaux	Unité	Quantité présumée	Prix unitaire	Prix total
A. Travaux de démolition				
Abattage et emport d'arbres (diam 16-25 cm)	pc	3	85 €	255 €
Démolition sélective de revêtements existants jusqu'à la fondation (évacuation)	m ²	2800	25 €	70.000 €
Démolition complète de revêtement (pour plantations).	m ²	120	22 €	2.640 €
Démontage mobilier urbain	pc	3	80 €	240 €
B. Travaux de revêtements				
Déblais (pour mise en remblais)	m ³	800	10 €	8.000 €
Remblais	m ³	400	15 €	6.000 €
Placement de bordures en pierre bleue (y compris fondation et sous-fondation)	mct	600	85 €	51.000 €
Fourniture et pose de pavés de pierre naturelle oblongs (y compris fondation et sous-fondation)	m ²	2500	150 €	375.000 €
Revêtement hydrocarboné pour voirie	m ²	900	65 €	58.500 €
Realisation de la terrasse et escaliers en sifflet	fft			50.000 €
Signalisation, marquages,...	fft			5.000 €
C. Travaux de plantations				
Massifs de vivaces	m ²	10	14 €	140 €
Massifs arbustifs (y compris remblais de terre arable)	m ²	40	25 €	1.000 €
Arbres 14/16: fosse de plantation, tuteurs	pc	3	500 €	1.500 €
D. Eclairage et mobilier				
Câblage et luminaires	pc	10	1.950 €	19.500 €
Bancs	pc	5	1.400 €	7.000 €
Poubelles	pc	3	1.000 €	3.000 €
Potelets	pc	15	280 €	4.200 €
E. Egouttage				
Filet d'eau - Avaloirs - raccordement au réseau existant	mct	200	85 €	17.000 €

total HTVA					679.975 €
imprévus 10%					67.998 €
total HTVA+imprévus					747.973 €
Honoraires 8,5 %					63.578 €
Total HTVA + honoraires					811.550 €
TVA 21%					170.426 €
TOTAL TVAC					981.976 €

Le budget est estimé à titre indicatif. Celui-ci devra faire l'objet d'une estimation plus détaillée et réévaluée dans le cadre du réaménagement de la Grand-Place. Néanmoins, on peut observer que les estimations de budget se recoupent (entre les deux projets) ce qui permet l'évaluation d'un « coût pour la modification » représenté par les 1,5 %.

Rénovation des façades et fleurissement

Désignation des travaux	Unités	Quantités présumées	Prix unitaires	Prix total HTVA
Entretien léger	mct	250	850	212.500 €
Pose des échafaudages, nettoyage (façade + toit), peinture (châssis + mur) et fleurissement				
Rénovation lourde	mct	80	2200	176.000 €
Pose des échafaudages, sablage, rejointoiement, remplacement de toiture, remplacement châssis, ...				
Transformation des rez commerciaux (trumeaux pour une composition verticale homogène)				
Fleurissement	mct	338	50	16.900 €
Installation de bacs à fleurs aux fenêtres et de bacs suspendus à accroche murale				
TOTAL HTVA				405.400 €
Imprévus				40.540 €
Honoraires				44.594 €
TVA				103.012 €
TOTAL TVAC				593.546 €

Pour la mise en valeur des façades, l'estimation du budget se base sur le coût d'une façade type. Les travaux à envisager couvrent plusieurs postes :

- Installation des échafaudages ;
- Parement : selon son état, le bâti voisin et sa typologie, la façade sera peinte, sablée ou nettoyée. Elle peut également bénéficier d'une couche hydrofuge ;
- Toiture : selon l'état de la toiture, l'action peut aller d'un nettoyage léger de la toiture, au remplacement ponctuel ou total de celle-ci ;
- Menuiserie : ce poste reprend principalement les châssis et boiseries. L'étude de ceux-ci permettra de décider entre un entretien superficiel (ponçage, peinture ou vernis, suppression des craquelures) et leur remplacement complet (pose de nouveaux châssis) ;
- Transformation : pour adapter le bâti au contexte de la place, des rehaussements de toiture ou des reconfigurations du rez commercial sont à considérer. L'estimation ne considère néanmoins que les travaux visibles de la place, la partie en façade tournée vers la place.

Rappelons que ce chiffre global est donné à titre indicatif, les façades pouvant demander des sommes différant fortement l'une à l'autre.

Source de financement

- Le SPW – DGO1 (travaux subsidiés)
- Le SPW – DGO4 (aménagement opérationnel- rénovation urbaine)
- Le Commissariat général au tourisme

Action 6 :

Valoriser les venelles

1. Description de l'action

Description de l'action : Valoriser les venelles afin de leur rendre leur fonction dans les espaces de la ville.

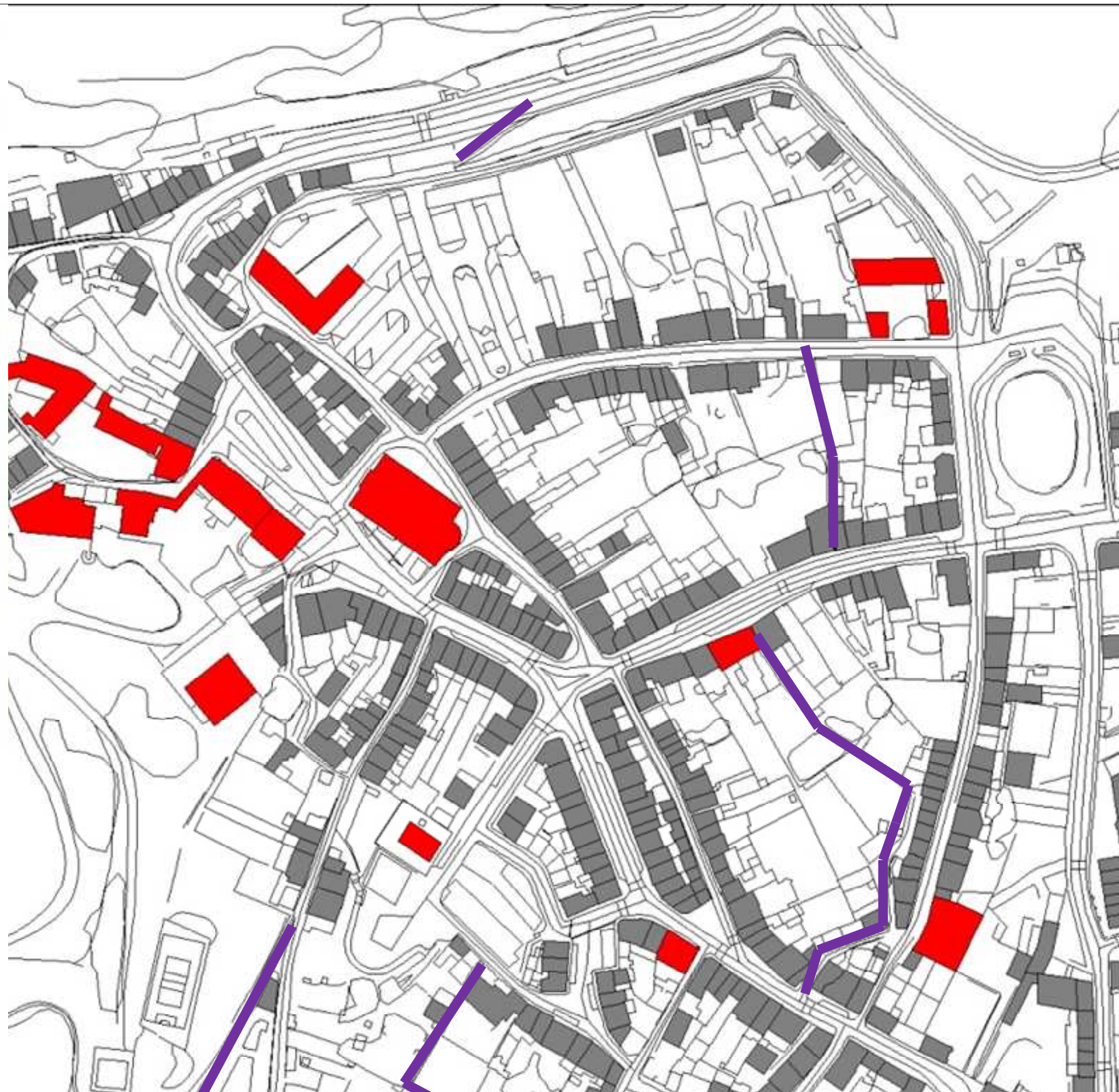
Objectifs poursuivis : Redévelopper le cheminement piéton dans la Ville, par l'amélioration des venelles : amélioration du confort, diminution du sentiment d'insécurité dans ces lieux.

Le réseau actuel constitué par ces différentes ruelles et venelles constituent un atout pour proposer aux piétons des itinéraires propres dans la ville. Ces venelles sont des liaisons entre les différentes zones du centre ville, des raccourcis pour rejoindre un lieu ou tout simplement des lieux de découverte des coins et recoins en plein cœur de la Ville.

Éléments de mise en œuvre :

- Réaménagement du revêtement afin de permettre le passage dans de meilleures conditions.
- Création d'un appel visuel vers les venelles et ruelles via le débord de leur revêtement sur les voiries perpendiculaires.
- Aménagement de rampes d'accès en mauvais état.

Localisation :



2. Illustration des aménagements

Avant :



Après :



3. Moyens à mobiliser

Désignation des travaux	Unité	Quantité présumée	Prix unitaire	Prix total HTVA
Aménagement des venelles (revêtement)	m ²	1.000 m ²	90 €	90.000 €
Remise en état des rampes d'accès (revêtement, rambarde et rafraîchissement des abords)	fft	140 m ²	150 €	21.000 €
Sous-total HTVA				111.000 €
Frais d'étude		8 %		8.880 €

Total HTVA	119.880 €
TVA 21 %	25.174,8 €
Total TVAC	145.054,8 €

Source de financement

- Le SPW – DGO1 (travaux subsidiés)
- Le SPW – DGO4 (aménagement opérationnel- rénovation urbaine)
- Le Commissariat général au tourisme

Action 7 : Harmonisation du mobilier urbain

1. Description de l'action

Description de l'action : Éliminer les objets disgracieux ou placés de façon maladroite et aménager la ville en employant un mobilier homogène.

Objectifs poursuivis : Harmoniser l'environnement urbain. La coordination de l'ensemble du mobilier participe à l'identité de Beaumont. Le mobilier doit rester discret pour laisser la primauté au bâti tout en s'affirmant pour séquencer et animer l'espace public.

Éléments de mise en œuvre :

- Éliminer les objets disgracieux ou placés de façon maladroite (poubelles en plastique par exemple).
- À partir du mobilier prévu pour la Grand-Place, aménager le reste de la ville soit en employant le même mobilier, soit en veillant à l'intégration chromatique et design harmonieuse d'ensembles nouveaux.

Localisation :



Les espaces concernés par la placement de mobiliers

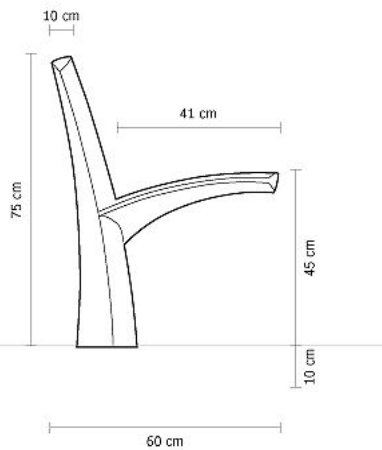


2. Illustration des aménagements

Reportage photographique du lieu en l'état actuel :



Mobiliers à privilégier – cf. fiches pages suivantes – mobilier défini dans le cadre du projet de rénovation de la Grand-Place



*** Piétements**

Fonte G.S.

*** Finition**

Grenailage + métallisation + 1 couche d'apprêt + 2 couches de peinture polyuréthane séchées au four
Coloris : RAL au choix

*** Assise + dossier**

Longueur : 180 cm
2 planches en caillebotis acier galvanisé + peinture poudre
Coloris : RAL au choix

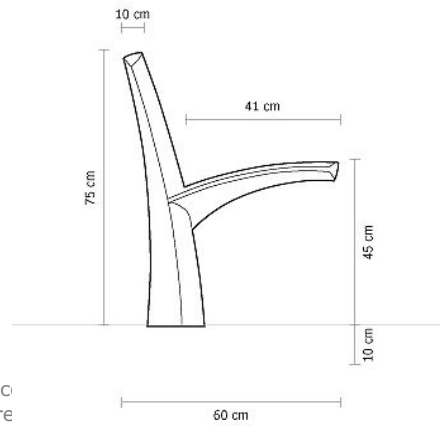
*** Assemblage**

Livré monté
Équerrage par 3 profils acier
Boulonnerie inox

*** Fixation**

Par écrous sur tiges filetées

I G R E T E C



*** Piétements**

Fonte G.S.

*** Finition**

Grenailage + métallisation + 1 o
d'apprêt + 2 couches de peinture
polyuréthane séchées au four
Coloris : RAL au choix

*** Assise + dossier**



Longueur : 180 cm

5 lames en Moabi lasuré

Plus-value séparateur (sur demande)

*** Assemblage**

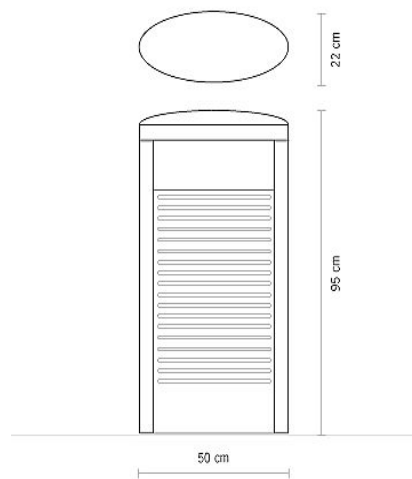
Livré monté

Équerrage par 3 profils acier

Boulonnerie inox

*** Fixation**

Par écrous sur tiges filetées



Ensemble ovoïde, réalisé sans soudure, en acier ép. 12/10ème, électrozingué

Finition : 2 couches de peinture polyuréthane séchées au four, coloris RAL au choix

Couvercle bombé, articulé sur les pieds de la corbeille. 2 pièces en polypropylène font interface entre les pieds et le couvercle

Sceau en acier galvanisé, avec poignées de levage

I G R E T E C



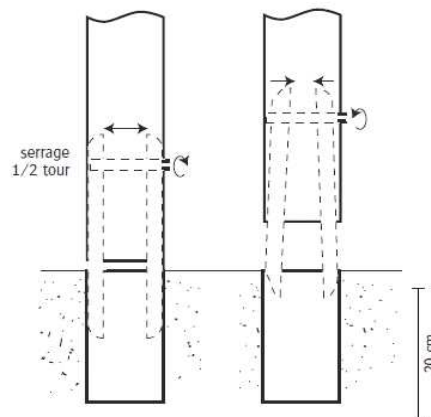
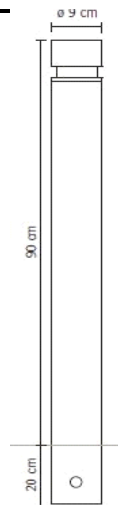
Contenance : 45 L

Hauteur : 95 cm

Largeur : 50 cm

Profondeur : 22 cm

Scellement par boulonnage de la corbeille sur platine à sceller affleurante au sol



- Hauteur hors-sol : 90 cm
- Diamètre : 9 cm
- Tête en aluminium usiné
- Corps acier
- Démontable par mâchoire expansive

Finition

- Galvanisation + 1 couche d'apprêt
- + 2 couches de peinture polyuréthane séchées au four
- Coloris : RAL au choix



Amovibilité des potelets

Par mâchoire expansive

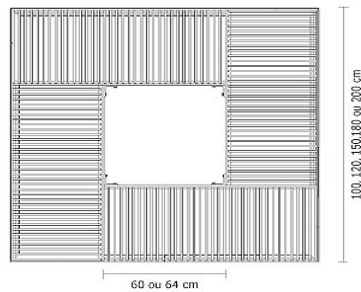
- Un fourreau à sceller avec son bouchon amovible
- Une mâchoire solidaire du potelet
- Un verrouillage par clef alêne

Fonctionnement

- Introduire la mâchoire dans le fourreau
- Verrouiller par un 1 tour de clef



de 4
le r
ncti



- Cadre cornière de 45 mm équipé de tétons anti-souèvement.
- Verrouillage des 4 panneaux par boulon IGRETEC dans l'ouverture intérieure.
- Finition des 4 panneaux : polyzinc + poudre époxy polyester coloris gris Manganèse.
- Résistance : la grille résiste à une charge ponctuelle de 600 kg sur toute sa surface.



**Matériau:**

Polyéthylène ép. 6mm

Teinté dans la masse. Moulé d'une pièce.

Diamètre: 970mm et hauteur: 635mm

Surface: aspect satiné

Bac composé de 3 éléments:

le couvercle supérieur rond, le bac extérieur et le bac intérieur avec système d'arrosage.

Résistant aux chocs, à l'abrasion et aux rayures.

Résiste aux conditions climatiques.

Entretien à l'eau et savon ou système à haute pression I G R E T E C

coloris: RAL au choix

Rouge RAL3020

Orange RAL2003

Bleu RAL 5002

Jaune RAL 1018

Violet RAL 4004

Vert limon NCS S 1060-G40Y

Système d'auto arrosage:

Dans le bac extérieur se trouve un bac intérieur perforé.

Les racines des plantes peuvent boire la quantité

Fixation:

Fixation par ancrage.

3. Moyens à mobiliser

	Coût unitaire HTVA	Nbre	Coût total HTVA
Bancs	1.400 €	15	21.000 €
Poubelles	1.000 €	11	11.000 €
Total			32.000 €

Total HTVA	32.000 €
TVA 21 %	6.720 €
Total TVAC	38.720 €

Action 8 : Enseignes, vitrines et mobiliers commerciaux

1. Description de l'action

Description de l'action : Amélioration générale de la qualité visuelle des commerces de Beaumont, en l'occurrence via un embellissement des vitrines, des enseignes et des terrasses.

Objectifs poursuivis : La vitrine et l'enseigne sont des outils communicationnels. Par elle, le commerçant peut attirer l'attention du consommateur, susciter l'intérêt, l'envie et le désir et, finalement, amener à l'acte d'achat. Elle est le premier dialogue avec le client. Pour stimuler un achat, il convient de créer un lien entre l'intérieur du magasin et le client qui est à l'extérieur et de lui donner envie d'entrer dans le commerce. Donc, des façades et des terrasses soignées, avec des enseignes harmonieuses et des vitrines attirantes captent plus certainement les regards des visiteurs qui deviennent dès lors des clients potentiels.

Éléments de mise en œuvre :

Éditer une charte d'équipement relative aux enseignes, aux terrasses et mobiliers commerciaux :


- Catégorie d'enseignes autorisées.
- Interdiction de publicités sur les parasols et les pare-vents.
- Remplacement des sièges en coque plastique par des sièges en bois ou en rotin.
- Détermination d'une gamme chromatique pour les enseignes, stores et parasols : écru, bordeaux, vert foncé, bleu foncé.

Amélioration des vitrines :

- Proposer aux commerçants une formation organisée par un étalagiste professionnel.
- Organiser un concours de vitrines permettant aux commerçants de mettre en application les connaissances et techniques acquises lors leur formation avec un étalagiste.
- Mise en valeur, customisation des vitrines vides.
- Taxe communale sur les immeubles inoccupés, dans la mesure où les exonérations prévues ne la rendent pas inopérante..., exonération partielle de la taxe communale pour tout propriétaire de surface commerciale acceptant que sa vitrine soit customisée durant sa période d'occupation.

Localisation :



-  Horeca – 14 établissements
-  Commerces – 17 établissements
-  Services publics, poste, culte, écoles
-  Banques – 2 établissements
-  Cellules vides

2. Illustration des aménagements

Les actions à mettre en place au niveau de Beaumont

1. Rédaction d'un règlement communal sur les enseignes, stores, terrasses et mobiliers commerciaux

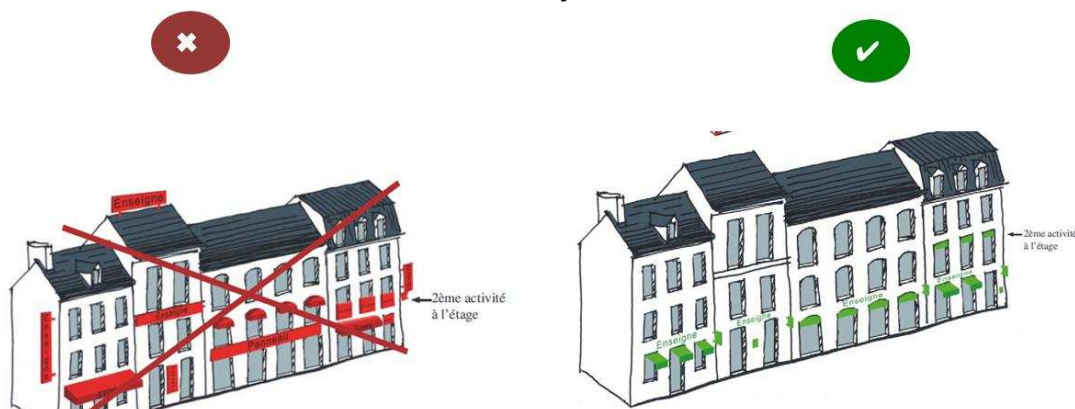
- **Les enseignes autorisées**

- Une enseigne contre et parallèle à la façade disposée horizontalement dans l'espace compris entre le bord supérieur des linteaux des baies du rez-de-chaussée et le bord inférieur des seuils des fenêtres du 1er étage ou sur l'imposte.
- Une enseigne perpendiculaire à la façade fixée dans l'espace compris entre le bord supérieur des linteaux des baies du rez-de-chaussée et le bord inférieur ou supérieur des fenêtres du premier étage. Un élément architectural décoratif particulier ne peut être dissimulé ou abîmé par l'enseigne, l'épaisseur de l'enseigne double-face doit être la plus minime possible et ajourée (selon le matériau), la largeur sera dictée par la situation (selon l'é étroitesse de la rue, le passage des véhicules, la police, le service incendie...).
- Un logo ou une marque : pas de sponsor, ni publicité.
- Enseigne « lettrage » plat ou en relief mais non lumineux (1 couleur dominante).
- Les lettres sont détachées ou d'écriture liée (pose par plots).
- Teintes définies afin d'être en harmonie avec la façade.
- Les caissons lumineux sont interdits.
- L'éclairage des enseignes est indirect, rasant ou par l'arrière.
- La couleur des structures éclairantes est en harmonie avec le bâtiment et l'enseigne- cf. ci-après la palette de couleurs autorisées.



- **Les stores et tentes solaires**

- Elles sont disposées dans l'espace compris entre le bord supérieur des linteaux des baies du rez-de-chaussée et le bord inférieur des seuils des fenêtres du 1er étage ou sur l'imposte. Elles ne débordent pas latéralement des alignements formés par les montants extérieurs des baies de l'étage et respectent la modulation de la façade. Le mécanisme est rétractable et de ton gris, le déploiement maximum de la tente sera dicté par la situation (selon l'étréouissement de la rue, le passage de véhicule, etc.). Elles ne sont pas autorisées aux étages sauf si une activité commerciale y est développée (ex : salle de restaurant).
- Pas de sponsor, ni publicité ; seul le nom de l'établissement peut apparaître.
- La toile sera en harmonie avec la façade.



- **Les mobiliers publicitaires**

- Les mobiliers publicitaires sont interdits.
- Est considéré comme mobilier publicitaire, toute inscription, tout équipement, mobilier (à l'exclusion des enseignes), destinés à informer le public ou à attirer son attention.
- Les menus des restaurants seront affichés sur le système mis en place : un porte-menu ou ardoise sur un seul piétement.

- **Les terrasses**

- Le mobilier sera choisi afin d'être en harmonie avec la devanture.
- Le matériau utilisé doit garantir l'entretien et la pérennité du mobilier. Le mobilier en plastique n'est pas autorisé.
- Les parasols publicitaires sont interdits. Seuls sont autorisés les parasols unis – teinte de la palette

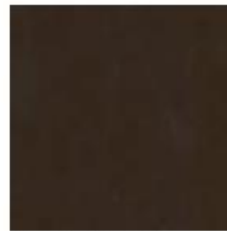
- *La palette de couleurs autorisées*



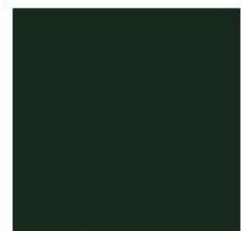
RAL 1014



RAL 3004

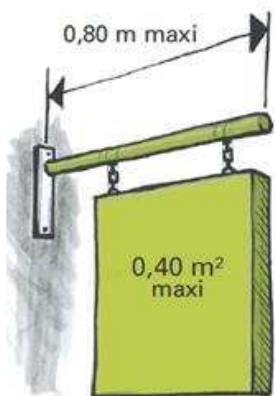


RAL 8017



RAL 6009

Exemples de bonnes pratiques relatives aux enseignes et façades :


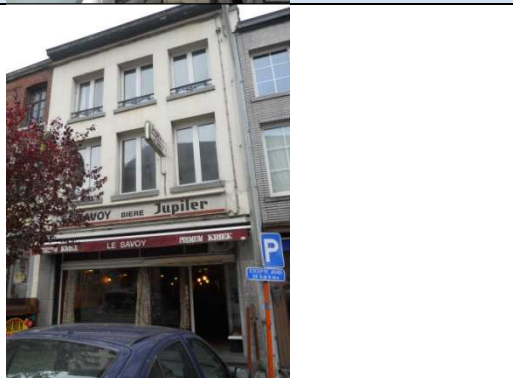


Exemples de bonnes pratiques relatives aux terrasses et mobiliers commerciaux





Les établissements concernés par cette action :

- L'ensemble des établissements Horeca du périmètre – cf. carte




	Modification enseigne	Nouvelle terrasse	Nouveaux mobiliers (tentes solaires, menus,...)
	OUI	OUI	OUI
	OUI	OUI	OUI
	OUI	OUI	OUI
	OUI	OUI	OUI





	Modification enseigne	Nouvelle terrasse	Nouveaux mobiliers (tentes solaires, menus,...)
	OUI	NON	NON
	OUI	NON	OUI
	NON	NON	NON
	OUI	NON	NON

	Modification enseigne	Nouvelle terrasse	Nouveaux mobiliers (tentes solaires, menus,...)
	OUI	OUI	OUI
	OUI	OUI	OUI
	OUI	OUI	OUI
	OUI	OUI	OUI

	Modification enseigne	Nouvelle terrasse	Nouveaux mobiliers (tentes solaires, menus,...)
	OUI	OUI	OUI
	OUI	NON	NONI

- L'ensemble des commerces du périmètre – cf. carte

	Modification enseigne	Tentes solaires	Vitrine
	OUI	OUI	OUI
	OUI	NON	NON
	OUI	OUI	OUI
	OUI	OUI	OUI

	Modification enseigne	Tentes solaires	Vitrine
	NON	NON	NON
	NON	NON	NON
	OUI	NON	OUI
	OUI	NON	OUI
	OUI	NON	NON

	Modification enseigne	Tentes solaires	Vitrine
	OUI	NON	NON
	OUI	NON	NON
	OUI	OUI	NON
	OUI	OUI	NON

	Modification enseigne	Tentes solaires	Vitrine
	<p>OUI</p>	<p>OUI</p>	<p>NON</p>
	<p>OUI</p>	<p>OUI</p>	<p>OUI</p>
	<p>OUI</p>	<p>OUI</p>	<p>OUI</p>
	<p>OUI</p>	<p>OUI</p>	<p>NON</p>

3. Moyens à mobiliser

Désignation des postes	Quantité présumée	Prix unitaire	Prix total
Fourniture et pose d'enseignes	28	7.500,00 €	210.000,00 €
Fourniture et pose de stores	19	3.000,00 €	57.000,00 €
Rénovation des vitrines	7	17.500,00 €	122.500,00 €
Mobiliers et terrasses	10	17.000,00 €	170.000,00 €
Total HTVA			564.500,00
TVA 21%			118.545,00 €
TOTAL TVAC			683.045,00 €

Action 9 :

L'Office du Tourisme

1. Description de l'action

Description de l'action : Dynamiser l'Office du Tourisme installé près de la Grand-Place en rénovant le bâtiment et en soutenant ses fonctions d'accueil et d'information.

Objectifs poursuivis : Le bureau d' l'Office du Tourisme est un lieu incontournable. Il se doit donc d'être le reflet de la qualité de la ville, de son économie touristique et de son accueil.

Actuellement tant l'extérieur que l'intérieur du bâtiment présentent de nombreuses lacunes : affiches, cohabitation accueil et bureaux administratifs,... Il convient donc de prévoir une action destinée à rendre aux lieux un aspect plus accueillant.

Éléments de mise en œuvre :

- Rénovation du bureau d'accueil :
 - Rénover la façade : couleur, enseigne, faire disparaître les câbles.
 - Supprimer les panneaux d'affichage, privilégier un outil design d'affichage temporaire et permanent.
 - Aménager l'intérieur afin de proposer un véritable lieu d'accueil avec un lieu d'information et un lieu boutique.
- Soutenir l'accueil :
 - Formation du personnel : personnalisation de l'accueil, multilinguisme, connaissance de la Ville et de sa région.
 - Développement du site Internet : avoir une véritable rubrique « Tourisme » au sein du site de la Ville : à voir, à faire, où manger, où dormir.

Localisation :



2. Illustration des aménagements

Exemple de bonnes pratiques :



Commune de Beaumont
LEUGNIES

ACCUEIL | VIE POLITIQUE | VIE ADMINISTRATIVE | VIE PRATIQUE | VIE ECONOMIQUE | VIE TOURISTIQUE | BULLETIN COMMUNAL | AGENDA | LIENS

Le 15 novembre 2010

Lun	Mar	Mer	Jeu	Ven	Sab	Dim
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Durbuy.be
[site officiel]

Ma Commune | Tourisme | Economie

Tourisme

12^e Foire St Martin à Somet
Le 11 novembre. Plus d'infos >

Concerts de trompes de chasse à Durbuy Vieille ville
Les 14 et 21 novembre. Plus d'infos >

Promenade gourmande à Durbuy Vieille ville
Le 20 novembre. Plus d'infos >

Patinoire couverte à Durbuy Vieille ville
A partir du 27 novembre. Plus d'infos >

Marché de Noël à Durbuy Vieille ville
A partir du 27 novembre. Plus d'infos >

Un hébergement pour les fêtes ?
Toutes les infos >

3. Moyens à mobiliser

Désignation des postes	Quantité présumée	Prix unitaire	Prix total
Enseigne	1	7.500,00 €	7.500,00 €
Peinture façade	30 m ²	60,00 €	1.800,00 €
Rénovation des vitrines	3	750,00 €	2.250,00 €
Aménagement intérieur	FF	10.000,00 €	10.000,00 €
Total HTVA			21.550,00
TVA 21%			4.525,50 €
Total TTC			26.075,50 €

Source de financement

Le Commissariat général au tourisme

Action 10 :

Fleurissement

1. Description de l'action

Description de l'action : Soutien actif, par la commune, d'une politique de fleurissement de toute la ville.

Objectifs poursuivis : Créer, par le fleurissement, un cadre harmonieux, une cohérence visuelle et un effet d'ensemble.

Éléments de mise en œuvre :

- Fleurir les espaces publics de Beaumont : Grand-Place, les parkings, les effets de porte, etc.
- Fleurir les bâtiments communaux : Hôtel de Ville, OT, etc.
- Aider les commerçants situés sur la Grand-Place et la rue Dutry à fleurir leur devanture : achat et location de jardinières, remise annuelle de plantes, etc.
- Création d'un Comité de fleurissement sous la responsabilité de la Commune (service des espaces verts et service tourisme)
- Mise en place d'un concours annuel qui récompense la façade la mieux fleurie, l'espace privé devant les maisons le mieux fleuris et aménagé, la mise en scène la plus réussie, l'espace public le mieux fleuri. Un jury composé de représentants de la commune, du village et de partenaires (ex: Office du Tourisme) est mis en place. Les lauréats reçoivent un prix (ex: bon d'achat pour des plantes).

A noter que le fleurissement doit se concevoir afin de proposer un rendu esthétique tout au long de l'année.

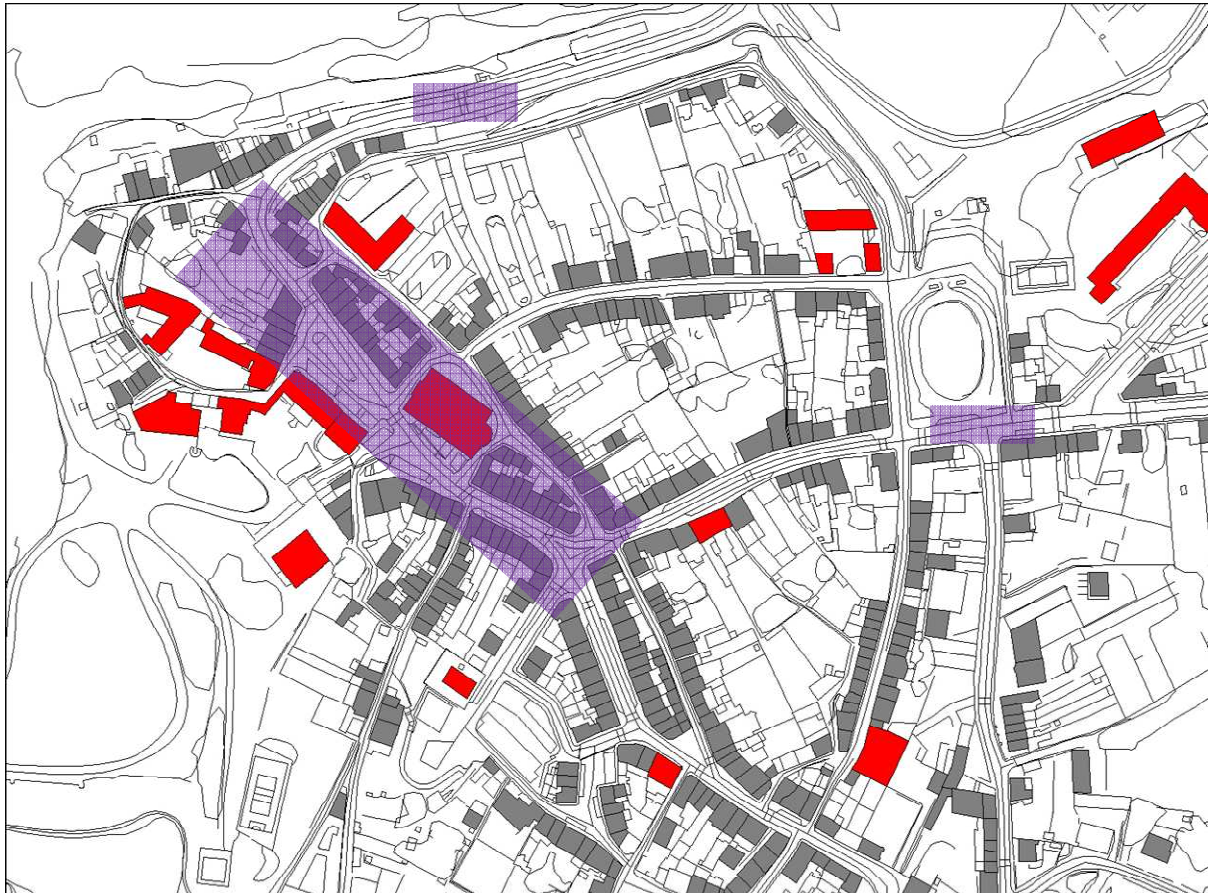
Pour ce faire, les compositions proposeront des fleurs, des espèces vertes (feuillages,...), des vivaces, bulbes... Les services devront penser à travailler les associations végétales en utilisant des feuillages. Ils tempéreront les massifs ou au contraire égayeront les compositions ternes. Les feuillages persistants assureront un décor permanent. Quant aux graminées, en utilisation raisonnée, leur structure allègera les massifs et apportera une touche assurément naturelle.

Il conviendra également de :

- jouer avec l'harmonie en associant des couleurs proches entre elles.
 - tenter le contraste en associant ton chaud et ton froid.
 - Opter pour le **camaïeu** en choisissant plusieurs nuances de la même couleur.
- Dans tous les cas, limiter les massifs à trois coloris! Trop de mélange est synonyme de désordre. Éviter également le mélange des trois couleurs primaires (bleu, jaune, rouge), aux effets détestables.



Localisation :



2. Exemples de bonnes réalisations de fleurissement



3. Moyens à mobiliser (hors Grand-place et Rue Dutry – cfr fiche spécifique)

Désignation des postes	Quantité présumée	Prix unitaire	Prix total
Fleurissement annuel des espaces publics et entrées du village	FF	3.000 €	3.000 €
Fourniture de jardinières (Grand-Place et Rue Dutry)			Cfr fiche Grand-Place
Prix concours village fleuri	4	250,00 €	1.000,00 €
Total HTVA/an			4.000,00
TVA 21%			840 €
<u>TOTAL TVAC/ an</u>	-	-	4840 €

Action 11 :

Itinéraire découverte

1. Description de l'action

Description de l'action : Concevoir un itinéraire découverte de la ville.

Objectifs poursuivis : Proposer aux visiteurs un produit qui permet de découvrir Beaumont toute l'année et sans guide.

Éléments mis en œuvre :

Le projet tel qu'il sera mis en œuvre doit permettre d'augmenter le temps que le visiteur passe à Beaumont et augmenter ainsi le taux de consommation du visiteur dans les restaurants, cafés,...

La définition du parcours, de son itinéraire, de sa thématique générale doit se faire dans le cadre d'une prise en considération des publics : ce qui les a poussés à venir à Beaumont, ce qui les a intéressés, touchés...

Création d'un parcours d'interprétation de la Ville et de son histoire

- Déclinaison du parcours selon deux approches temps : une version courte, une version longue.
- Mise en place des techniques d'interprétation : niveaux de lecture, rôle de l'illustration. Il faut aller plus loin que la simple présentation des lieux et de leurs caractéristiques. Il faut éviter que des spécialistes parlent à des spécialistes. Il faut raconter une histoire, apporter une expérience touristique, parler au cœur des gens, donner du sens aux lieux.
- Balisage via les clous solaires. Ainsi, à la tombée du jour, l'itinéraire devient également une balade découverte lumineuse de la ville.

La création de ce parcours devra également permettre d'impulser une évolution dans d'autres outils de découverte de la Ville :

- Audio-guide : comme signalé dans le diagnostic, celui actuellement proposé par l'Office du Tourisme ne prend pas suffisamment en considération les publics-cibles. Les termes sont ceux de spécialistes, il n'y a pas vraiment de fil conducteur, peu d'anecdotes et de « petites histoires » qui font rêver les visiteurs. Le contenu de l'audio-guide devrait être revu afin d'être complémentaire au circuit, proposer d'autres grilles de lecture de la ville. **A terme, l'audio-guide pourrait être remplacé par un itinéraire découverte mis en ligne sur un site Internet et téléchargeable sur PDA.**



- Intégration de la technologie du flash-code dans le parcours. Un code-barres 2D est imprimé sur les panneaux de l'itinéraire découverte. Les touristes équipés de téléphones mobiles compatibles peuvent alors avoir accès à des informations complémentaires, des informations géolocalisées, ...



- Les illustrations sont également élaborées afin de servir de supports lors des visites guidées. Le contenu de l'audio-guide pourra être actualisé en fonction de ce parcours.

2. Illustration des aménagements

Exemples d'aménagements :





Aÿ en Champagne

Action 12 : Supports pour les guides

1. Description de l'action

Description de l'action : Proposer de nouveaux outils pour les guides de Beaumont.

Objectifs poursuivis : Créer pour les guides un outil qui leur permettra de mieux gérer les visites guidées. Actuellement, le guide qui se charge de mener la visite guidée prend avec lui des images, des gravures, etc., représentant Beaumont à différentes époques (documents plastifiés).

Nous proposons que le guide soit équipé d'un sac à dos dans lequel il disposera de différents rouleaux. En fonction des lieux et sujets, il tirera de son sac le rouleau (tel un parchemin adapté aux conditions extérieures) concerné et le présentera aux visiteurs. Sur le rouleau figure des illustrations, croquis, etc.

Éléments mis en œuvre : Conception et création des rouleaux.

2. Moyens à mobiliser

Désignation des travaux	Prix
Conception et réalisation de 6 rouleaux	9.000 € HT

Total HTVA	9.000€
TVA 21 %	1.890 €
Total TVAC	10.890 €

Source de financement

Le Commissariat général au tourisme

Action 13 : La dynamique commerciale

Description de l'action : Mettre en place une dynamique de qualité au niveau de l'accueil dans les commerces et restaurants de Beaumont.


Objectifs poursuivis : Organiser en partenariat avec l'Office du Tourisme et les commerçants une nouvelle dynamique dans la Ville.

Les caractéristiques de la dynamique commerciales (marchés, commerces et horeca) de Beaumont sont les suivantes :

- Présence marquée du secteur Horeca sur la Grand-Place (13 établissements) mais
 - principalement une offre de cafés parfois à l'aspect vieillot.
 - Une offre en majorité de petite restauration. Faiblesse quantitative d'établissements plus gastronomique ou de terroir. Aucun établissement du centre de Beaumont n'est repris dans les guides Michelin ou Gault et Milau.
 - Un accueil principalement francophone. Pas de propositions, cartes, menus en néerlandais.
 - Un accueil souvent de faible niveau dans les établissements : accueil froid, service rapide, ...
- Offre de commerces
 - Limitée en nombre d'établissements
 - Au potentiel touristique faible. On constate que le centre de Beaumont ne propose que peu de commerces ayant un attrait pour les visiteurs :
 - Une superette
 - Une boucherie / fromagerie
 - Un marchand de confiseries et spécialités de la région
 - Deux marchands de vêtements
 - Vieillissante surtout dans l'axe de la rue Madame
 - Et pour bon nombre souvent d'aspect peu attrayant (extérieur) – cfr fiche enseignes.
 - Un nombre d'espaces et cellules vides très faibles (2 établissements dont 1 en travaux).
- Un marché hebdomadaire mais
 - Pas suffisamment développé que pour capter des clientèles extérieures à la commune
 - Mal situé : sur la Grand-place.

Localisation :



-  Horeca – 14 établissements
-  Commerces – 17 établissements
-  Services publics, poste, culte, écoles
-  Banques – 2 établissements
-  Cellules vides

▪ **Redynamisation du marché hebdomadaire :**

- Soutenir l'organisation d'un marché de qualité avec une connotation « terroir » lors des mois de juillet et août (publics touristiques, notamment les Lacs de l'Eau d'Heure et du Val Joly).
- Repenser l'emplacement du marché afin de proposer un cadre plus qualitatif. Exemple : déplacer le marché place du Belvédère ou alors dans la rue de la Déportation depuis le parc jusqu'à la Grand-Place.
- Envisager l'organisation en été d'un marché nocturne (ex. : 17h-22h).
- Envisager de confier le marché à une entreprise spécialisée en gestion de marchés publics et de lui confier la mission de redynamiser et de donner une nouvelle envergure au marché hebdomadaire.



▪ **Accueillir de nouveaux commerçants :**

Le pôle touristique de Beaumont n'est pas caractérisé par une présence forte de cellules vides (2). Mais à terme, avec le vieillissement des commerçants (ex : rue Madame), cette situation risque de changer.

Il faut anticiper cette probable évolution en organisant une politique communale d'accueil de nouveaux commerçants.

De plus, on constate que le centre de Beaumont ne propose que peu de commerces ayant un attrait pour les visiteurs :

- Une superette
- Une boucherie / fromagerie
- Un marchand de confiseries et spécialités de la région
- Deux marchands de vêtements

L'action consiste donc à mettre en place des incitants financiers permettant de soutenir le développement de nouveaux commerces ayant une intensité touristique.

L'intensité touristique d'un commerce représente la part potentielle de ce que représente le tourisme dans le chiffre d'affaire du commerce considéré.

Le tableau ci-après expose une typologie où chaque type d'activité est classé selon l'attractivité qu'elle peut avoir sur les touristes. Ce tableau résulte d'une approche par la demande et repose notamment sur des enquêtes de l'INSEE Rhône-Alpes et de la CCI Calavados

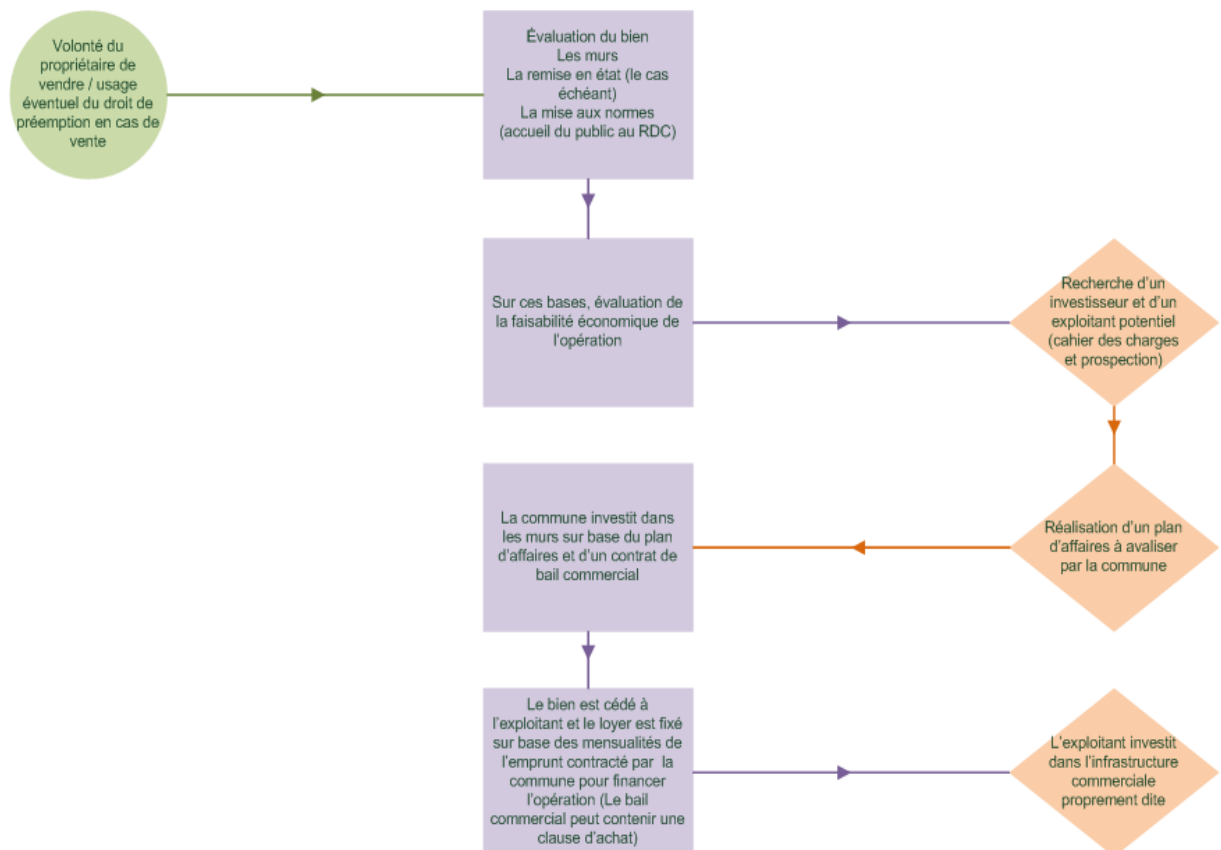
Pour exemple illustratif, un supermarché ou une boulangerie sont considérés comme fortement touristique car les touristes doivent généralement s'approvisionner lors de leur séjour. Ce type de commerce attire donc les visiteurs dans le pôle touristique.

Un magasin de prêt-à-porter est quant à lui davantage perçu comme moyennement touristique : le touriste ne se rendra pas exprès dans le pôle commercial pour ce magasin MAIS, lorsque le touriste est déjà dans le centre-ville, il y a une forte probabilité qu'il en profite pour se promener et soit attiré par ce genre de point de vente.

	consommation touristique					achats de premières nécessités		achats « impulsifs » (shopping)						activités culturelles				
	attractions touristiques	hébergement	transports	restauration et débits de boissons	autres prestations	Alimentaire (première nécessité)	Services à caractère commercial (dépannage)	alimentaire spécialisé	équipement de la personne	entretien de la personne	équipement de la maison	équipement des loisirs	services à caractère commercial					
activités 100% touristiques (TA, y compris)	<ul style="list-style-type: none"> parcs de loisirs et d'attractions parcs animaliers centres d'interprétation parcs et jardins grottes et souterrains visites guidées visites contées et théâtralisées monuments historiques et sites naturels trains touristiques et excursionnisme nautique,... 	<ul style="list-style-type: none"> hôtels campings et HLL chambres d'hôtes gîtes de ville meublés de tourisme b&b autres ... 	<ul style="list-style-type: none"> ... 	<ul style="list-style-type: none"> tables d'hôtes ... 	<ul style="list-style-type: none"> prestations wellness, thermalisme articles de plage agences de voyage (réceptif excursionnisme régional) locations de cycles, kayaks, segways... découvertes d'entreprises artisanales ou industrielles sport aventure,..... 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • Souvenirs • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • 				
activités fortement touristiques	<ul style="list-style-type: none"> centres aqualudiques casinos, lunaparks... ... 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> stations services (carburants) • ... 	<ul style="list-style-type: none"> restaurants restauration rapide (viennoiseries, sandwichs, friteries, fastfood, snacks, glaciers...) • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • Commerces d'alimentation générale, supérettes • Boulangerie, dépôt de pain • Traiteur, boucherie, boucherie-charcuterie • fruits et légumes • boissons alcoolisées ou non • fromagerie-crèmerie... 	<ul style="list-style-type: none"> • automates bancaires • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • artisanat ethnique • .. 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • expositions • musées • spectacles vivants • ... 				
activités moyennement touristiques	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> transports en commun location de véhicules de courte durée taxis • ... 	<ul style="list-style-type: none"> cafés salons de dégustation concept food store • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • 	ENSEIGNES COMMERCIALES NATIONALES OU INTERNATIONALES GENERATRICES DE TRAFIC												
						<ul style="list-style-type: none"> • Supermarchés, hypermarchés • poissons, crustacés et mollusques • commerces alimentaires ambulants (marchés) • automates d'alimentation générale (pain...) ou d'alimentation spécialisée (confiserie, boissons,...),... 	<ul style="list-style-type: none"> • pharmacie • parapharmacie • change • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • pâtisserie • chocolaterie • glaces • produits alimentaires divers • produits de terroir • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • habillement, textile • chaussures • accessoires de mode • bijoux fantaisie • concept store • productions locales artisanales ou industrielles,... 	<ul style="list-style-type: none"> • soins bio • productions locales artisanales • productions locales industrielles • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • productions locales artisanales • productions locales industrielles • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • journaux • librairies • tabac • optique non médicale • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • tatouages, piercings • 	<ul style="list-style-type: none"> • événementiel • ... 				
activités faiblement touristiques	<ul style="list-style-type: none"> • Manèges forains • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • hébergement non marchands dont les résidences secondaires • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • entretien et réparations automobiles • entretien courant (pneumatiques, lavage,...) • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • produits surgelés • drink market • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • agences et activités immobilières (locations et secondes résidences) • puériculture • agences de banque • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • torréfaction de café, thés • boucherie à la ferme • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • maroquinerie et articles de voyage • horlogerie-bijouterie • cuirs et fourrures • lingerie • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • produits de beauté • parfumerie • herboristerie • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • décoration • cadeaux pour la maison • articles de ménage • luminaires • arts de la table et vaisselle • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • photographie • musique • galeries d'art • discothèques • jeux et jouets • objets de collection • supports audio-vidéo • arts manuels et graphiques • sport généraliste • chasse et pêche • piscines,... 	<ul style="list-style-type: none"> • coiffures • soins esthétiques • parapharmacie • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • cinéma • ... 				
activités non touristiques	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les autres activités 	<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les autres activités 	<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les autres activités 	<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les autres activités 	<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les autres activités 	<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les autres activités 	<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les autres activités 	<ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les autres activités 				

Beaumont devrait donc soutenir le développement d'une offre de forterement à moyennement touristique et spécialisée dans le petit alimentaire, les produits de bouche et de terroir, l'artisanat et les équipements de la personne, librairie,...

Ce type d'action et de politique peut être organisé au sein d'une régie communale autonome.



- **Dynamique horeca :**
- Ouverture du secteur Horeca le jour du marché avec proposition d'un menu du marché avec un tarif spécial.
- Obligation pour le secteur Horeca de proposer des cartes en néerlandais : mise en place d'un service d'aide à la traduction par l'OT.
- Valorisation de la thématique « Charles Quint » dans davantage de restaurants : Menu : « ce que Charles Quint à mangé lors de son passage à Beaumont : menu ou plat qui valorise les produits de la région ».
- Proposer dans certains établissements Horeca de petits comptoirs de vente de produits du terroir.
- Soutenir la création (cf. ci-avant) de petits bistrotts de terroir et d'une restauration plus haut de gamme. Actuellement, l'offre est très centrée sur la petite restauration.

Annexes

1. Description de l'action

Description de l'action : Reconstitution du front bâti de Beaumont.

Objectifs poursuivis : Le bâti construit la verticalité de la ville. C'est à lui que se confronte le regard et il contribue donc fortement à l'image de la ville. Dans cette optique, il est profitable de présenter un front de façades continu, de reconstituer le tissu bâti en un ensemble homogène, tant au niveau fonctionnel qu'esthétique.

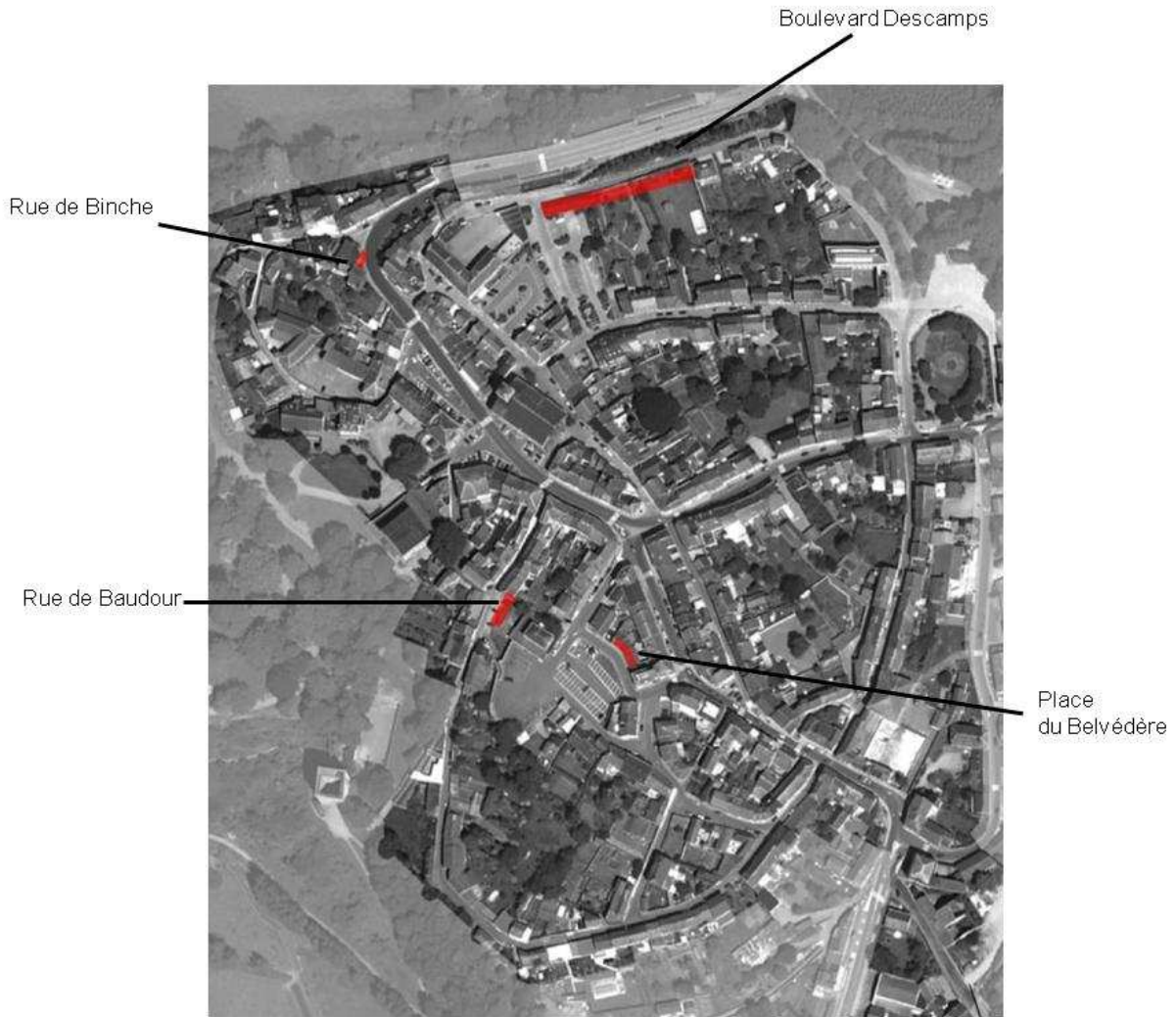
Plusieurs endroits, considérés comme des dents creuses, peuvent ainsi être améliorés tant en termes de typologie et hauteur du bâti qu'au niveau de la fonction.

Pour autant, les fonctions actuelles et nécessaires (parkings) sont néanmoins conservées.

Éléments mis en œuvre :

- Rue de Binche : aménagement d'un mur avec plantations en lieu et place du panneau publicitaire.
- Place du Belvédère : construction d'appartements en conservant les garages au rez-de-chaussée.
- Boulevard G. Descamps : construction d'appartements et maisons unifamiliales.
- Rue Baudour : construction d'un bâti en coin avec un espace de parking au rez-de-chaussée.

Localisation :



2. Illustration des aménagements

Rue de Binche :

Avant



Après



Place du Belvédère :

Avant



Après



Boulevard G. Descamps :

Avant



Après



Rue Baudour :

Avant



Après

**3. Moyens à mobiliser**

Désignation des travaux	Unité	Quantité présumée	Prix unitaire	Prix total HTVA
-------------------------	-------	-------------------	---------------	-----------------

Le coût de reconstitution du bâti est impossible à estimer à ce stade

Source de financement

- Rénovation urbaine

Annexe 2

Gérer les espaces verts

1. Description de l'action

Enjeux : Valoriser la destination patrimoniale et historique.

Description de l'action et objectifs poursuivis : Les espaces verts sont bien présents sur l'entité, que ce soit en plein centre de la Ville, au niveau des parcs publics et privés et au sein des intérieurs d'îlots des habitations.

Mais plus particulièrement en contrebas des remparts, dans la vallée de la Hantes, nous retrouvons un milieu écologique et paysager remarquable. Le site des Polis occupant ce versant sud est reconnu pour sa richesse botanique qui lui a valu, en 1998, l'établissement d'un règlement de protection de certaines espèces végétales par l'administration communale et en collaboration avec le Département Nature et Forêt du Cantonnement de Thuin.

Mais ce site des Polis et ses environs immédiats, en l'absence de gestion adéquate et concertée, se dégrade. Comme signalé par certains naturalistes (M. Kesteloot, rapport suite à la visite du site de Polis en août 2008) et par le DNF, des mesures de sauvegarde et de valorisation urgentes s'imposent :

« On se retrouve devant une phase avancée, incontrôlée de régénération du couvert végétal, tendant vers son climax qui est la forêt. Ceci menace non seulement les vestiges archéologiques, mais également la végétation d'origine méditerranéenne héliophile, caractérisée par des espèces florifères, propre aux versants rocheux, bien exposés et une faune, spécialement entomologique, y associée. L'absence de gestion écologique du site des Polis, serait une perte sensible pour la biodiversité de la région. »

Éléments de mise en œuvre :

- Aménagement d'une prairie fleurie au pied des remparts du côté de la Tour Salamandre en vue de restaurer la qualité biologique du site et de mettre en valeur le patrimoine monumental :
 - Réduire le lierre, trop envahissant et couvrant l'entièreté des murs des remparts.
 - Débroussailler la végétation sur une largeur de 20 mètres, à partir des pieds du rempart vers le chemin de promenade. Ceci permettra, grâce à la banque de semences encore présentes dans le sol, une régénération de la flore héliophile.

- Les travaux de débroussaillage et de réduction de la végétation devront se réfléchir et se réaliser en collaboration avec les différentes instances et associations de protection de l'environnement actives dans la région afin de prendre en compte les différentes recommandations indispensables au maintien et à la prospection de la faune et la flore (époque de démarrage des travaux, technique d'entretien, etc.)
- Élagage de la végétation dans les axes paysagers à valoriser :
 - Couper les quelques résineux présents en alignement le long du chemin en contrebas de la poterne afin d'améliorer la qualité paysagère dans la vallée de la Hantes.
 - Élaguer de la végétation dans l'axe Belvédère-Tour Salamandre.
 - Élaguer les branches basses des arbres du parc Paridaens.
- Proposition de plantations pour diminuer l'impact visuel de certains aménagements privés :
 - Planter une petite dizaine de feuillus (ex. : Salix sp) en bordure de la parcelle de l'ancien moulin diminuant ainsi l'impact visuel des aménagements privés en arrière-plan.

2. Illustration des aménagements

Aménagement d'une prairie fleurie au pied des remparts :

Avant



Après



Élagage de la végétation dans les axes paysagers à valoriser :

Avant



Après



Avant



Après



Élagage de la végétation dans les axes paysagers à valoriser :

Avant



Après

**Proposition de plantations pour diminuer l'impact visuel de certains aménagements privés :**

Avant



Après



3. Moyens à mobiliser

Désignation des travaux	Unité	Quantité présumée	Prix unitaire	Prix total HTVA
Abattage des résineux dans la vallée de la Hantes (1m-2m)	pce	14	220 €	3.080 €
Plantation au niveau de l'ancien moulin	pce	8	300 €	2.400 €
Aménagement du pré fleuri au bas des remparts (dégagement de la végétation, préparation du sol, semis et entretien annuel)	m ²	2.800	105 €	294.000 €
Elagage de la végétation dans l'axe tour Salamandre-Belvédère	pce	3	210 €	630 €
Elagage des branches basses dans le parc Paridaens	pce	25	210 €	5.250 €
Sous-total HTVA				305.360 €
Frais d'étude		8 %		24.428 €

Total HTVA	329.788 €
TVA 21 %	69.255 €
Total TVAC	399.043 €

Source de financement
-Le SPW – DGO3 (espaces verts) -Le Commissariat général au tourisme

Annexe 3

Mettre en valeur les remparts

1. Description de l'action

Description de l'action : Mise en valeur des remparts, important patrimoine lié à l'image de Beaumont et à son riche passé historique.

Objectifs poursuivis : Actuellement, il reste à Beaumont environs 1 km de remparts, 7 tours et la poterne (la plus petite des portes). Ces derniers délimitent le Parc Paridaens et la zone naturelle du site des Polis. Ces éléments constituent un potentiel patrimonial, paysager et naturel important pour Beaumont :

- intimement lié à l'histoire de Beaumont et son évolution.
- délimitation et lisibilité de la Ville.
 - symbole de la Ville (Tour salamandre).
 - transition entre le bâti de la Ville et les promenades au sein du cadre naturel environnant
 - patrimoine de valeur (Tour salamandre et remparts classés,...).
 - pivot paysager : vue du rempart depuis l'extérieur et la place du belvédère et vue depuis les remparts (parc Paridaens) sur le paysage.
 - qualité naturelle : parc Paridaens (zone Natura 2000) et zone écologique au pied des remparts.

Ces éléments sont néanmoins très peu ressentis lorsqu'on est dans la Ville. L'enjeu est de les mettre en valeur de façon à les faire connaître des personnes locales et extérieures, de les présenter sous leurs plus beaux aspects et de rendre leur découverte facile d'accès et confortable.

Éléments de mise en œuvre :

- Aménagement de l'accès au parc Paridaens :
 - Rénovation du sentier.
 - Aménagement d'une série de marches conduisant au point de vue des remparts.
 - Installation de mobilier (banc, poubelle et panneau d'information) intégré au parc et aux équipements actuels

- Aménagement planté conduisant au parc (plantation de massifs et suppressions ponctuelles de végétation).
- Le parc Paridaens va être partagé dans le temps entre son occupation principale pour l'école et la possibilité de le visiter par l'accès de la Tour Salamandre durant les vacances scolaires.
- Installation d'un belvédère en haut de la Tour de l'Amour :
 - Structure légère et intégrée au Paysage, elle se présente sous la forme d'une couverture mettant en valeur le point de vue remarquable sur la vallée de la Hantes. Cette installation doit conserver un impact visuel minimal et en accord avec le caractère des remparts.
- Sécurisation des remparts :
 - Pose d'une rambarde de sécurité le long des remparts suivant le parc Paridaens.
- Mise en lumière :
 - Lumière rasante courant le long des remparts.
 - Mise en valeur lumineuse de la Tour Salamandre, la Tour Wagram, la Tour de l'Amour et de la chapelle Saint-Julien via un plan lumière personnalisé.
 - Ces différents points lumineux seront modulés de façon à ne pas perturber le système écologique avoisinant.

2. Illustration des aménagements

Accès au parc Paridaens :



Installation d'un belvédère et sécurisation des remparts :

Avant



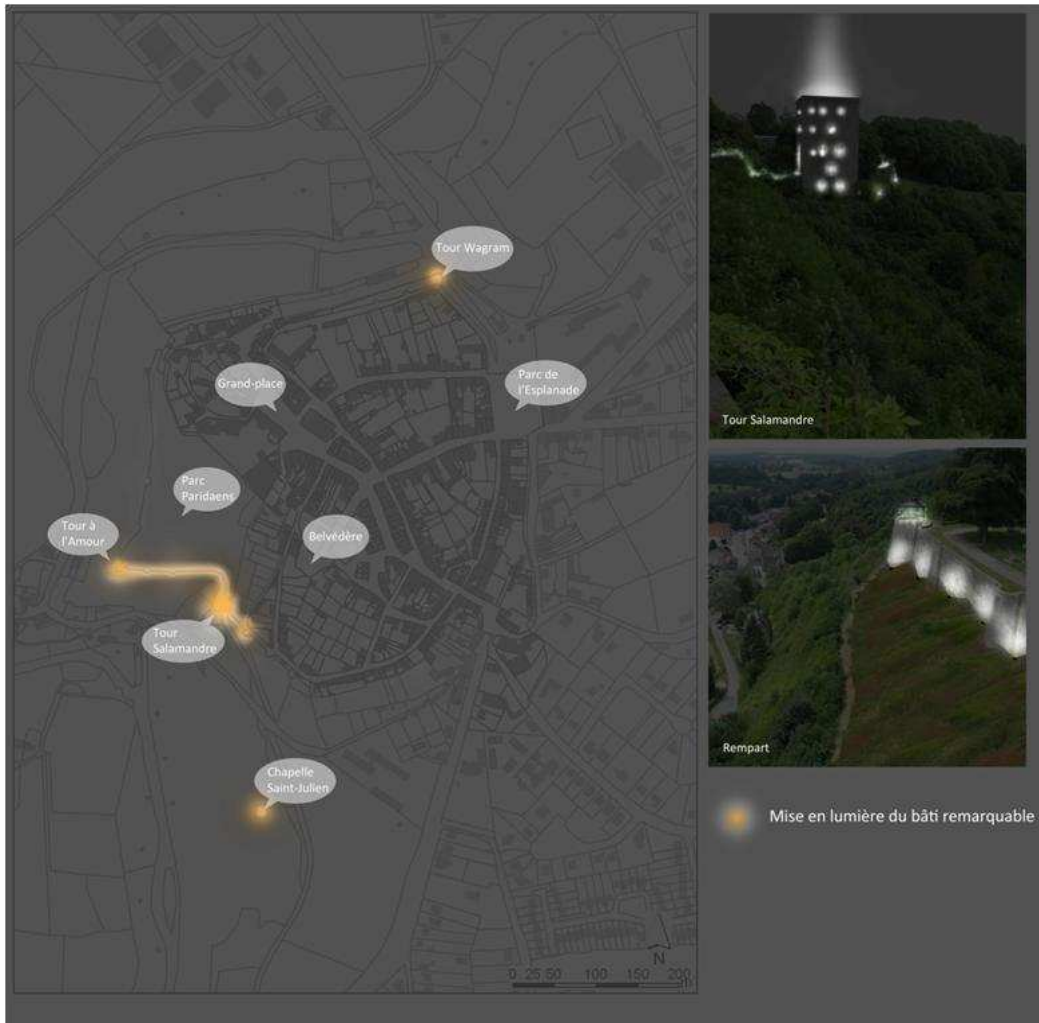
Après

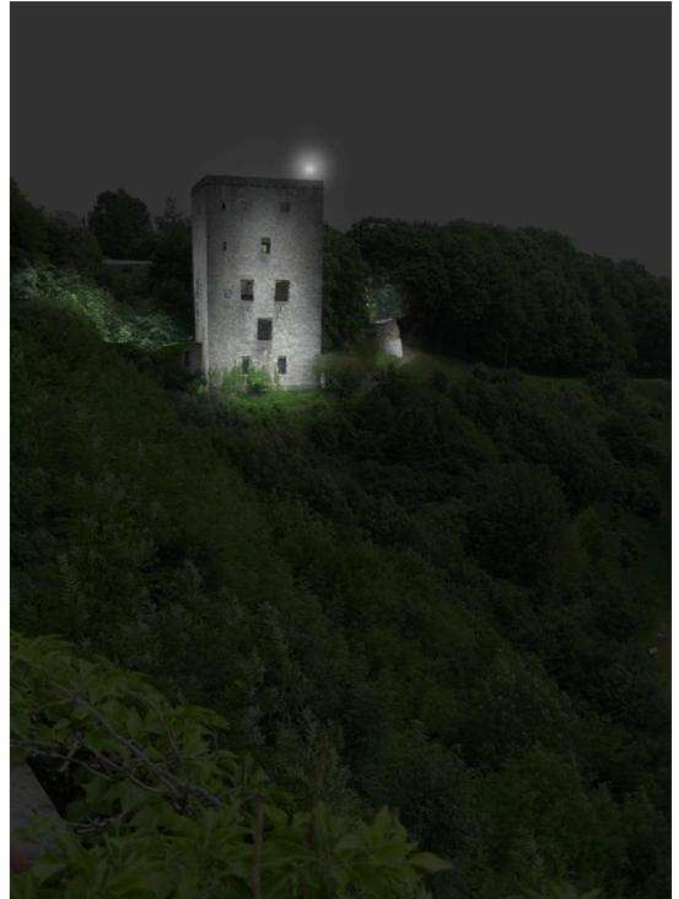
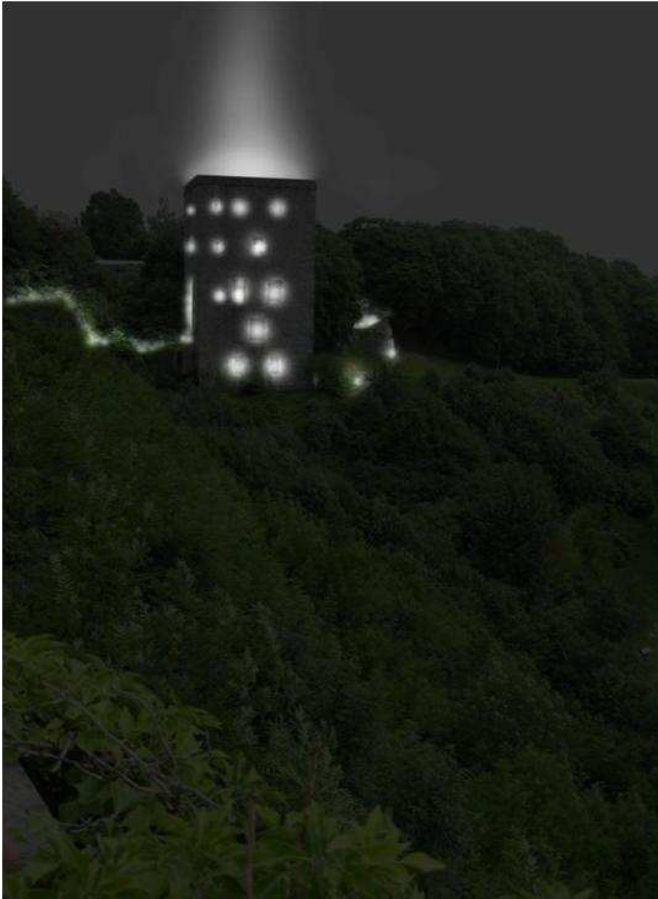
Aménagement du point de vue



Sécurisation des remparts

Plan lumière :





3. Moyens à mobiliser

Désignation des travaux	Unité	Quantité présumée	Prix unitaire	Prix total HTVA
Aménagement d'un accès au parc Paridaens	fft	/	/	5.000 €
Installation du Belvédère	fft	/	/	8.000 €
Installation d'une rampe de sécurité le long du rempart	mct	500	150	75.000 €
Conception du Plan lumière (*)	fft	/	/	15.800 €
Sous-total HTVA				103.800 €
Frais d'étude		8 %		8.304 €

Total HTVA	112.104 €
TVA 21 %	23.541,84 €
Total TVAC	135.645,84 €

Source de financement

- Le SPW – DGO1 (travaux subsidiés)
- Le SPW – DGO4 (aménagement opérationnel- rénovation urbaine)
- Le Commissariat général au tourisme

Annexe 4 Produit Tour Salamandre, Remparts, Paridaens

1. Description de l'action

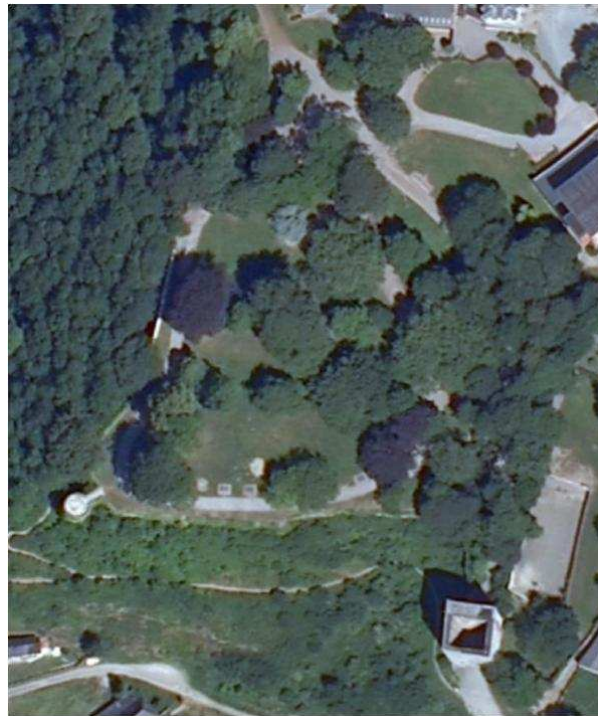
Description de l'action : Améliorer, développer et faciliter l'accès des touristes aux attractions majeures de Beaumont.

Objectifs poursuivis : Le site constitué des remparts, de la Tour et du parc Paridaens représente l'élément fort de Beaumont. L'enjeu du développement touristique de la ville serait de proposer un produit cohérent de visite.

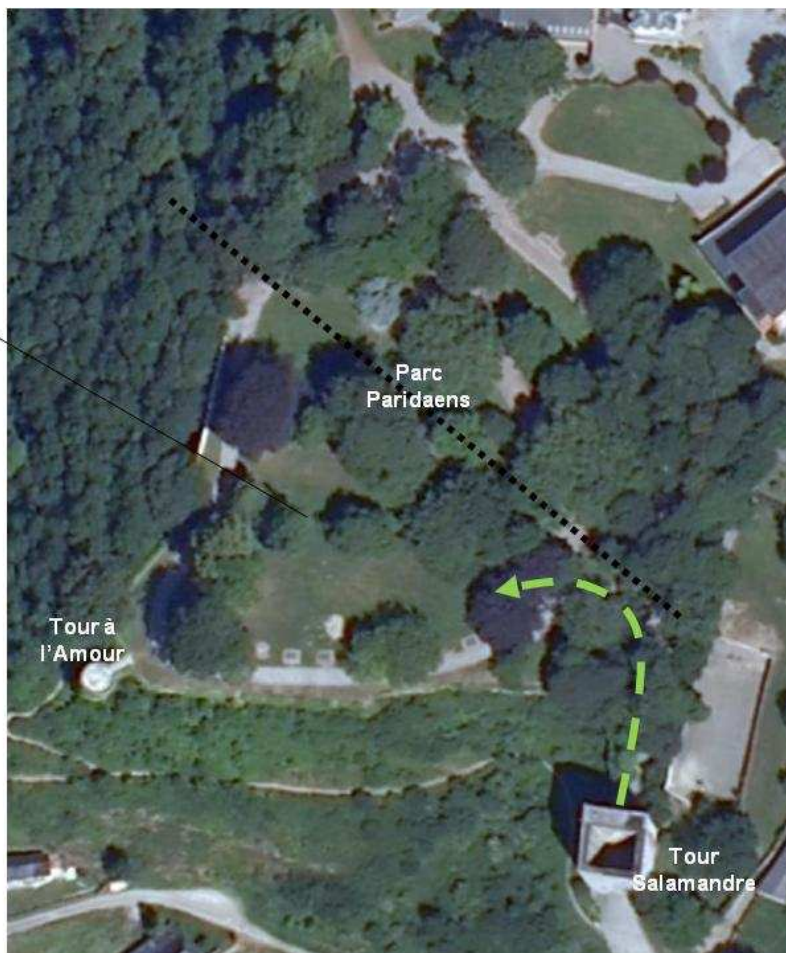
Éléments mis en œuvre :

- Valoriser la Tour Salamandre :
 - Action de préservation du patrimoine.
 - Renouvellement de l'éclairage.
 - Installation de fenêtres (supprimer les grillages).
 - Rénovation de la scénographie afin de proposer l'Histoire de Beaumont (et non plus une exposition d'objets) et à chaque étage d'avoir une approche de la ville (lecture du paysage) et de ses petites histoires (anecdotes, mises en situation de personnages, etc.).
 - Table de lecture du paysage sur la partie supérieure – lien ludique avec la table du Belvédère.
- Ouvrir la porte qui mène vers le parc : installer un tourniquet qui compte les personnes qui rentrent dans le site et qui en sortent.
- Proposer l'accès d'une partie du parc Paridaens :
 - Aménager un chemin qui mène vers la partie sud du parc.
 - Installer une délimitation qui ne permet pas aux visiteurs d'aller dans tout le parc.
 - Installer de nouveaux mobiliers.
 - Aménager le dessus de la Tour de l'Amour.
- Bail emphytéotique avec la congrégation pour la Tour, les remparts et une partie du parc.
- Convention de gestion du parc : entretien, installation de mobiliers, etc.

Localisation :



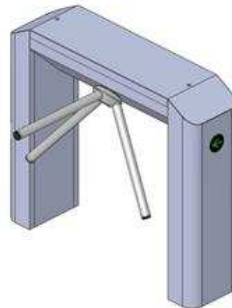
2. Illustration des aménagements



Accessibilité d'une partie du parc au public

..... Limite de la partie du parc accessible au public

→ Entrée dans le parc par la Tour Salamandre



3. Moyens à mobiliser

Source de financement

L'aménagement de l'accès au parc Paridaens est estimé à 50.000 TVAC.

L'aménagement du point de vue et la sécurisation des remparts est estimé à 175.200 € TVAC.

La conception du « plan lumière » est estimée à 20.000 euros TVAC.
Le coût de la mise en lumière est impossible à estimer à ce stade.

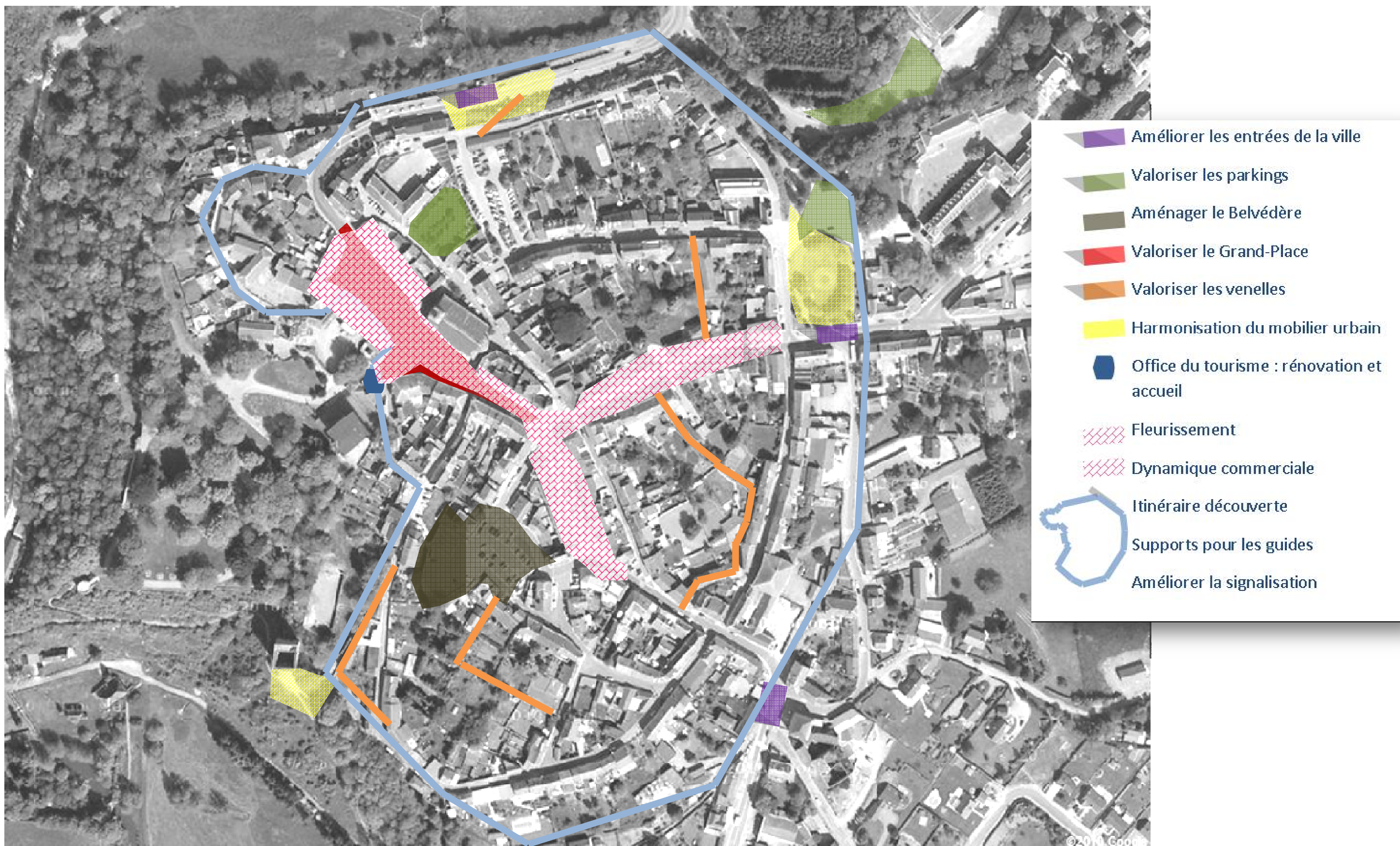
Source de financement

- Le SPW – DGO1 (travaux subsidiés)
- Le SPW – DGO4 (aménagement opérationnel- rénovation urbaine)
- Le Commissariat général au tourisme

Coût total des actions

Actions		Coût TTC
1	Aménager les entrées de la ville	262.209,42 €
2	Améliorer la signalisation	143.748,00 €
3	Valoriser les parkings	118.396,08 €
4	Aménager le belvédère	556.696,80 €
5	Valoriser la Grand-Place	575.522,00 €
6	Valoriser les venelles	145.054,80 €
7	Harmonisation du mobilier urbain	32.000,00 €
8	Enseignes, vitrines et mobiliers commerciaux	683.045,00 €
9	Rénovation de l'Office du Tourisme	26.075,50 €
10	Fleurissement	4.840,00 €
11	Itinéraire découverte	60.500,00 €
12	Supports pour les guides	10.890,00 €
13	L'accueil commercial	
Total du plan qualité TTC		2.618.977,60 €

Carte de localisation des actions et annexes



Jnc | AWP
INTERNATIONAL

TRACES TPI 