

Plan qualité de Florennes Phase 1 - diagnostic

Florennes, le 24 mars 2010



Plan

- Les objectifs de l'étude
- Les données de cadrage
- La destination
- La promesse
- Les fonctions de la qualité à Florennes
 - La fonction d'accueil
 - La fonction d'imprégnation
 - La fonction de production
- Les axes stratégiques

Rappel des objectifs de l'étude

(du contexte régional au contexte local, du plan marketing au plan qualité)

plan marketing
régional

- **L'étude de KPMG** constitue un **fil rouge** pour dégager les grandes tendances des **évolutions** du tourisme, formuler des **recommandations pour la promotion touristique** de **Bruxelles** et de la **Wallonie** et mettre en œuvre un processus de **concertation/partenariat** avec les acteurs du tourisme (OPT).

plan
stratégique

- **Sur la base d'un inventaire de l'offre, proposer une structuration des filières**, sous-filières, types de produits touristiques, identifiés par le plan marketing (CITW)
- Un plan de développement stratégique s'intéresse à la nature de l'offre touristique dans un contexte concurrentiel. Il devrait précéder au niveau local toute approche qualité.

plan qualité

- Un plan qualité tourisme vise l'amélioration de l'offre touristique (politique d'attractivité) de manière à proposer aux visiteurs une **expérience de visite satisfaisante**, en fonction de leurs besoins et exigences (CITW).
- A défaut de plan stratégique préalable, le plan qualité doit intégrer une démarche stratégique de base, sans que ce n'en soit l'objet.

Données de cadrage/1: le périmètre d'étude



PLAN QUALITE
Pôle touristique de Florennes

Points d'intérêt touristique

- Point d'intérêt touristique
- Arbre remarquable
- Monument classé
- Périmètre élargi
- Périmètre d'intervention
- Périmètre d'intérêt paysager (ADESA)

Aout 2018

0 50 100 150 200 Mètres

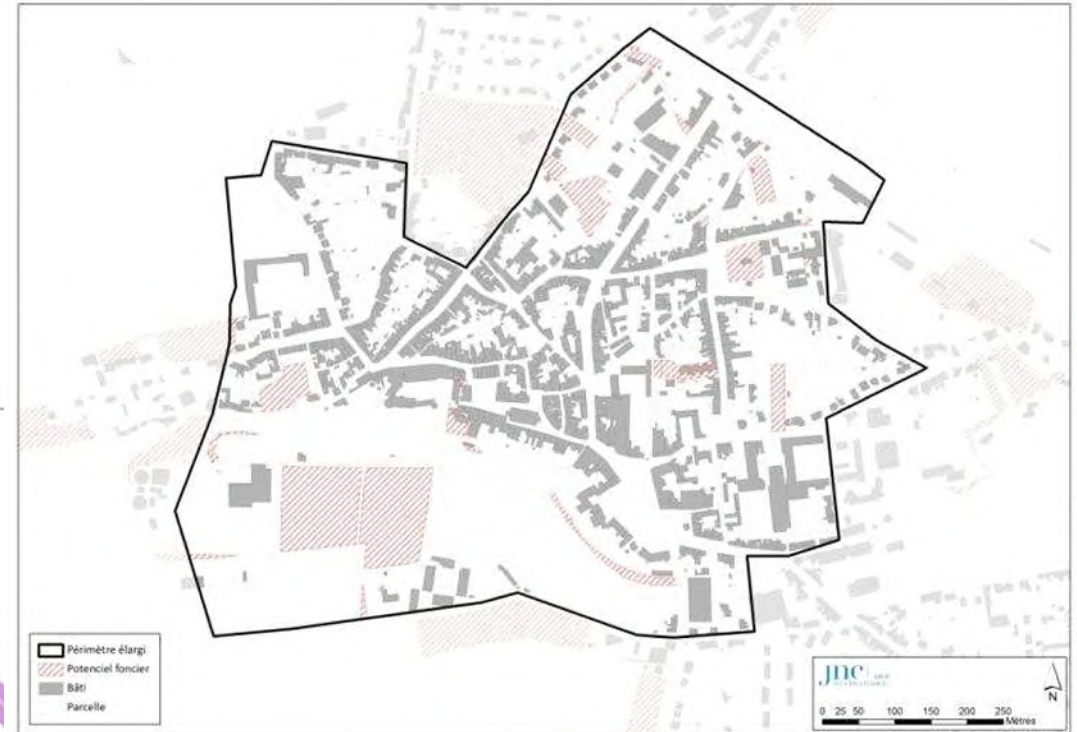
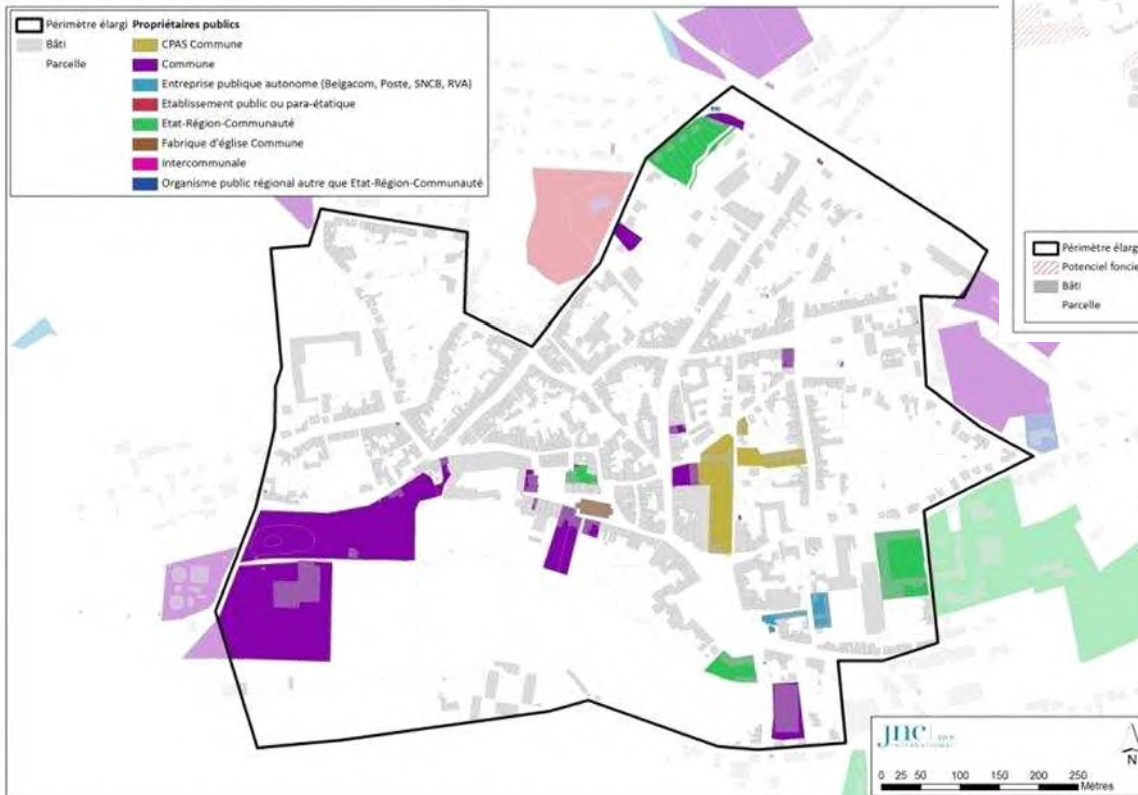
Échelle au 1/25000 - Lambert/BDP 22

Étude réalisée par: JNC Agence Wallonne de Paysage
Paysagistes et Urbanistes
101 rue de la Gare, 2
S - 1430 Nivelles
Tél : 069/24.91.00 - Fax : 069/24.91.01 - Email : contact@jnc.be

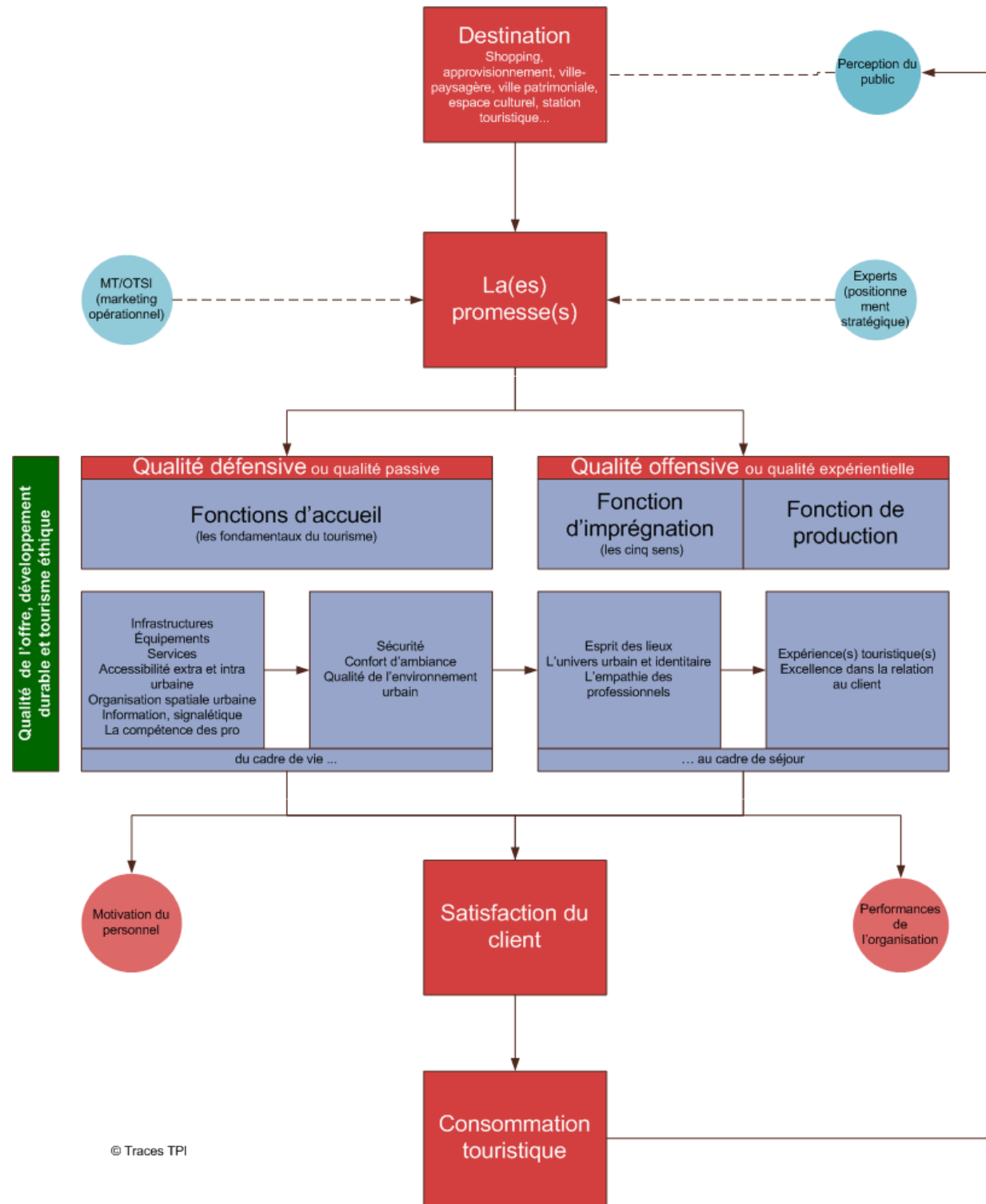
Document illustratif
Réalisation de la carte: JNC
Échelle de plan: Plan de situation géographique, échelle 1:100000 (N501)

Données de cadrage/2: propriétés publiques et potentiel foncier

Peu de potentiel foncier en termes de surfaces libre, mais bâtiments non occupés.



Le système qualité pour une destination touristique





Plan qualité tourisme

LA DESTINATION TOURISTIQUE

Une destination touristique, qu'est-ce que c'est?

- Un lieu n'a d'existence touristique que s'il est vécu comme tel par des segments de clientèles.
- On peut définir une ville touristique
 - comme un territoire doté d'une identité forte, d'une image homogène susceptible de générer un imaginaire, voire de renforcer certains stéréotypes,
 - et fournissant un ensemble de prestations et de services cohérents.
- La performance économique de la destination touristique se mesure à sa capacité à générer de la consommation sur son territoire
 - grâce au profil de ses clientèles,
 - à une offre favorisant la durée, voire le séjour,
 - et à sa notoriété lui assurant des parts de marché substantielles dans les niches qu'elle convoite.

Les ressources touristiques

Type de ressource	Nom	Rue	n°	CP	Ville	Tarifs	Horaires	Infos complémentaires
Promenade	Cité des Ducs	Place Verte		5620	Florennes			2kms
Promenade	Florennes à VTT			5620	Florennes			47kms (tourismegps)
Promenade	Itinéraires remarquables en Wallonie n°9			5620	Florennes			9kms (cf carte)
Promenade	Bataille des Ardennes, route 1			5620	Florennes			départ de Florennes (cf dépliant)
Musée	Musée du Spitfire	Rue Henry-de-Rohan-Chabot		5620	Florennes	ad : 3,5€ enf : 1€ gr : 2,5€	lu>ve : 13h30>16h30 we et fériés : sur réservation pr groupes	à la Base de Florennes
Patrimoine bâti	Château des Ducs							
Patrimoine bâti	Collégiale St-Gangulphe	Place de l'Hôtel de Ville		5620	Florennes			
Folklore	Marche St-Pierre et Paul			5620	Florennes			Marche de l'Entre-Sambre-et-Meuse
Folklore	Fête 1900			5620	Florennes			tous les 2 ans Plongée dans les 1900'
Folklore	Foire du Muguet			5620	Florennes		1-mai	brocante, marché artisanal, fête foraine
Loisirs	Cinéma La Bobine	Place de la Chapelle		5620	Florennes			3 salles
Loisirs	FAGC	Base J. Offenber	2	5620	Florennes	par affiliation	toute l'année	club de golf 9 trous base de Florennes
Patrimoine militaire	Base aérienne	Rue Henry-de-Rohan-Chabot		5620	Florennes			visitable lors d'événements ponctuels

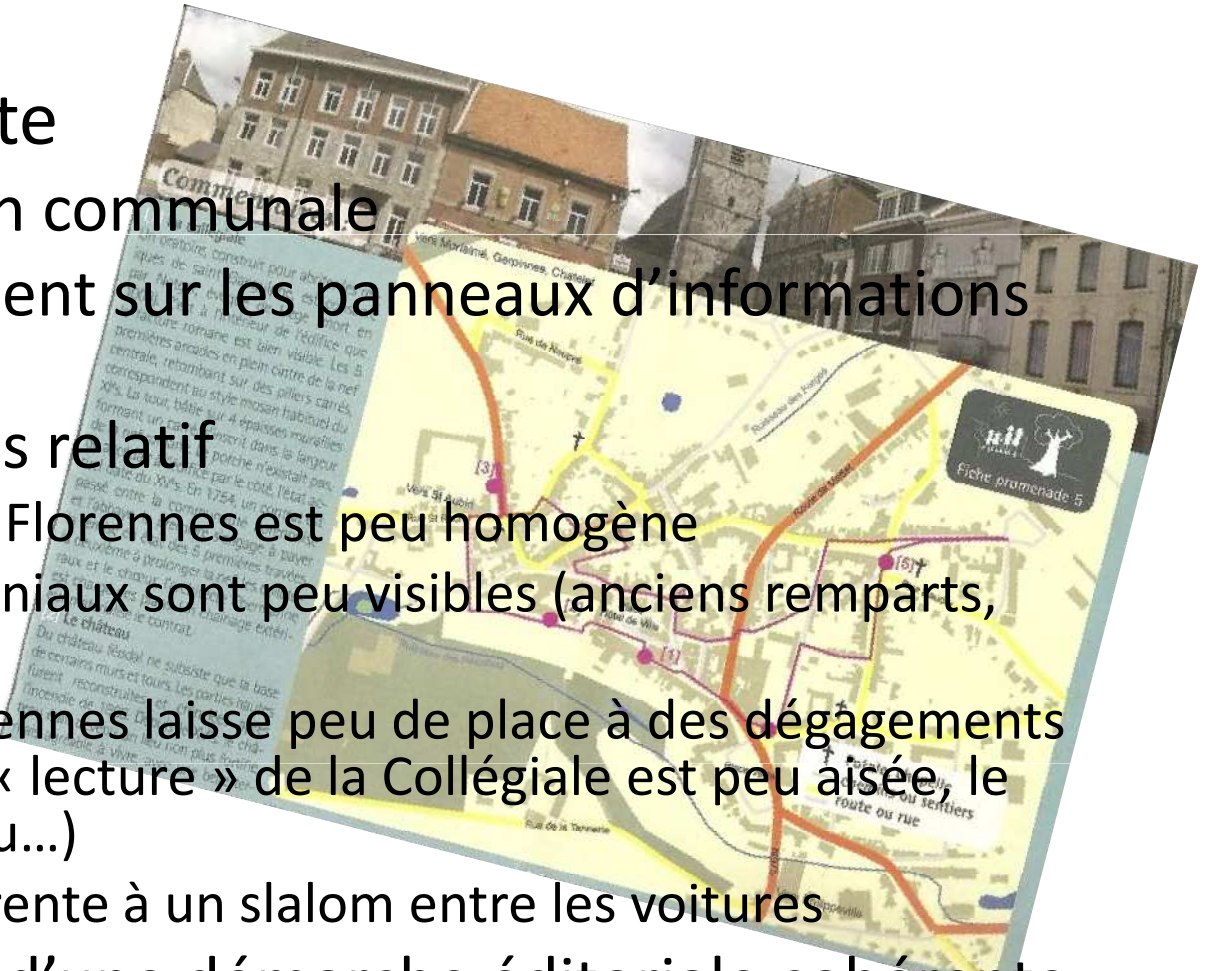
Le patrimoine au centre ville/1

- La Collégiale
 - Accessible
 - Exposition permanente
 - Unilingue
 - Plutôt pointue...
 - Accent sur le descriptif plutôt que sur le vivant
- Le Château
 - Non accessible
 - Peu lisible
 - Peu mis en valeur, notamment depuis le Parc des Ducs



Le patrimoine au centre ville/2

- Le circuit de découverte
 - Disponible à la Maison communale
 - Peu valorisé, notamment sur les panneaux d'informations Place Verte
 - Intérêt touristique très relatif
 - L'habitat au centre de Florennes est peu homogène
 - Des éléments patrimoniaux sont peu visibles (anciens remparts, ferme de l'abbaye...)
 - L'urbanisation de Florennes laisse peu de place à des dégagements paysagers urbains (la « lecture » de la Collégiale est peu aisée, le château se dégage peu...)
 - La promenade s'apparente à un slalom entre les voitures
 - Le support fait l'objet d'une démarche éditoriale cohérente à l'échelle du GAL



Les ressources touristiques en immédiate périphérie/1

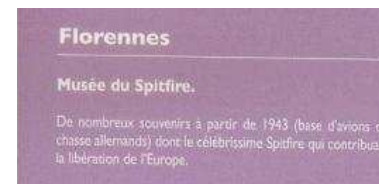


Le musée Spitfire

- Le spectaculaire côtoie un musée plus traditionnel, dans de très bonnes conditions matérielles
 - Le Musée Spitfire est ouvert du lundi au vendredi, de 13.30 à 16.30 Heures; le week-end et jours fériés uniquement accessible pour les groupes et sur rendez-vous.
 - Beaucoup de visiteurs néerlandophones, en provenance des lacs de l'Eau d'Heure
 - Musée financé par le Ministère de la Défense et, maintenant, reconnu par la Communauté Française
 - Les tarifs sont très accessibles:
- | | |
|-----------------------|--------|
| enfant (- 12 ans) | 1,00 € |
| adulte | 3,50 € |
| groupe (+ de 10 pers) | 2,50 € |

Les ressources touristiques en immédiate périphérie/2

- À deux kilomètres du centre ville
- A l'intérieur de la base militaire
 - Un inconvénient, car peu lisible
 - Un avantage, car le fait de passer le Corps de garde peut constituer une expérience touristique à proprement parler
- Des collections intéressantes dans des bâtiments récents
 - Les avions présentés sont spectaculaires
 - Le reste du musée est plus traditionnel: il faudrait investir davantage dans la scénographie et dans la médiation
- Florennes et le musée font deux
 - On ne se parle guère
 - On ne coordonne forcément pas
 - Depuis le centre ville, le musée est pratiquement inexistant
 - La Ville verse une subvention annuelle de 400,00 €.
- Il y a un gros effort à faire de part et d'autre pour la mise en tourisme de ce fleuron de l'offre muséale à Florennes
- Mention dans l'édition régionale 2010 de la MT des Eaux Vives: pas de photo, pas d'information pratique... On est davantage dans un logique d'annuaire que dans une démarche de mise en tourisme



Musée Spitfire Florennes

 Le base de Florennes abrite un vaste musée facilement accessible dont la pièce maîtresse est un Spitfire XIV. De nombreuses vitrines retracent l'histoire de la base et de son premier Commandant, le Colonel Lallemand DFC and bar. Dans le hall, F-84E, F-84F, Mirage V et F-16 côtoient un missile de croisière Griffon et sa remorque.

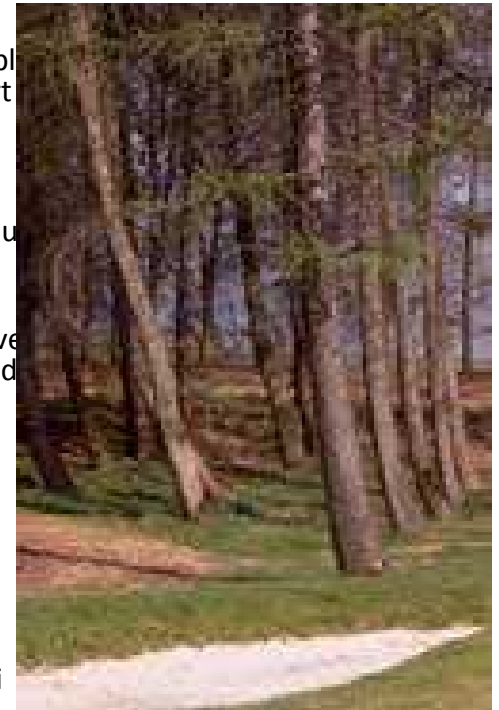
 De basis van Florennes herbergt een ruim museum. De vele vitrines vertellen de geschiedenis van de eenheid en haar eerste Korpsverste, de Kolonel Lallemand DFC and bar. In het hoofdgebouw bevindt zich een Spitfire XIV. In het bijgebouw vinden we de Thunderjet F84E, de Thunderstreak F-84F, de Mirage en de F-16 vergezelt van een kruisraket Griffon met haar trailer.

 Florennes Air Base hosts a large and easily accessible Museum with a Spitfire XIV centerpiece. The museum has several showcases displaying articles related to the Base and its first Commander's history, Colonel Lallemand DFC with bar. In the atrium F-84E, F-84F, Mirage V and F-16 are close to a Griffon cruise missile and trailer.

 Auf dem Luftwaffenstützpunkt Florennes befindet sich ein grosses Museum mit einer Spitfire XIV als zentralem Ausstellungsstück. Das Museum ist leicht zugänglich. Ausstellungsstück des Museums beziehen sich auf die Geschichte des Luftwaffenstützpunkts Florennes und ihres ersten kommandierenden Offiziers, Oberst Lallemand. Im Eingangsbereich des Museums sind Flugzeuge vom Typ F-84E, F-84F, Mirage V und F-16 sowie ein Griffon-Marschflugkörper zu besichtigen.

Les ressources touristiques en immédiate périphérie/3

- Le golf
 - Le Florennes Avia Golf Club (FAGC) est situé sur la base aérienne Offenber.
 - **La clientèle** : majoritairement, voire exclusivement, locale. Il n’y a pas de différence remarquable entre la clientèle qui fréquente le parcours en saison ou hors-saison. Pas de demande de la part de touristes.
 - **Conditions pour y jouer** : il faut obligatoirement être affilié à un club officiel. Il faut donc une carte de membre d’un organisme reconnu. Ce club peut être étranger mais cela n’arrive presque jamais qu’un golfeur étranger vienne jouer.
 - **Membres** : fin 2009, le FAGC comptabilisait 274 membres. On peut être membre avec son brevet et avoir accès à toutes les infrastructures ou prendre le forfait « Golf Découverte » qui permet de s’initier au golf. Ces débutants peuvent donc jouer sur le green (ils n’ont pas accès au parcours sauf s’ils sont accompagnés d’un breveté) jusqu’à ce qu’ils soient brevetés.
 - **Tarifs** :
 - Golf Découverte = 102€/an
 - Membre breveté « civil » = 507€/an
 - Membre breveté « militaire » = prix au cas par cas mais tarif préférentiel
 - **Stages** : deux fois par an, des stages sont organisés pour les débutants (civils et militaires, aussi accessible aux non-membres). Prix : 150 pour adultes et 125 pour mineurs.
 - Aucune mention de l’existence du golf dans la brochure régional 2010 de la MT des Eaux vives



Source: golf AVIA

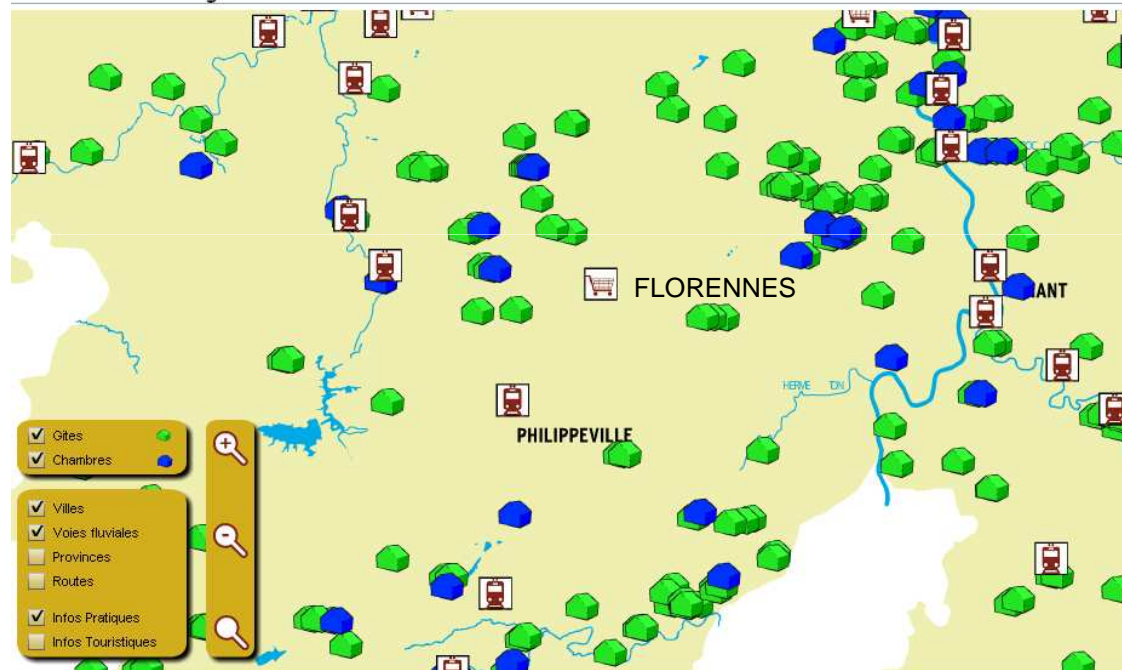
L'hébergement

Aucun hébergement recensé à Florennes, Saint-Aubain et Chaumont

Nombre de lits très faible sur la commune

Pôles d'hébergement sur la Meuse, la Molineée, le Viroin et l'Eau d'Heure

Carte des hébergements



Source: Gîtes de Wallonie

La restauration

Type d'établissement	Nom	Coordonnées				Tarifs	Horaires	Infos complémentaires
		Rue	n°	CP	Ville			
Restaurant	Le Moderne	Route de Mettet	29	5620	Florennes	±30€	fermé mercredi	cuisine française
Restaurant	Sole di Italia	Rue des Ecoles	1A	5620	Florennes	±25€	fermé mercredi	cuisine italienne
Restaurant	La Fourmi	Route de Mettet	37	5620	Florennes	±40€	fermé lun, sam midi	cuisine française
Restaurant	Le Commerce au 41	Place Verte	26	5620	Florennes	±30€	fermé lundi	cuisine française
Restaurant	Lawrence d'Arabie	Pl. de l'Hôtel de Ville	18	5620	Florennes		fermé lundi	
Restaurant	Hostellerie du Château	Pl. de l'Hôtel de Ville	22	5620	Florennes		fermé lun, je, ve midi	
Restaurant	Parfum d'Asie	Route de Mettet	69A	5620	Florennes		fermé lundi	cuisine chinoise
Restaurant	Pizza Express	Place Baurain	3	5620	Florennes		fermé lundi midi	cuisine italienne
Restaurant	Walfab	Rue des Ecoles	1	5620	Florennes		fermé mercredi	cuisine italienne
Brasserie	Brasserie des Clubs	Place Verte	5	5620	Florennes			
Snack	La Tour Eiffel	Rue Henry-de-Rohan-Chabot	1	5620	Florennes			
Snack	Les Saveurs Gourmandes	Place Baurain	6	5620	Florennes		fermé dimanche	sandwich et petite restauration
Snack	Pitta Istanbul	Pl. de l'Hôtel de Ville	18A	5620	Florennes		7j/7	pittas
Snack	Friterie Milo	Rue Henry-de-Rohan-Chabot	17C	5620	Florennes		7j/7	frites
Café	Le Beaufort	Pl. de l'Hôtel de Ville	13	5620	Florennes		fermé dim après-midi	
Café	Chez Ficelle	Rue Henry-de-Rohan-Chabot	13	5620	Florennes		fermé dim après-midi	
Café	Les Caves St-Pierre	Place de la Chapelle	3	5620	Florennes		fermé lundi	
Café	New Man	Place des Combattants	3	5620	Florennes			

- Mois des papilles (novembre): *Durant tout le mois de novembre, trois restaurants et une sandwicherie (Le Commerce au 41, L'Hostellerie du château, Le Moderne ; Les Saveurs gourmandes de Nathalie) mettront à l'honneur les produits de terroir. Leurs cartes s'enrichiront de plats originaux qui sauront réveiller les papilles : salade de chèvre chaud aux lardons, « Florilège automnal de la Terre des Saveurs », plats de gibier.. (Actu24)*
- Seul « Le Commerce » est repris dans la brochure régionale 2010 de la MT des Eaux vives

Le shopping / 1

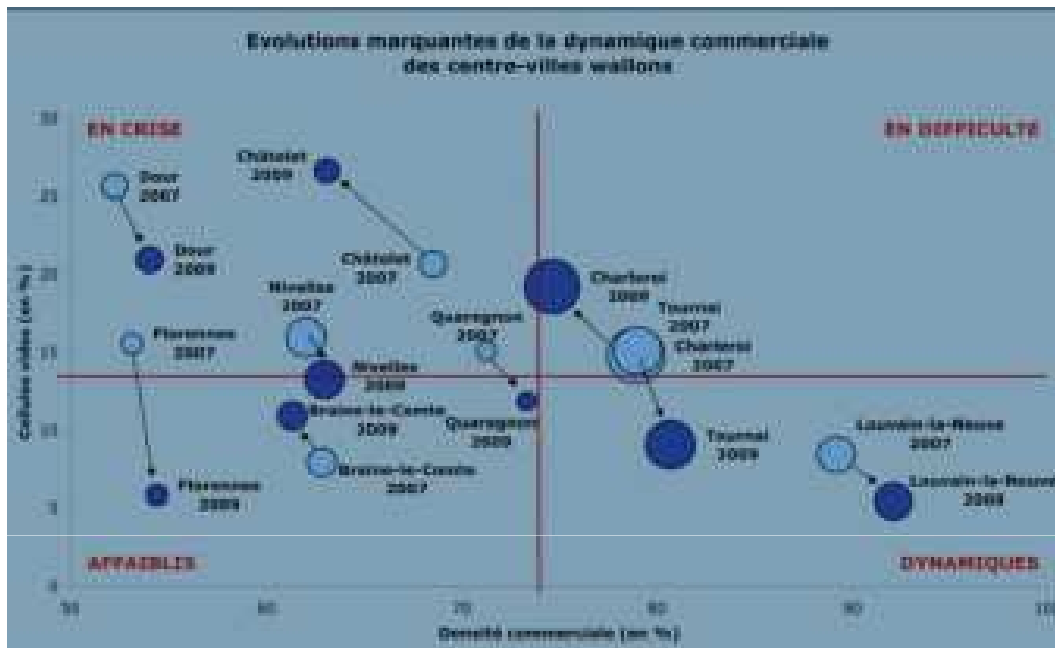
- Enseignes nationales présentes au centre-ville ou aux portes de celui-ci (aux limites du cluster touristique):
 - Match, GB et Aldi (hard discount pour le troisième) pour l'alimentaire,
 - Traffic pour le textile-déco-loisirs et articles saisonniers (« every day and low lost »)
 - Zeeman pour le textile (hard discount)
 - Trop de hard discount au centre ville accentue le phénomène de paupérisation de la clientèle fréquentant l'espace urbain
 - La présence de hard discount et de commerces spécialisés (produits discount d'un côté, produits premium de l'autre) correspond aux tendances de consommation de la classe moyenne (bipolarisation vers les extrêmes)
- Hormis « Night and Day » et « Press shop », pas de franchises nationales identifiées dans les secteurs qui « font le shopping »
 - Alimentaire spécialisé
 - Équipement de la personne
 - Soins de la personne
 - Sports et loisirs
- Tendance à l'externalisation pour des enseignes comme EP Lottin ou Lidl

Le shopping/2

- Nombreux petits commerces indépendants dont certains très spécialisés et orientés shopping
 - Prêt-à-porter, lingerie féminine, bébés et enfants
 - Chaussures
 - Alimentaire spécialisé
 - Électronique de loisirs
 - Horeca et petite restauration...
- Association des commerçants (ACF) très dynamique: politique d'animation et d'événementiel forte, en relais
 - Avec la cellule Centre Ville
 - L'Administration communale
 - Le GAL...

Le shopping/3

Dynamique commerciale à Florennes



- Très peu de cellules vides à Florennes mais à rapprocher...
 - Du nombre total de cellules disponibles...
 - De l'occupation de certaines cellules par des organismes non commerciaux (titres-services par exemple)
- Mais densité commerciale relativement faible
 - Tendance à la privatisation de certaines cellules (la fonction résidentielle occupe 45% des RDC)

Lecture: la matrice de positionnement est structurée en quatre quadrants et délimitée par les taux moyens de chaque indicateur en 2007

Source: AMCV – décembre 2009

Le shopping/4



Deux enseignes franchisées



Moyennes surfaces au centre ville et commerces spécialisés se côtoient.

Les établissements HORECA manquent souvent d'espaces extérieurs pour les terrasses. Place verte, c'est une exception.

Deux commerces très spécialisés (articles pour le dessin et lingerie), idéalement situés pour générer des flux dans l'hyper centre



L'événementiel, l'animation/1

- Un mois pour les papilles (novembre)
 - Annuel, depuis 2007
 - Menus du terroir dans quatre restaurants du centre ville et animations diverses autour de la thématique
 - Coordination: Florennes demain
- La fête 1900 (juin)
 - Bi-annuelle depuis 2008
 - Édition 2010 compromise
 - Initiative: Florennes demain et ACF
- Marche folklorique Saints Pierre et Paul (fin juin/début juillet)
 - Annuel depuis... 185 ans!
 - 1200 hommes en uniforme défilent en ville
 - Moment fort: bataillon en carré dans le parc du château



L'événementiel, l'animation/2

- La foire du muguet (1^{er} mai)
 - Annuelle
 - Braderie, artisanat, marché aux fleurs, brocante
- Autres événements
 - Brocante de nuit en juin
 - Fête communale en septembre
 - Village de Noël
- Le marché hebdomadaire, l'un des plus importants de la région
- Les activités du centre culturel dont on peut imaginer pour certaines leur mise en tourisme
 - Expositions temporaires
 - Animations thématiques...

L'événementiel, l'animation/3

- Les activités de la base militaire (2^{ème} Wing tactique)
 - Supermoto (19 et 20 juin 2010)
 - Le Beau Vélo de RAVeL (26 juin 2010)
 - La marche gourmande (27 juin 2010)
 - Family day (21 juillet 2010)
 - Air component air show participation (3 et 4 juillet 2010, à Beauvechain mais régulièrement à Florennes comme en 2011)
- Les compétitions de golf



L'événementiel, l'animation/4

- **Données disponibles à la base militaire**
 - Les meetings aériens drainent entre 50 et 80.000 visiteurs (tous les quatre ans): beaucoup d'Anglais, d'Allemands, de Hollandais
 - Marche gourmande: jusqu'à 1.000 personnes
 - Beau Vélo de RAVeL: 10.000 visiteurs
- Une enquête de polarité existe sur un événement commercial mais nous n'avons pu en obtenir les résultats

Expérience de visite

- L'arrivée se fait par deux voiries régionales (N975 et N98) qui traversent le centre de Florennes.
 - Le croisement entre l'ancien chemin de fer et les Nationales conduit à un effet de porte.
 - Des vues vers les monuments repères existent.
 - Difficulté de trouver le centre de la ville (place de l'Hôtel de ville, collégiale, ...) et de se garer.





Plan qualité tourisme

LA PROMESSE

La promesse

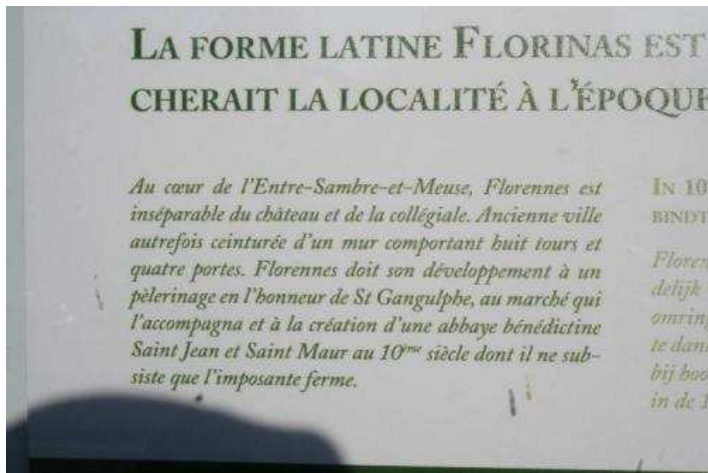
- La promesse peut s'analyser de deux manières :
 - La promesse tangible, vérifiable, de l'ordre de la proposition et s'inscrivant dans le concret de la communication. Il faut miser sur les atouts de l'offre vérifiables par le client.
 - La promesse suggérée, de l'ordre de l'image, influencée par les stéréotypes et nourrie par un imaginaire
- En matière de communication, il faut éviter les messages ostentatoires, artificiels, vagues, et décliner dans une grande sobriété l'identité concrète de l'offre, ses aspects tangibles, ses propriétés et ses composantes.

Le marketing opérationnel

- Politique éditoriale touristique
 - *Aucune édition spécifique*
- Site internet de la commune
 - « Entre Sambre-et-Meuse... Au pays des marches folkloriques »
- Panneau Place Verte
 - « Centre vivant »
- Itinéraire de promenade édité par le GAL
 - « Cité des Ducs »
- Signalétique BEPN et rond-point « Barrière Luc » (image induite)
 - « Cité de l'aviation militaire »
- Diverses publications
 - « une ville à la campagne »
- Constat
 - Communication disparate
- Enjeu
 - Dire qui on est...

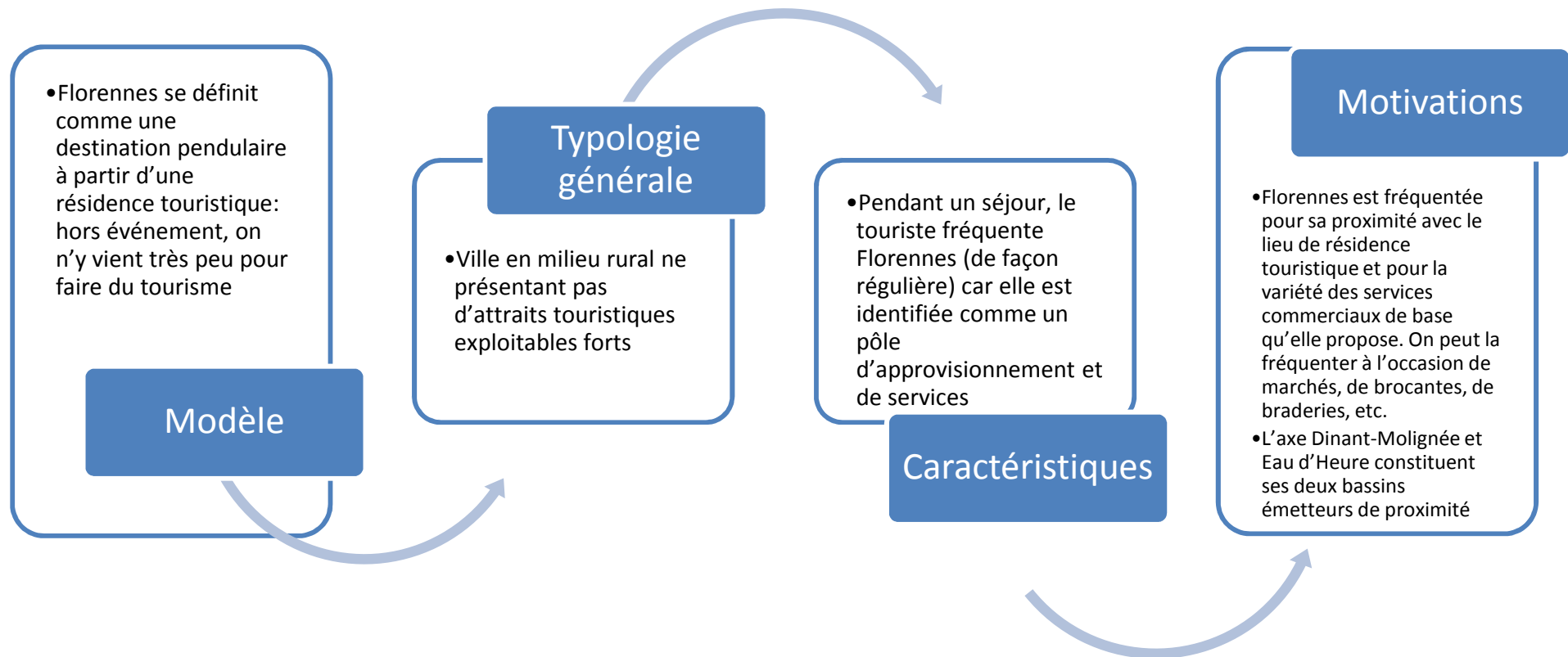
Peu d'ancrage dans une offre touristique concrète

- Extraits du panneau d'information, Place Verte



De l'information culturelle et institutionnelle davantage que de la communication touristique ancrée dans une offre tangible et vérifiable

Florennes, quel potentiel attractif?



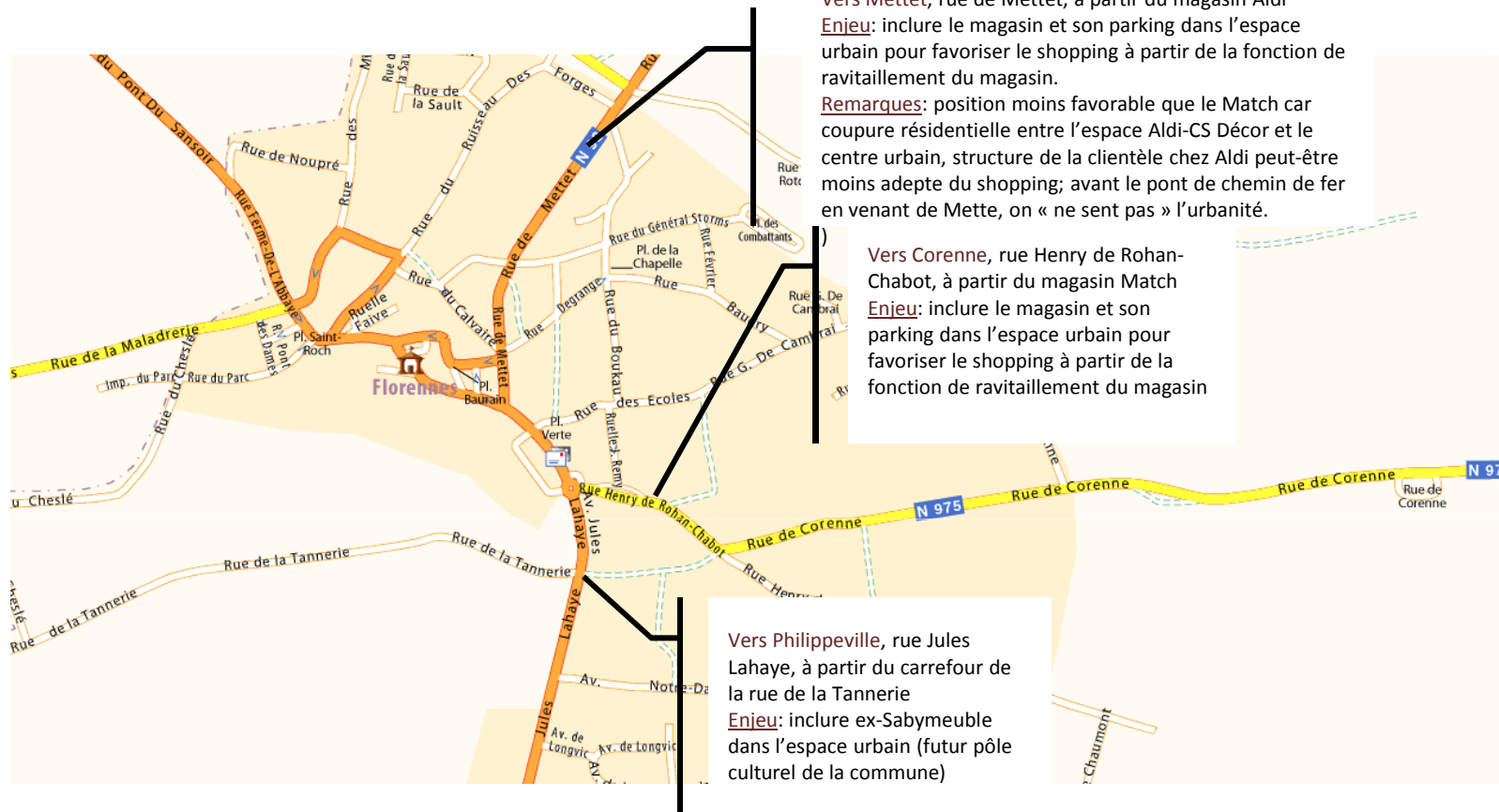
Florennes, l'enjeu touristique / 1

- Le patrimoine de Florennes n'en fait pas une ville touristique au sens économique du terme
 - Cela ne signifie pas que son patrimoine est sans intérêt mais qu'en l'état
 - Il est peu valorisable touristiquement parlant
 - Il est peu soutenu par un tissu socioéconomique spécialisé dans l'accueil touristique (fonction de production faible)
 - La concurrence régionale est forte (Dinant, notamment)
- Le développement économique du centre ville peut être soutenu par le tourisme mais celui-ci n'en est pas le moteur
- Les deux secteurs qui pragmatiquement et significativement sont valorisables sont
 - Le shopping, en complément de la fonction de ravitaillement que joue le centre ville eu égard aux populations touristiques séjournant dans la région proche
 - L'événementiel, pour peu qu'il soit mis en tourisme, pour une population d'excursionnistes dans une zone de chalandise de 1 à 3 heures, selon les événements

Florennes, l'enjeu touristique/2

- Le shopping et l'événementiel plus que la découverte
- Florennes est un pôle de proximité
 - Achats courants
- L'enjeu est d'en faire un pôle de destination
 - Achats plus spécialisés
 - Aménagements urbains qui favorisent le shopping
 - Mise en tourisme et renforcement de l'événementiel

Le cluster touristique



Vers Mettet, rue de Mettet, à partir du magasin Aldi
Enjeu: inclure le magasin et son parking dans l'espace urbain pour favoriser le shopping à partir de la fonction de ravitaillement du magasin.

Remarques: position moins favorable que le Match car coupure résidentielle entre l'espace Aldi-CS Décor et le centre urbain, structure de la clientèle chez Aldi peut-être moins adépte du shopping; avant le pont de chemin de fer en venant de Mette, on « ne sent pas » l'urbanité.

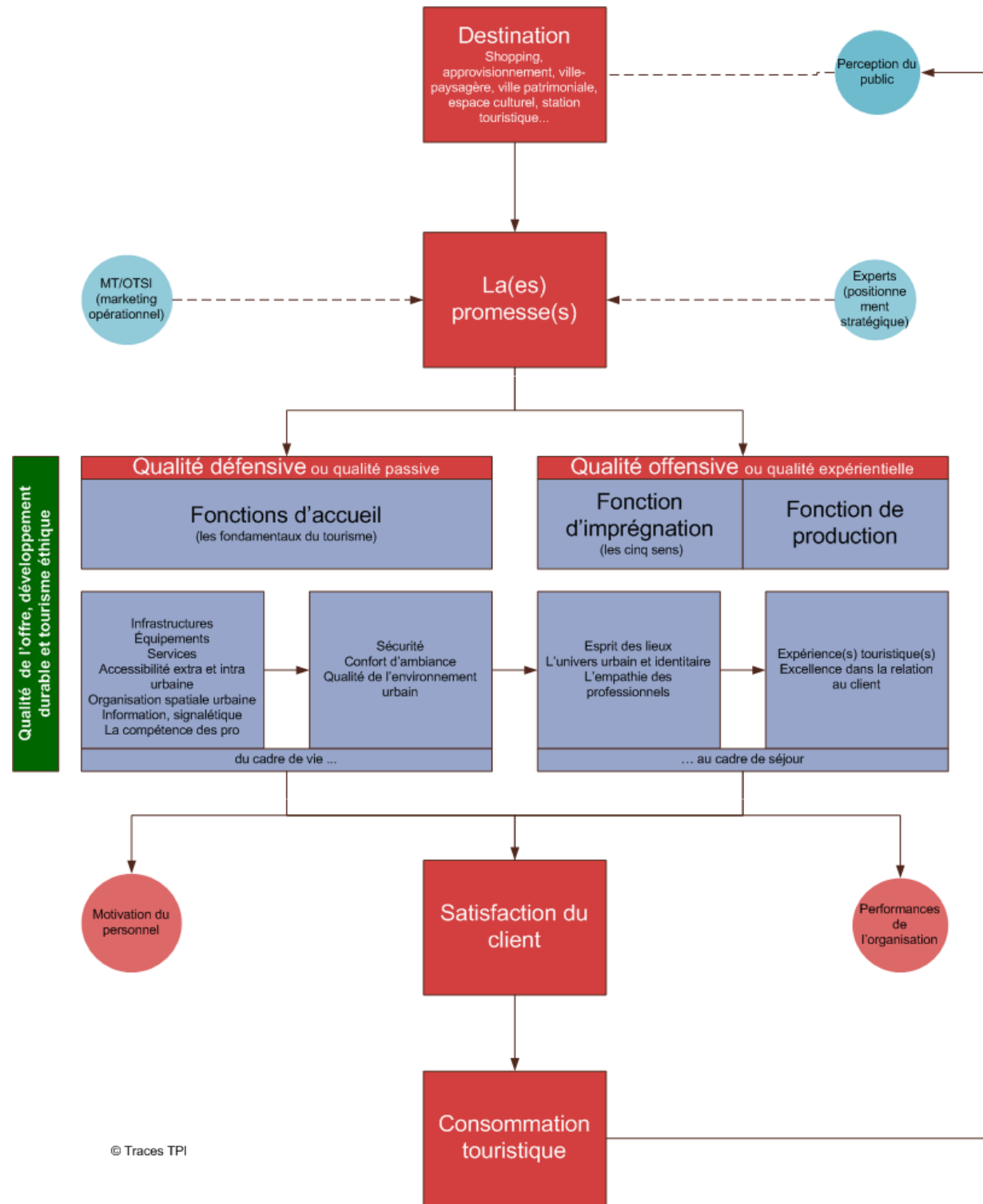
Vers Corenne, rue Henry de Rohan-Chabot, à partir du magasin Match
Enjeu: inclure le magasin et son parking dans l'espace urbain pour favoriser le shopping à partir de la fonction de ravitaillement du magasin

Vers Philippeville, rue Jules Lahaye, à partir du carrefour de la rue de la Tannerie
Enjeu: inclure ex-Sabymeuble dans l'espace urbain (futur pôle culturel de la commune)

Plan qualité tourisme

EXAMEN DES FONCTIONS QUALITÉ

Le système qualité pour une destination touristique



Les fonctions d'accueil

- **Les fondamentaux**
- Des espaces publics non accessibles, ce sont des touristes en moins...
- Une signalétique confuse, un office du tourisme peu repérable, un éclairage non adapté, ce sont des touristes perdus en ville...
- Des services publics insuffisants ou inadaptés, ce sont des touristes qui doivent payer ou partir...
- Des espaces publics peu sûrs, ce sont des touristes qui peuvent conserver un mauvais souvenir de la ville...

Expérience de visite

- Première perception... la place de l'automobile (nationales, parking) est très présente dans la ville
- L'espace public est envahi par les voitures : la place Verte, la place de l'Hôtel de ville sont principalement utilisées par le stationnement, la liaison entre ces deux places donne l'aspect d'un piétonnier mais reste utilisable par les voitures.
- La végétation est présente sur la place Verte (arbres, rond-point fleuri, ...), mais limitée dans le reste des rues. La végétation provient principalement des jardins.
- Florennes possède une zone de parc fortement arborée, en partie privée. On s'attend à avoir accès à un grand parc, mais l'espace public est en fait fortement réduit.
- Une partie de la voirie a été rénovée avec un nouveau matériel urbain.
- Difficulté de trouver les différents bâtiments patrimoniaux, publics, musée.
- Les indications sont peu nombreuses, il s'agit pourtant d'éléments mis en avant par la ville (prospectus, site internet, ...)



✓ Les fonctions d'accueil

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ Les fonctions d'imprégnation

- La ville s'affirme...

✓ Les fonctions de production

- La ville s'offre...

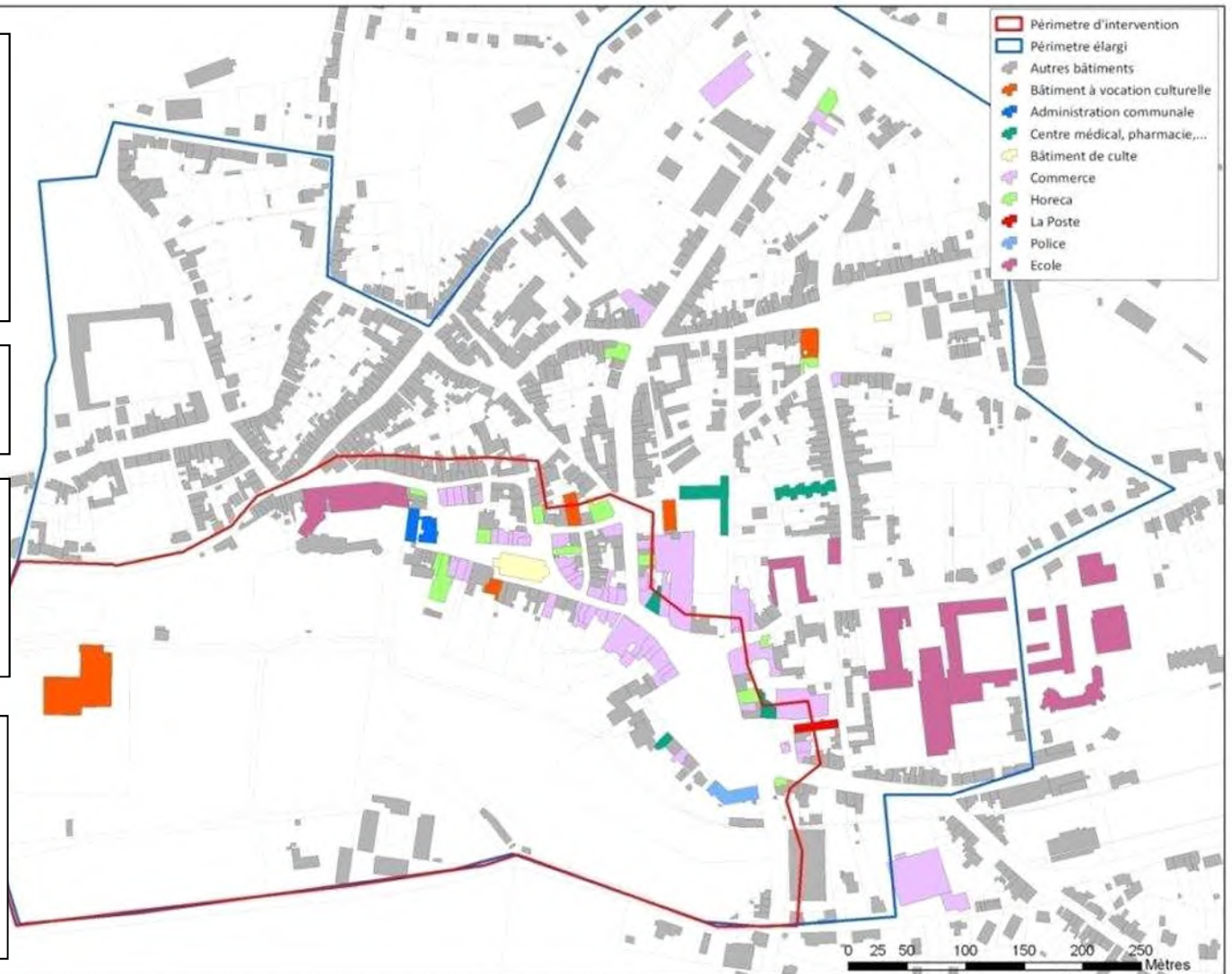
Eventail et hiérarchie des équipements et services

Les différents équipements publics sont éparpillés dans la ville et leur localisation est mal aisée (Centre sportif au milieu du parc des Ducs, place de l'Hôtel de Ville difficilement accessible, ...).

Les indications vers le musée Spitfire sont peu importantes.

Commerces présents dans le centre-ville (alimentation, habillement, décoration,...). Peu d'enseignes connues.

Pas d'hébergement marchand dans le centre. La restauration est représentée par un certain nombre de cafés, snacks, restaurants (très peu de terrasses)



La signalétique aux abords

- Constats

- Florennes est bien signalée depuis les axes structurants
- Les entrées de ville sur la RN98 donnent une mauvaise image de l'offre: panneau vieillot...
- Un panneau directionnel placé hors contexte (on confond de surcroît information et direction)

- Enjeu

- Donner une image dynamique de l'activité commerciale au centre ville et informer sur l'événementiel



- ✓ **Les fonctions d'accueil**

- Les fondamentaux
- Les plus

- ✓ **Les fonctions d'imprégnation**

- La ville s'affirme...

- ✓ **Les fonctions de production**

- La ville s'offre...

Le panneau d'information de la Place Verte/2

- Constats
 - une information très institutionnelle mais peu vendeuse
 - Ergonomie de localisation des commerces très difficile
 - Un panneau appelé à vieillir très vite vu l'abondance d'informations non pérennes
- Enjeux
 - Donner une information utile et utilisable pour les visiteurs occasionnels
 - Mettre en avant les atouts de la ville de façon vendeuse

✓ **Les fonctions d'accueil**
- Les fondamentaux
- Les plus

✓ **Les fonctions d'imprégnation**
- La ville s'affirme...

✓ **Les fonctions de production**
- La ville s'offre...



La signalisation directionnelle intra-muros

- **Constats**
 - Un seul ensemble (foyer culturel) détecté
 - Une information peu utile pour les touristes
 - Les différents équipements publics sont éparpillés dans la ville et leur localisation est mal aisée (Centre sportif au milieu du parc des Ducs, place de l'Hôtel de Ville difficilement accessible...).
- **Enjeu**
 - Permettre aux visiteurs de se situer (enjeu relatif eu égard au nombre de ressources utiles pour le touriste et à sa concentration géographique)



✓ **Les fonctions d'accueil**
- Les fondamentaux
- Les plus

✓ **Les fonctions d'imprégnation**
- La ville s'affirme...

✓ **Les fonctions de production**
- La ville s'offre...

Le musée Spitfire: un illustre absent!

- Constats
 - Absence de signalétique directionnelle au rond-point de la place Verte
 - Rupture de flux au croisement Corenne-Chabot
 - Mention anecdotique sur le plan Place Verte
- Enjeux
 - Intégrer le musée dans les atouts de la Ville, dès le territoire urbain
 - Le musée renforce l'offre touristique de la ville (c'est la seule attraction structurée – 4200 visiteurs par an) et Florennes peut contribuer à augmenter le nombre de visiteurs au musée (le point fort du musée n'est pas non plus la communication)...



- ✓ **Les fonctions d'accueil**
 - Les fondamentaux
 - Les plus
- ✓ **Les fonctions d'imprégnation**
 - La ville s'affirme...
- ✓ **Les fonctions de production**
 - La ville s'offre...

L'accueil et l'information

- Constats
 - Aucune mention de l'endroit où on peut trouver de l'information touristique
 - Administration communale
 - Foyer culturel
 - Un restaurant
 - Administration communale
 - Très bon accueil même s'il se limite à donner des brochures
 - Foyer culturel
 - N'exerce plus la fonction d'OT
 - La fonction n'est pas officiellement reprise par la commune
 - On parle d'un OT au nouvel espace culturel mais les protagonistes en sont-ils informés...?
 - Beaucoup de folders au rez-de-chaussée mais rien sur le musée Spitfire
- Enjeu
 - Identifier et signaler un point relais d'informations touristiques



- ✓ **Les fonctions d'accueil**
 - Les fondamentaux
 - Les plus
- ✓ **Les fonctions d'imprégnation**
 - La ville s'affirme...
- ✓ **Les fonctions de production**
 - La ville s'offre...

Le panneautage commercial

- Constats
 - Un panneautage commercial quelquefois très disgracieux même si certains commerçants font des efforts d'intégration
 - L'entrée de la rue du Chapitre, axe stratégique s'il en est, est défiguré par un panneautage récent.
- Enjeu
 - Limiter le panneautage intempestif et se limiter à l'essentiel



✓ **Les fonctions d'accueil**

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ **Les fonctions d'imprégnation**

- La ville s'affirme...

✓ **Les fonctions de production**

- La ville s'offre...

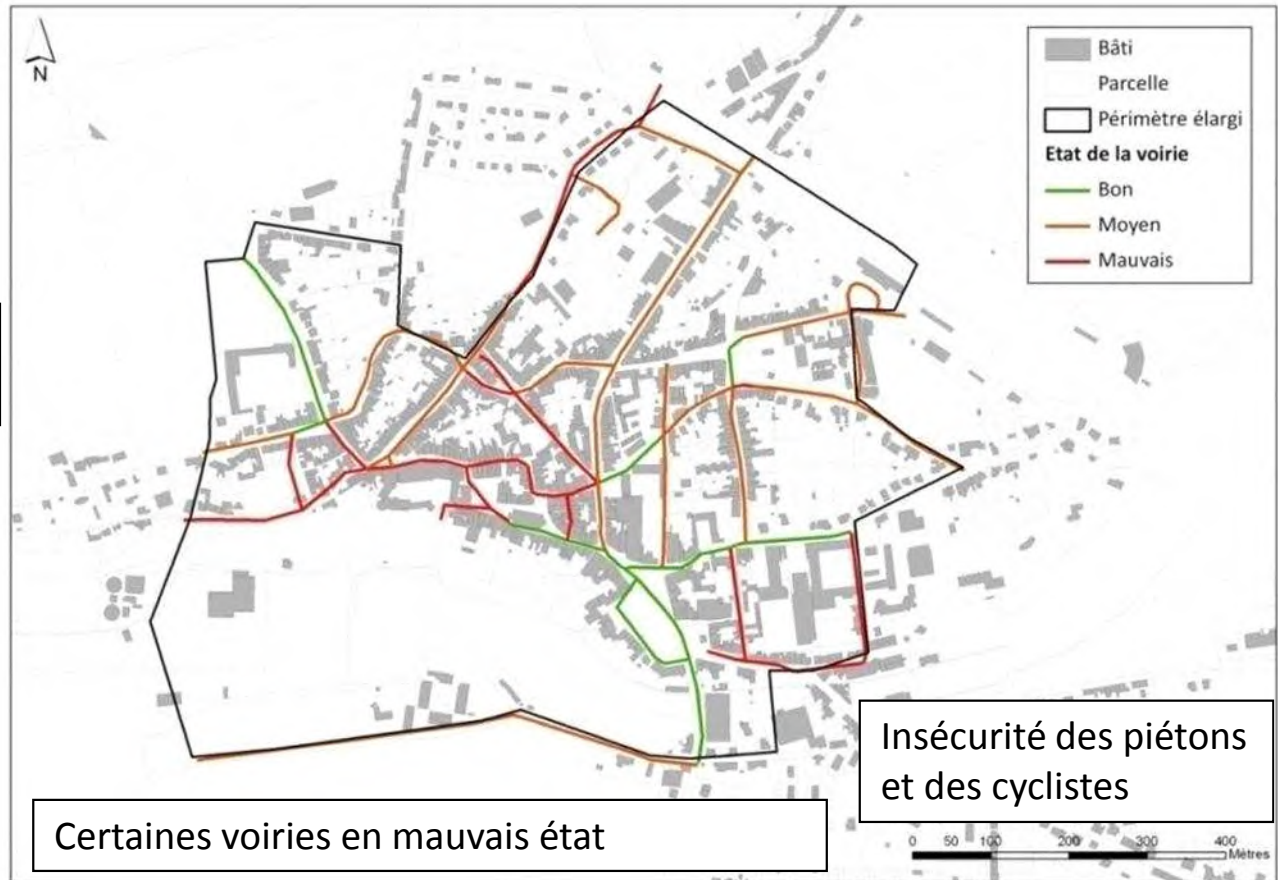


Approche générale du réseau viaire intra-muros

Aménagement urbain pas toujours bien
pensé



Ruelles peu mises en valeur et/ou
accessibles aux voitures



Certaines voiries en mauvais état

Insécurité des piétons
et des cyclistes



Approche générale du mobilier urbain

Nouveau mobilier urbain et panneaux d'information dans certaines parties de la ville (place Verte, rue des Ecoles,...).

Mobilier plus ancien, mais dont l'état est encore satisfaisant



Mobilier urbain: l'éclairage et la mise en lumière

- Constats

- Très disparate

- Eclairage varié et « design » dans les parties de l'espace public ayant été restaurées, plus traditionnel dans la rue du Chapitre
 - Eclairage de type autoroutier (suspendu aux poteaux électriques ou aux façades des bâtiments) à l'exception des espaces publics ayant subi une restauration
 - Pas de mise en lumière des bâtiments remarquables ni de leurs abords → Ne se prête pas à des balades dans le centre-ville en soirée



- Enjeu

- L'homogénéité s'impose dans l'hyper centre, car l'éclairage (cfr Place Verte) tient une place très importante dans le champ visuel

- ✓ **Les fonctions d'accueil**

- Les fondamentaux
 - Les plus

- ✓ **Les fonctions d'imprégnation**

- La ville s'affirme...

- ✓ **Les fonctions de production**

- La ville s'offre...



Les dispositifs de gestion de l'espace urbain

- Constat
 - Très hétérogène
- Enjeux
 - Très présent, ce mobilier participe à la qualité de vie et d'accueil au centre ville
 - Dans certains cas, ces mobiliers dégradent des perspectives patrimoniales



✓ **Les fonctions d'accueil**
- Les fondamentaux
- Les plus

✓ **Les fonctions d'imprégnation**
- La ville s'affirme...

✓ **Les fonctions de production**
- La ville s'offre...



Les poubelles

- **Constats**
 - De nombreuses poubelles sont présentes; elles semblent régulièrement vidées
 - Esthétique et intégration quelquefois discutables
 - Perspectives paysagères inutilement encombrées
 - Affichage inesthétique, notamment près de la chapelle Saint-Pierre
- **Enjeu**
 - Maintenir la densité en veillant à l'intégration



✓ **Les fonctions d'accueil**
- Les fondamentaux
- Les plus

✓ **Les fonctions d'imprégnation**
- La ville s'affirme.

✓ **Les fonctions de production**
- La ville s'offre...



La propreté publique

- Constats

- Généralement correcte (peu de déjections canines...)
- Les trois photos prises dans le centre ancien...



- Enjeu

- La propreté au centre ville doit être optimisée, certaines situations semblant ne pas dater d'hier...

✓ Les fonctions d'accueil

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ Les fonctions d'imprégnation

- La ville s'affirme...

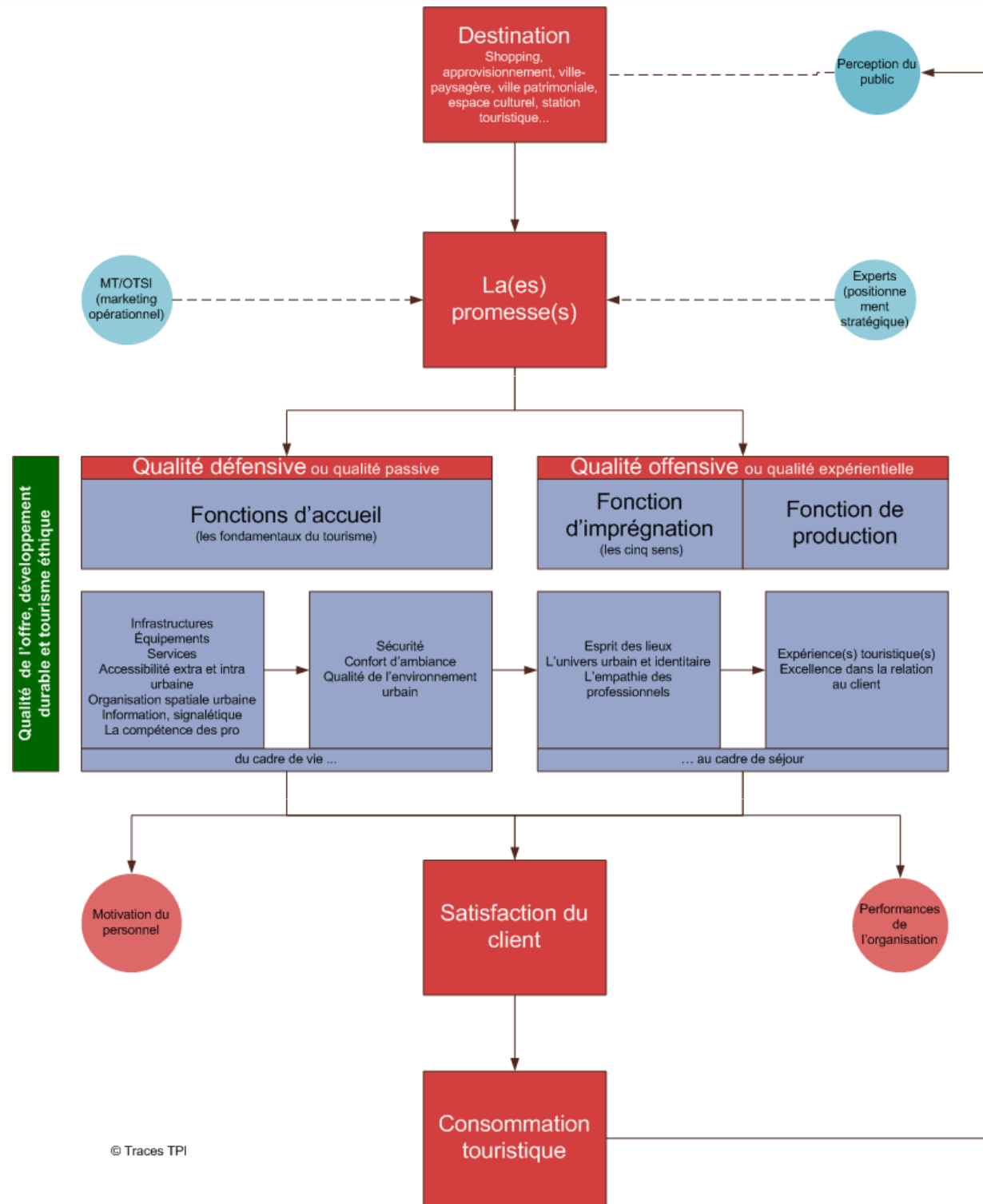
✓ Les fonctions de production

- La ville s'offre...

Les fonctions d'accueil

- **Les plus**
- Des espaces publics inconfortables, ce sont des touristes qui ne sentent pas à l'aise et passent très vite...
- Des plus qui font la différence (fleurissement, zone pique-nique, zone wifi, toilettes, aire de jeu, abri...), ce sont des touristes qui reviennent...

Le système qualité pour une destination touristique



Les entrées de ville

- Constats

- La première impression est toujours celle qui reste...
 - Constructions très disparates (en venant de Philippeville)
 - Terre-plein empierré
 - Parking sauvage (rue de Mettet)...



- Enjeux

- Dès l'abord de la ville, soigner les détails sur lesquels les pouvoirs publics ont prises pour affirmer l'urbanité du centre ville
 - Végétaliser pour masquer les ensembles urbanistiques disgracieux
 - Gérer le parking sauvage
 - « soigner » Sabymeubles: intervenir sur l'habillage des vitrines qui donnent actuellement un sentiment d'abandon et donc une mauvaise image...



✓ **Les fonctions d'accueil**

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ **Les fonctions d'imprégnation**

- La ville s'affirme...

✓ **Les fonctions de production**

- La ville s'offre...

Les voitures: le parking/1

- Constats



- À priori le nombre d'emplacements est suffisant (il a même crû ces dernières années), mais
 - » Trop de parking ventouse au détriment du parking de courte et moyenne durée, favorable au commerce
 - » Trop de parking sauvage
- Le parking doit desservir le centre ville mais doit l'encombrer le moins possible
 - » Piétons en insécurité objective et subjective
 - » La marche est la meilleure façon de découvrir une ville et c'est la condition essentielle du shopping: c'est difficile à Florennes
 - » Cela nuit au sentiment d'imprégnation urbaine: le visiteur ne peut se laisser aller « à vivre la ville »
 - » Les micro-perspectives paysagères urbaines sont presque toujours inexistantes car encombrées visuellement
- Le parking ne doit pas nuire au patrimoine, ni phagocytter les espaces de détente (voir fonction d'imprégnation)



✓ **Les fonctions d'accueil**

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ **Les fonctions d'imprégnation**

- La ville s'affirme...

✓ **Les fonctions de production**

- La ville s'offre...



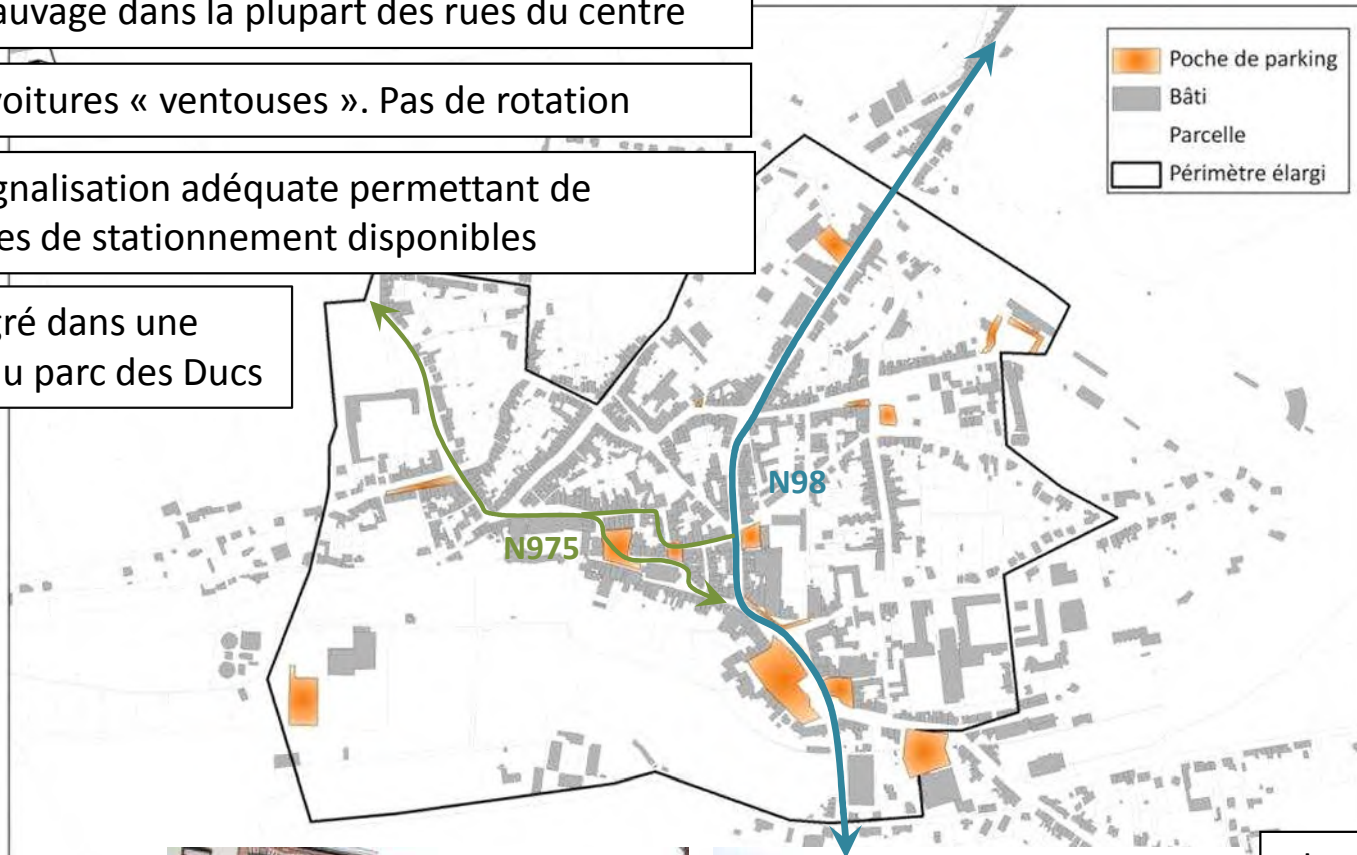
Les voitures: le parking/2

Stationnement sauvage dans la plupart des rues du centre

Importance des voitures « ventouses ». Pas de rotation

Manque d'une signalisation adéquate permettant de localiser les poches de stationnement disponibles

Parking non intégré dans une logique urbaine au parc des Ducs



Place de l'Hôtel de ville essentiellement destinée au parking + le marquage au sol organisant le stationnement a presque disparu

Les voitures: le parking/3

• Enjeux

- Lutter contre le parking sauvage (aménagements et répression)
- Réfléchir le stationnement des résidents à l'échelle du centre ville
- favoriser les usagers de courte durée (clients de commerces, visiteurs,...) à proximité des zones commerçantes en augmentant la rotation des véhicules dans ces rues par la limitation de la durée de stationnement (voir photo, place de l'Hôtel de Ville)
- Distinguer arrêt et stationnement, notamment place de l'Hôtel de Ville
- favoriser les usagers de moyenne durée (habitants, services publics,...) dans certains secteurs où les activités de services et libérales se mélangent avec des commerces et des zones plus habitées
- Aménager la fonction parking Parc des Ducs (la vision actuelle nuit à l'image de Florennes)



✓ Les fonctions d'accueil

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ Les fonctions d'imprégnation

- La ville s'affirme...

✓ Les fonctions de production

- La ville s'offre...

Le piéton dans la ville/1

• Constats

- Une logique routière, comme l'illustre le dévoiement devant l'ex-Sabymeubles, pour laisser la place à un panneau routier de préavis...
- Au centre ville, insécurité objective et sentiment d'insécurité subjective pour le piéton de ne pas avoir sa place (la voiture d'abord, le piéton ensuite, sur des flux devenus quelquefois indifférenciés)
- Des rues étroites au centre ville, avec des trottoirs correspondant et des seuils (mais on restera contraint par l'espace...)



✓ Les fonctions d'accueil

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ Les fonctions d'imprégnation

- La ville s'affirme...

✓ Les fonctions de production

- La ville s'offre...



Le piéton dans la ville/2

- Enjeux
 - L'aménagement des assiettes au centre ville doit induire la mixité des usagers pour autant que le plan de mobilité l'intègre; la rue du Chapitre est
 - un bon exemple de mixité dans l'aménagement et
 - un mauvais exemple puisqu'en réalité rien n'y dissuade la circulation de transit.
 - Ce n'est que dans la mesure où on donnera au piéton la place qui lui revient que Florennes pourra devenir une ville où il fait bon faire du shopping.
- Fonctions
 - **Déambuler, se promener**
 - **Faire du shopping**
 - **S'arrêter, se reposer (dans l'espace public ou sur des terrasses de bistrot)**
 - **Traduire la sociabilité dans une ville où le fleuron est l'événementiel (voir la fonction d'imprégnation)**

✓ Les fonctions d'accueil

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ Les fonctions d'imprégnation

- La ville s'affirme...

✓ Les fonctions de production

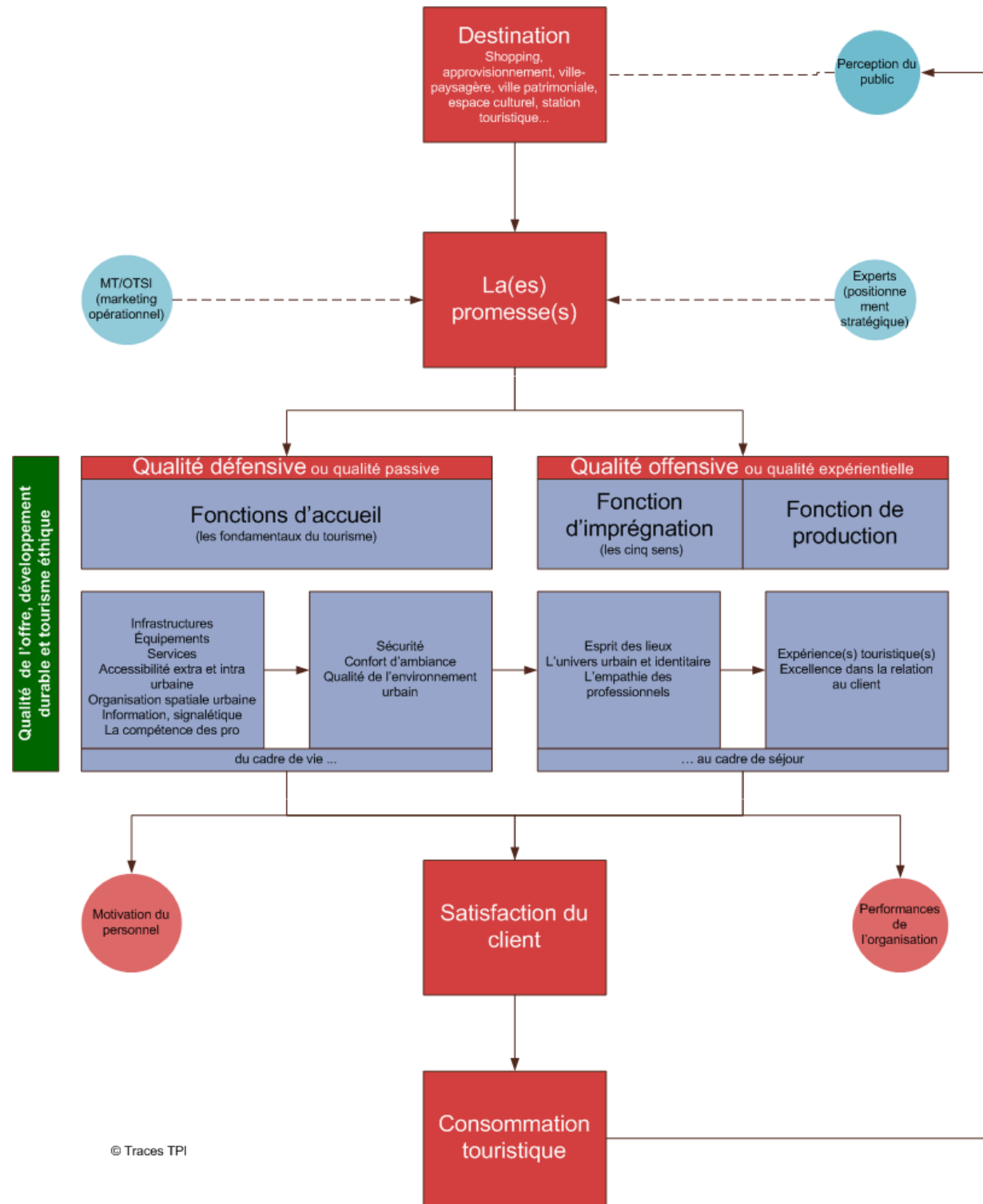
- La ville s'offre...



Les fonctions d'imprégnation

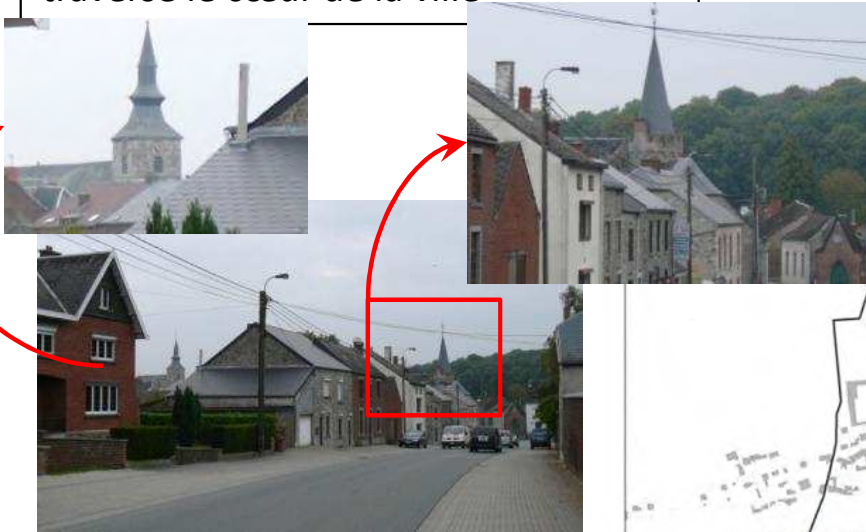
- L'ambiance et l'appropriation des lieux
- Des espaces publics forts, c'est une ville avec une image affirmée, qui assume son urbanité, et des touristes qui garderont un bon souvenir de leur passage (et qui en parleront!)

Le système qualité pour une destination touristique



Les premières impressions quand on arrive en ville...

La perception de la ville depuis la N975 est bonne, mais cette dernière traverse le cœur de la ville



La N98 est une nationale qui « traverse » la ville. Elle n'invite pas à l'arrêt. Le réaménagement de la place Verte et l'avenue Jule Lahaye font exception à ce constat



Les façades / 1

Bonne intégration de bâtiments récents
(gabarit, choix des matériaux)



Nombreux bâtiments repris à
l'inventaire du patrimoine wallon



Qualité d'ensemble et ce malgré une
diversité de styles architecturaux



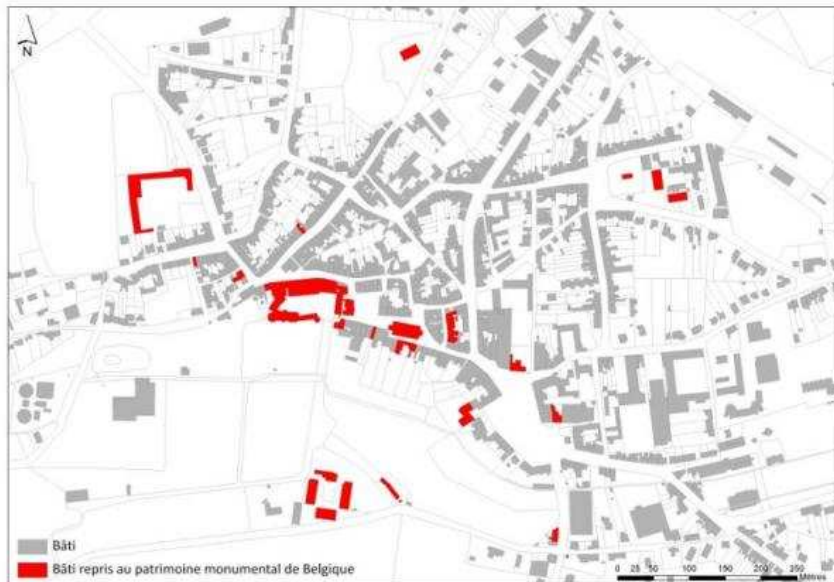
✓ **Les fonctions d'accueil**
- Les fondamentaux
- Les plus

✓ **Les fonctions d'imprégnation**
- *La ville s'affirme...*

✓ **Les fonctions de production**
- La ville s'offre

Les façades/2

Patrimoine important, mais peu mis en valeur et pas toujours en bon état



Pas de vocation touristique du château



Chapelle St-Pierre restaurée grâce à la volonté d'une asbl



Le passé ferroviaire de Florennes n'est pas mis en avant, même si reconversion des infrastructures:
Lignes → RAVeL potentiel, liaisons inter-villages
Gare → logements



Dégradation de la Collégiale



Les façades / 3

Architecture non intégrée au reste du bâti



Destruction des façades au rez-de-chaussée pour la réalisation de vitrines commerciales (parfois reconvertie, par la suite, en logements)

Bâtiments sans valeur architecturale



✓ **Les fonctions d'accueil**
- Les fondamentaux
- Les plus

✓ **Les fonctions d'imprégnation**
- *La ville s'affirme...*

✓ **Les fonctions de production**
- La ville s'offre...

Devantures commerciales et enseignes / 1



Certaines rues sont protégées de la surabondance des enseignes commerciales

Devanture bien aménagée...



Conservation des caractéristiques du bâtiment pour la devanture commerciale



quoique...

Devantures commerciales et enseignes / 2

Enseignes non intégrées



Façades commerciales
déstructurées et destruction
des rez-de-chaussée



✓ Les fonctions
d'accueil

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ Les fonctions
d'imprégnation

- La ville s'affirme...

✓ Les fonctions
de production

- La ville s'offre...



Les détails qui nuisent à l'image d'une ville

- Constat
 - Des zones à planter Place Verte couvertes de traces de pneus...
- Enjeu
 - Donner au centre de Florennes une image d'urbanité que ce genre de détail détruit



✓ Les fonctions d'accueil

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ Les fonctions d'imprégnation

- La ville s'affirme...

✓ Les fonctions de production

- La ville s'offre

La gestion de l'espace autour du château

- Constats
 - Le lieu est complètement dégradé et s'apparente plus à un terrain sans affectation qu'à un parc
 - Le château a du mal à dégager une certaine magie car soit il est peu visible (partie intéressante dont la vue est privatisée dans la cour de l'école), soit les avant-plans sont franchement sans intérêt (vaste terre-plein plus ou moins empierré).
 - Les arrière-cours des maisons ne laissent rien entrevoir d'intéressant
- Enjeux
 - Les fonctions loisirs et parking doivent être clairement délimitées
 - La fonction parking doit être circonscrite et paysagée
 - Les perspectives sur le château doivent être valorisées et assainies
 - L'enjeu touristique de l'aménagement du Parc des Ducs est réel mais néanmoins limité, tant que le château ne sera pas davantage accessible...
 - C'est le seul endroit à Florennes où le slogan « une ville à la campagne » pourrait être réellement matérialisé



✓ Les fonctions d'accueil

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ Les fonctions d'imprégnation

- La ville s'affirme...

✓ Les fonctions de production

- La ville s'offre...

Les cheminements piétonniers aux entrées de la ville

- Constat
 - Il existe des « barrières psychologiques » au shopping en ville à partir du Match d'une part et de l'Aldi d'autre part (parking sauvage notamment)
- Enjeux
 - Attirer les visiteurs en ville
 - Atténuer ces obstacles en créant des continuités urbaines (gestion du parking, intervention sur les assiettes, agrandissement des trottoirs, effets de perspective paysagère, positionnement des passages protégés...)
 - Induire une déambulation piétonne spontanée depuis ces lieux de ravitaillement de première nécessité



✓ Les fonctions d'accueil

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ Les fonctions d'imprégnation

- *La ville s'affirme...*

✓ Les fonctions de production

- La ville s'offre...



Les paysages urbains / 1

- Constats
 - La ville pourrait se mettre davantage en valeur : perspectives paysagères « bouchées » par des obstacles visuels trop nombreux
 - Le patrimoine majeur de la ville (collégiale et château), de par leur imbrication dans le tissu urbain, est et restera peu lisible.
- Enjeux
 - Créer des appels visuels: le sentiment d'urbanité se marque dans les micro-paysages urbains, dans le jeu des perspectives ou encore dans la mise en évidence de certaines venelles
 - Induire des cheminements par des revêtements dont le rôle est « quasi-signalétique »
 - Créer des continuités piétonnes à l'intérieur de la ville: suggérer, mettre en appétit, induire des déambulations donner envie d'y aller voir...

✓ Les fonctions d'accueil

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ Les fonctions d'imprégnation

- La ville s'affirme...

✓ Les fonctions de production

- La ville s'offre...



Les paysages urbains/2



Le revêtement pourrait induire le cheminement et mettre en valeur la venelle

Passage « secret » complètement occulté par le parking

Perspective paysagère inutilement perturbée

Un volet clos n'invite pas à la déambulation, d'autant plus que la propreté n'est pas au rendez-vous à cet endroit

Panneautage...

Réseau de distribution électrique aérien quelquefois envahissant



✓ **Les fonctions d'accueil**

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ **Les fonctions d'imprégnation**

- *La ville s'affirme...*

✓ **Les fonctions de production**

- La ville s'offre...



Les paysages urbains / 3

- Constat
 - Certains lieux patrimoniaux, de ceux qui peuvent faire l'âme et l'urbanité de Florennes, sont phagocytés.
- Enjeu
 - Valoriser les perspectives patrimoniales en travaillant les aménagements et en gérant le parking

La même perspective paysagère à ses deux extrémités...



✓ **Les fonctions d'accueil**

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ **Les fonctions d'imprégnation**

- La ville s'affirme...

✓ **Les fonctions de production**

- La ville s'offre

Les paysages urbains/4

- Constats
 - Poubelles, mobiliers disparates, parking sauvage
- Enjeu
 - Agir sur tous les détails qui dégradent l'atmosphère urbaine



✓ Les fonctions d'accueil

- Les fondamentaux
- Les plus

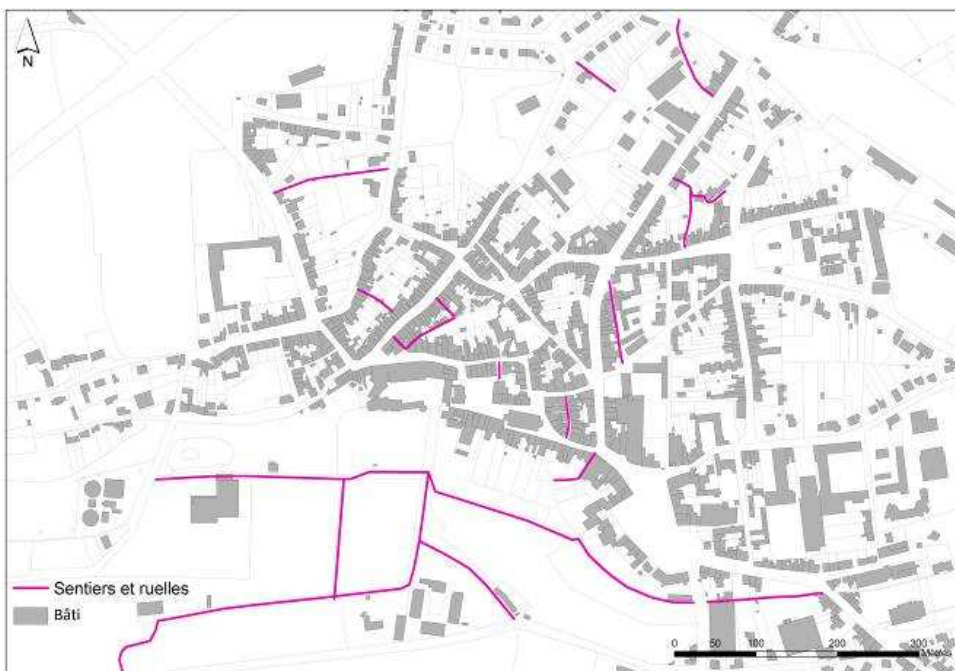
✓ Les fonctions d'imprégnation

- La ville s'affirme...

✓ Les fonctions de production

- La ville s'offre.

Les venelles



Réseau important de ruelles au sein de la ville



✓ **Les fonctions d'accueil**
- Les fondamentaux
- Les plus

✓ **Les fonctions d'imprégnation**
- La ville s'affirme...

✓ **Les fonctions de production**
- La ville s'offre...

S'asseoir...

- Constat
 - Florennes est une ville où on s'assied peu...
- Enjeu
 - Créer des lieux de socialisation



✓ **Les fonctions d'accueil**

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ **Les fonctions d'imprégnation**

- La ville s'affirme...

✓ **Les fonctions de production**

- La ville s'offre

Découvrir

- Constats
 - Patrimoine intéressant mais inaccessible et dont la vue est partiellement privatisée
 - Le circuit découverte est de ce point de vue décevant
- Enjeu
 - Améliorer la visibilité, la lisibilité et l'accessibilité du patrimoine au centre ville



✓ Les fonctions d'accueil

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ Les fonctions d'imprégnation

- *La ville s'affirme...*

✓ Les fonctions de production

- La ville s'offre...

L'art dans la ville

- Constats
 - Peu présent
 - Peu mis en valeur (encombrement, fontaine en panne)
- Enjeu
 - Dégager, faire fonctionner, mettre en valeur, voire développer (pour affirmer la caractère festif notamment)...



✓ Les fonctions d'accueil

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ Les fonctions d'imprégnation

- *La ville s'affirme...*

✓ Les fonctions de production

- La ville s'offre

Florennes, la ville de l'événementiel...

- **Constats**
 - Florennes est de toutes les communes environnantes, celle dont le centre urbain fait l'objet de plus d'organisations, de fêtes, d'événements, d'animations...
 - Rien, dans l'espace urbain, ne laisse transparaître cette caractéristique
- **Enjeu**
 - Induire le caractère animé de Florennes dans l'aménagement et l'équipement
 - Espaces de socialisation
 - Présence symbolique
 - Agenda public, etc.

✓ **Les fonctions d'accueil**

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ **Les fonctions d'imprégnation**

- *La ville s'affirme...*

✓ **Les fonctions de production**

- La ville s'offre



La nature en ville: expérience de visite

- L'observation des photos aériennes montre une ville dans un cadre rural avec des poches de verdure.
- Arrivé sur place, dans le centre, on perçoit difficilement ce cadre verdoyant et on y a difficilement accès (beaucoup de propriétés privées)...
- En s'éloignant, le caractère rural réapparaît, malgré les ensembles de maisons quatre façades venant dévaloriser le cadre paysager.
- Le parc des Ducs est très arboré, mais peu accessible car en partie privé (les limites sont néanmoins peu visibles).



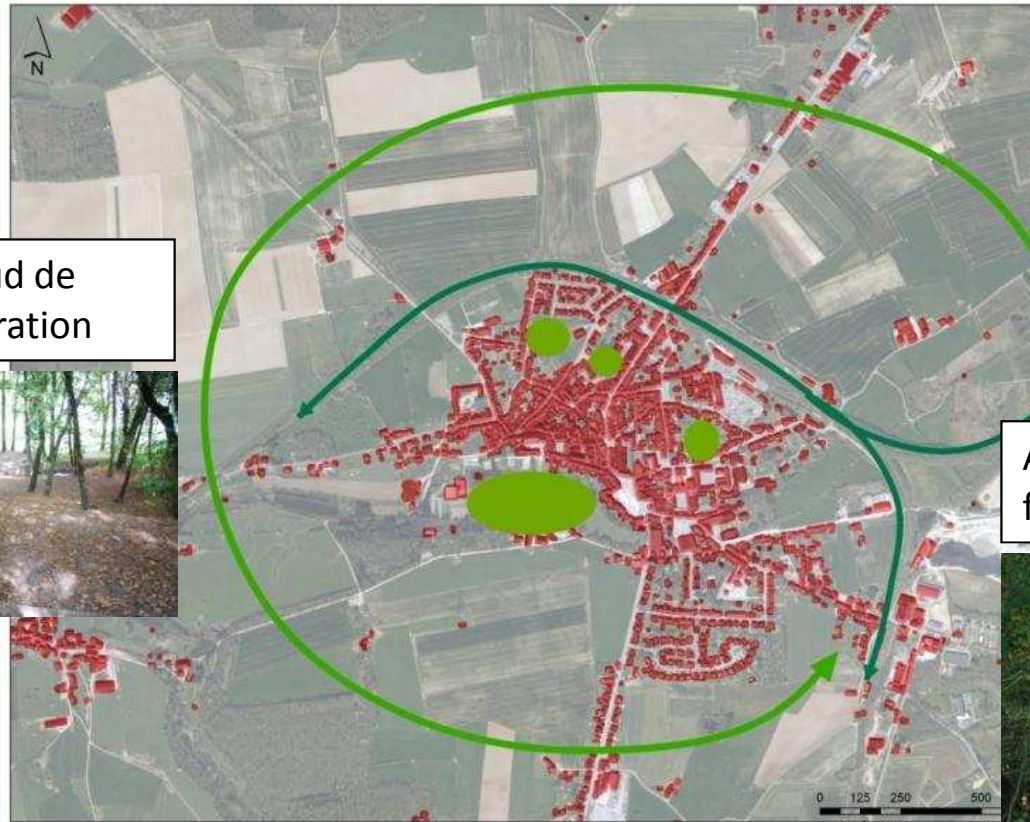
La nature en ville: paysages et fleurissement/1

Arbres sur la Place-Verte et rond-point fleuri



fleurissement/1

Parc au Sud de l'agglomération



Paysage rural à l'extérieur de la ville



Ancien chemin de fer



La nature en ville: paysages et fleurissement/2

Pas de mise en valeur du parc des Ducs et peu de visibilité de celui-ci



Aspect très minéral des bords de route, prédominance de la voiture et des parkings



Faible mise en valeur de l'ancien chemin de fer (développement potentiel important eu égard au passé ferroviaire de Florennes)



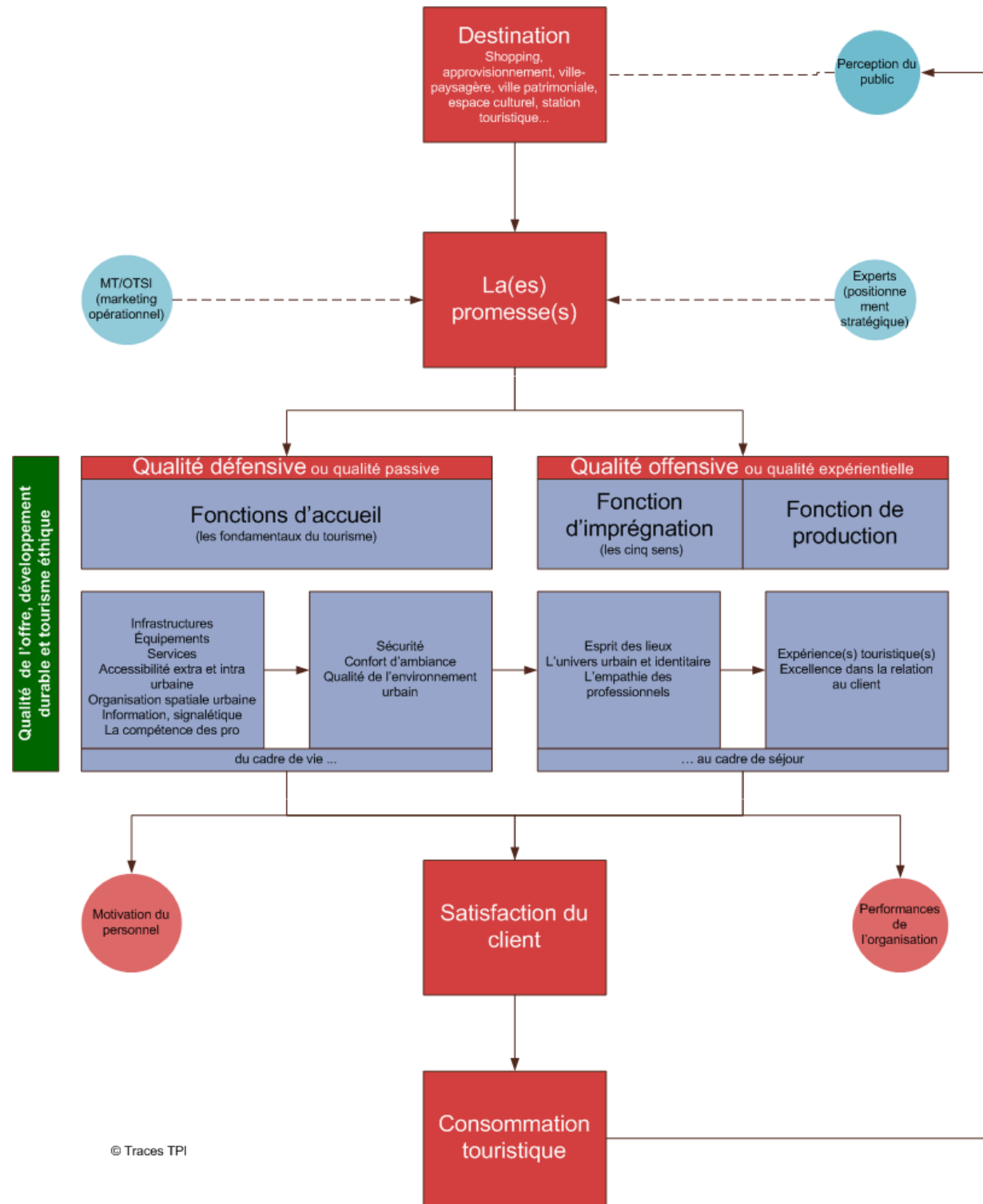
Le parc est un espace privé? Public?



Les fonctions de production

- Faire entrer le tourisme dans l'économie...

Le système qualité pour une destination touristique



Le parcours de découverte

L'offre a le mérite d'exister...
Un projet d'équipement est envisagé par le GAL

Entre-SAMBRE
ET MEUSE

balade en
Entre-Sambre-et-Meuse

Florennes, cité des Ducs

A la découverte d'une cité que l'histoire religieuse a marquée de son empreinte.

Fiche promenade 5

Départ: Place Verte de Florennes.

GPS: WGS84 310 5025003 460566

2,4 Km • 1 h 30 itinéraire non balisé

Un site fortifié, le château des Ducs de Beaufort, une collégiale abritant les reliques de Gangulpho, une riche abbaye dédiée à St-Jean... L'acheminement religieux des pèlerins, l'intense métallurgie et son foisonnement ont fait par le passé prospérer de Florennes défendait alors par une enceinte dont il reste quelques vestiges.

L'avis du promeneur
Ce parcours permet une découverte facile et intéressante d'une petite ville anciennement fortifiée, devenue bourgade commerciale. Promenade urbaine qui, d'étape en étape, montre l'évolution de la cité au travers de monuments, de sites anciens ou plus récents.

www.entre-sambre-et-meuse.be

✓ **Les fonctions d'accueil**

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ **Les fonctions d'imprégnation**

- La ville s'affirme...

✓ **Les fonctions de production**

- La ville s'offre...

Les produits structurés

- Pas d'accord entre le musée Spitfire et le secteur HORECA local pour organiser l'accueil des groupes
 - Visites musée + base militaire (groupes)
 - Combiné musée + chocolaterie (hors entité)
- Produit golf: trois golfs provinciaux mais pas Florennes
- Produit vélo: Florennes non repris dans offre Eaux Vives

✓ **Les fonctions d'accueil**
- Les fondamentaux
- Les plus

✓ **Les fonctions d'imprégnation**
- La ville s'affirme...

✓ **Les fonctions de production**
- La ville s'offre...



L'usage des langues

- A améliorer (comme partout...)
- Faire l'effort d'accueillir en néerlandais
 - Les premiers mots
 - La communication écrite (voir photo)
- Accueil en trois langues au musée Spitfire



✓ Les fonctions d'accueil

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ Les fonctions d'imprégnation

- La ville s'affirme...

✓ Les fonctions de production

- La ville s'offre...

Les cartes de restaurant

- Unilingues, la plupart du temps
- La carte est la première image de l'établissement: la présentation n'est pas toujours à niveau
- Ces « défauts » ne sont pas spécifiques à Florennes

- ✓ **Les fonctions d'accueil**
 - Les fondamentaux
 - Les plus
- ✓ **Les fonctions d'imprégnation**
 - La ville s'affirme...
- ✓ **Les fonctions de production**
 - La ville s'offre...



Le tourisme shopping/1: l'intérêt touristique

- Avant toute autre activité, le shopping est la première activité pratiquée par les touristes français qui fréquentent les villes (Odit 2007)
 - 58% des 30-49 ans pratiquent le shopping durant leur séjour (52% des plus de 60 ans)
- C'est également, après la consommation au restaurant, l'activité touristique favorite des clientèles étrangères en vacances
- Pour 64% des consommateurs, les courses non alimentaires ne sont pas une corvée (Insee 2008)

Activités	Touristes belges
Shopping	47%
Restaurant	53%
Activités culturelles	40%
Activités de détente	39%
Autres	16%

✓ Les fonctions d'accueil

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ Les fonctions d'imprégnation

- La ville s'affirme...

✓ Les fonctions de production

- La ville s'offre...



Le tourisme shopping/2: le poids dans l'économie

- **Impact économique:** exemple du Calvados
(source: CCI - 2006) – sur 100,00 € dépensés par un touriste,
répartition de l'ensemble de ses dépenses

Secteurs d'activités	
Hôtellerie (absent à Florennes)	22%
Commerce alimentaire (signifiant à Florennes)	19%
Restaurants et cafés (signifiant à Florennes)	15%
Commerces de vêtements (dont shopping)	9,5%
Autres commerces	4%
Autres commerces et activités touristiques (dont shopping)	30,5%

✓ **Les fonctions d'accueil**
- Les fondamentaux
- Les plus

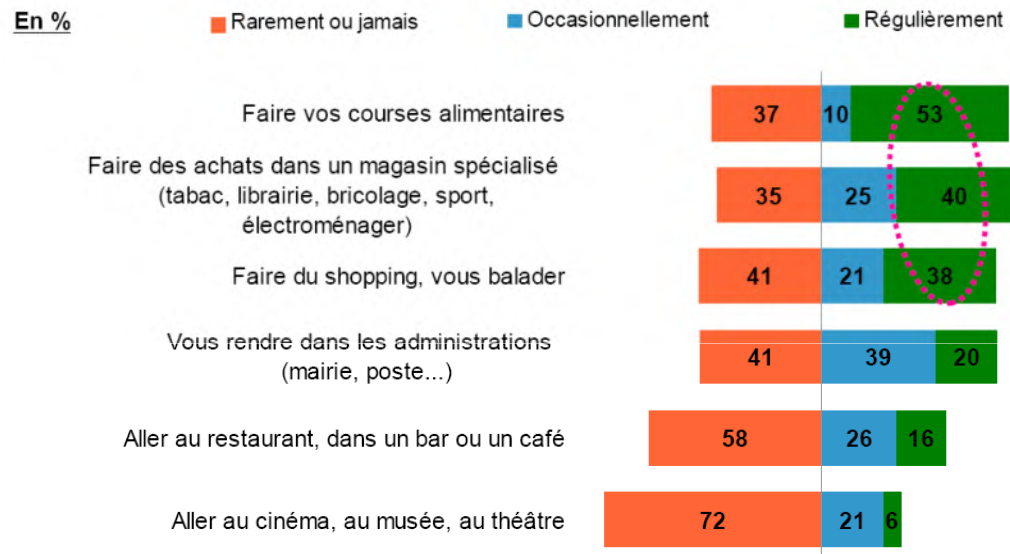
✓ **Les fonctions d'imprégnation**
- La ville s'affirme...

✓ **Les fonctions de production**
- La ville s'offre...



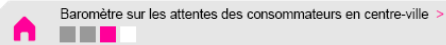
Le tourisme shopping/3: l'intérêt stratégique du commerce de centre ville

Au global... on y va pour faire des courses, des achats



Q3 A propos du centre-ville de votre commune, à quelle fréquence y allez-vous pour faire chacune des choses suivantes ?

Base: ensemble de l'échantillon



Le tourisme shopping/4:

le commerce à Florennes (source: Florennes demain)

- Variété d'offre (dont des banques)
- Grandes enseignes
- Marché hebdomadaire
- Commerce de proximité et plutôt concentré
- Prix plus chers
- Manque d'union et de dynamisme de l'ensemble des commerces
- Association des commerçants pas suffisamment forte
- Commerçants non florennois en augmentation
- Mauvaise image
- Transformation de rez-de-chaussée commerciaux en logements

✓ **Les fonctions d'accueil**

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ **Les fonctions d'imprégnation**

- La ville s'affirme...

✓ **Les fonctions de production**

- La ville s'offre...



Le tourisme shopping/5: les enjeux à Florennes

- A partir de quelques enseignes connues (effet locomotive), notamment dans l'alimentaire, développer une offre shopping
 - Les achats de première nécessité
 - L'alimentaire essentiellement
 - Les achats de dépannage
 - La vie courante
 - Les achats d'impulsion (commerces spécialisés dans l'alimentaire spécialisé, l'équipement de la personne, les soins de la personne et sports & loisirs)
 - Le shopping
- Muter du temps contraint (faut bien faire les courses) vers du temps libre (le temps plaisir): la ville n'est pas qu'un espace fonctionnel
 - Temps de sociabilité hors repas (conversation, téléphone, courrier, visites, réceptions)
 - en moyenne, 56 minutes par jour
 - Temps de loisirs (tél, lecture, promenade, jeux, sport, fun shopping)
 - en moyenne, 127 minutes par jour
- Renforcer le commerce dans l'hyper centre, notamment sur l'axe rue du Chapitre-place Baurain-rue de la Collégiale (densifier, spécialiser)
- Les maîtres-mots:
 - Diversité
 - Proximité
 - Fidélité
 - Animations et événementiel

✓ Les fonctions d'accueil

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ Les fonctions d'imprégnation

- La ville s'affirme...

✓ Les fonctions de production

- La ville s'offre...



Le tourisme shopping/6: les événements comme fer de lance

- En apportant une réponse concrète à la disparition de Florennes Demain
- En se basant sur l'associatif et l'ACF
- En apportant un support logistique
- En œuvrant à des aménagements « événements admis »
- En communiquant de façon professionnelle et stratégique dans le cadre d'une zone de chalandise élargie
- En veillant à animer les dimanches, particulièrement en saison touristique
- En se coordonnant, notamment avec la base militaire

✓ Les fonctions d'accueil

- Les fondamentaux
- Les plus

✓ Les fonctions d'imprégnation

- La ville s'affirme...

✓ Les fonctions de production

- La ville s'offre...



Conclusions: positionnement de l'offre urbaine

- Le patrimoine de Florennes n'en fait pas une ville touristique au sens économique du terme
- Le développement économique du centre ville peut être soutenu par le tourisme mais celui-ci n'en est pas le moteur
- Les deux secteurs qui pragmatiquement et significativement sont valorisables sont
 - Le shopping, en complément de la fonction de ravitaillement que joue le centre ville eu égard aux populations touristiques séjournant dans la région proche
 - L'événementiel, pour peu qu'il soit mis en tourisme, pour une population d'excursionnistes dans une zone de chalandise de 1 à 3 heures, selon les événements
- L'achat plaisir dans un environnement urbain convivial, animé et pedestrian friendly

Conclusions: axes stratégiques premières propositions

- Affirmer l'urbanité de Florennes: en faire une ville du temps-plaisir et non celle du temps contraint...
- Positionner Florennes comme un pôle régional orienté sur le shopping (clientèles locales et clientèles touristiques de proximité en séjour) et accentuer les politiques d'animation et d'événementiel en association avec les acteurs concernés
- Mieux prendre en compte les déplacements piétons et davantage organiser et hiérarchiser les flux et le parcage des véhicules
- Être attentif aux micro-paysages urbains, si importants dans le centre urbain: beaucoup de problèmes à Florennes proviennent de ... détails qui, cumulés, sont de réels handicaps
- Traduire dans l'aménagement le souci de socialisation, trop peu présent à Florennes
- Fédérer les initiatives et développer une logique de stratégie coordonnée sur la durée des trois prochains plans triennaux.

Conclusions: pistes d'actions premières propositions

- Améliorer la signalétique au centre ville afin de mettre en réseau les acteurs et d'augmenter leur lisibilité et adopter un règlement communal sur les enseignes; revoir la signalétique d'entrée de ville
- Définir une gamme de mobiliers urbains par zone et s'engager dans une politique d'assainissement et de renouvellement planifié de l'existant
- Lutter contre le parking sauvage, hiérarchiser et réglementer le parking existant
- A terme, limiter le parking Place de l'Hôtel de Ville et en faire un espace urbain semi-piétonnier, voué à la sociabilité (aménagements et équipements en conséquence)
- Diminuer le trafic de transit dans l'hyper-centre en limitant la circulation de transit et lui rendre un statut semi-piétonnier véritable
- Aménager le parc des Ducs: séparer et végétaliser la fonction parking, mettre en valeur le château en qualifiant l'espace, aménager un espace semi-naturel en y intégrant un projet ludique à vocation touristique, potentiellement prescriptive pour les familles
- Développer des espaces susceptibles d'accueillir des terrasses HORECA et créer des espaces publics de sociabilité
- Poursuivre une politique de densification, de diversification et de spécialisation du commerce au centre ville
- Intégrer base militaire, musée Spitfire et golf dans l'information événementielle communale et dans la stratégie de mise en valeur de la commune, continuer à développer l'événementiel en visant un positionnement touristique, suppléer concrètement au remplacement à la cellule de Centre ville, si celle-ci doit disparaître...
- ...

Signalétique du document

La signalétique du document fait partie de notre politique de traçabilité des versions développées dans le cadre de notre certification ISO 9001.

NOM DU DOSSIER	plan qualité de Florennes diagnostic
NOM DU DOCUMENT	phase1 – diagnostic – présentation au Collège du 24 mars 2010
NATURE DU DOCUMENT	PPTX
AUTEURS	Dominique Niset – Philippe Pieters – Bérénice Ruysen – Christine Richard
RELECTURE INTERNE	Dominique Niset – Philippe Pieters
PHASE	phase 1
NOMBRE DE PAGES	99
DATE D'ENREGISTREMENT	31/03/2010
EMPLACEMENT DU FICHIER	phase 1 - réunion

Historique des versions du document

VERSIONS	DATES	STATUT	COMMENTAIRES
1	22/03/2010	Draft	transmis au BEPN
2	24/03/2010	présentation	comité de pilotage
3	31/03/2010	document final	

Clause de confidentialité

Le prestataire considérera comme strictement confidentielle, et s'interdit de divulguer, toute information, donnée ou concept, dont il pourra avoir connaissance à l'occasion de l'exécution du présent contrat. Pour l'application de la présente clause, le prestataire répond de ses salariés comme de lui-même. Le prestataire, toutefois, ne saurait être tenu pour responsable d'aucune divulgation si les éléments divulgués étaient dans le domaine public à la date de la divulgation, ou s'il en avait connaissance, ou les obtenait de tiers par des moyens légitimes.

Le prestataire s'interdit également d'effectuer sans autorisation préalable toute publication faisant état de l'une quelconque de ces informations.

Le prestataire s'engage en outre à retourner la totalité des fichiers, documents de références et autres informations au client, à sa demande, et de n'en garder ni copie, ni archive pouvant lui être nommément attribuées.

Réserve de propriété

L'ensemble de nos études, de nos livraisons graphiques et design, de nos matériels, y compris les recommandations, cahiers des charges, plans et rapports d'études restent notre entière propriété jusqu'à paiement complet et effectif du prix facturé. Pour le solde, nous renvoyons vers nos conditions générales de vente.

