

## **PREMIÈRE PARTIE : Travail méthodologique (barème 12 points/20)**

### **A - Exploitation et analyse d'une documentation juridique**

La direction du service juridique, souhaitant améliorer sa veille, vous demande d'étudier les dernières décisions de justice dont celle en **annexe 1**. Pour cela elle vous demande :

- 1- de préciser la juridiction, la date de la décision, les parties,
- 2- de résumer les faits,
- 3- de présenter la procédure antérieure et d'expliquer sa particularité,
- 4- de développer les arguments des parties,
- 5- d'identifier le problème de droit,
- 6- d'indiquer la décision prise par la juridiction saisie et ses motifs.

### **B – Exploitation d'une documentation à caractère économique**

A l'aide de vos connaissances et de l'**annexe 2**, vous répondrez aux questions suivantes :

- 1- Quelle est la raison d'être de la Communauté d'agglomération de Maubeuge depuis 2001 ?
- 2- Identifiez l'axe de développement initial de l'Avesnois repris ensuite par la Communauté d'agglomération de Maubeuge,
- 3- Présentez, en structurant votre réponse, les différentes stratégies actuelles mises en place par la Communauté d'agglomération de Maubeuge.

## **DEUXIÈME PARTIE : Développement structuré (8 points/20)**

« Le papy-boom est une menace pour les entreprises. A partir de l'an prochain, la population active va commencer à baisser. Un choc lourd de conséquences auquel nous ne sommes pas préparés ». (Michel Godet – professeur au Conservatoire national des arts et métiers)

Dans un développement structuré vous traiterez le sujet suivant :

**Quelles peuvent être les conséquences du vieillissement de la population sur l'économie en général et sur le secteur touristique en particulier ?**

## ANNEXE 1

**Cour de Cassation**

**Chambre civile 1**

**Audience publique du 12 avril 2005**

**N° de pourvoi : 03-10392**

**Président : M. ANCEL**

**Rejet**

### REPUBLIQUE FRANCAISE

Au nom du peuple français la Cour de Cassation, première chambre civile, a rendu l'arrêt suivant :

Attendu que M. X... a réservé auprès de l'agence gérée par la société Lusitania, un séjour dans un hôtel au Portugal sans signaler qu'il envisageait de séjourner dans cet établissement avec un chien ; que l'hôtel, ayant refusé l'entrée de l'animal, M. X... a fait le choix d'un autre hôtel et a réclamé à l'agence le remboursement du prix de la réservation ;

Attendu que la société Lusitania reproche au jugement d'avoir statué comme il l'a fait, alors, selon le moyen, qu'en lui reprochant de ne pas avoir correctement informé son client sur les conditions d'accès à l'hôtel sans rechercher, ainsi qu'il y était invité, si celle-ci n'avait pas exécuté son obligation en remettant à M. X... une brochure dans laquelle il était indiqué qu'au Portugal, certains établissements hôteliers n'acceptaient pas les chiens et si ainsi informé M. X... ne devait pas signaler qu'il avait un chien, qu'il entendait emmener avec lui, le tribunal aurait privé son jugement de base légale au regard des articles 23 de la loi du 13 juillet 1992 et 96 du décret du 15 juin 1994 ;

Mais attendu qu'il résulte de l'article 23 de la loi du 13 juillet 1992 que l'agence de voyage est responsable de plein droit à l'égard de l'acheteur de la bonne exécution des obligations résultant du contrat, et qu'elle ne peut s'exonérer de tout ou partie de sa responsabilité qu'en apportant la preuve que l'inexécution ou la mauvaise exécution du contrat est imputable soit à l'acheteur, soit au fait, imprévisible et insurmontable, d'un tiers étranger à la fourniture des prestations prévues au contrat, soit à un cas de force majeure ; que dès lors, d'une part, que le jugement a constaté que le contrat n'avait pas été exécuté, et d'autre part, qu'il n'apparaît pas que la société Lusitania, tenue à une obligation de résultat, avait soutenu que cette inexécution serait imputable à la faute de la victime, le grief est inopérant ;

PAR CES MOTIFS : REJETTE le pourvoi ; Condamne la société Lusitania aux dépens ; Ainsi fait et jugé par la Cour de Cassation, Première chambre civile, et prononcé par le président en son audience publique du douze avril deux mille cinq.  
Décision attaquée : tribunal d'instance de Paris 8e 2002-10-18

## ANNEXE 2

### MAUBEUGE VAL de SAMBRE : DIVERSIFIER L'OFFRE

**La Communauté d'Agglomération de Maubeuge Val de Sambre s'inscrit dans la destination touristique de l'Avesnois. Située dans une vallée industrielle en reconversion, elle mise sur le tourisme pour générer de nouvelles ressources.**

*Entretien exclusif avec Evelyne Schillers, directrice du pôle de développement de la communauté d'Agglomération de Maubeuge Val de Sambre, et Nathalie Delaval, directrice du Pays Touristique de l'Avesnois.*

#### **Gazette Officielle du Tourisme : Quelle est votre stratégie de développement touristique ?**

**Evelyne Schillers :** La Communauté d'Agglomération de Maubeuge Val de Sambre (22 communes, 102489 habitants) a pris la compétence tourisme en 2001 dans le cadre du développement de l'économie touristique. Le tourisme a été intégré au pôle développement créé en septembre 2004. Notre budget tourisme 2003 était de 898 000 € en investissement et de 285 000 € en fonctionnement.

Le Val de Sambre, marqué par l'industrie lourde, est ponctué d'un chapelet de villes industrielles (Maubeuge, Jeumont, Aulnoye-Aymeries). C'est un bassin industriel en reconversion qui a commencé à évoluer, il y a une vingtaine d'années, après la crise de la sidérurgie, en réorientant la voie d'eau (Sambre canalisée) vers le tourisme fluvial et les loisirs. La Communauté d'Agglomération structure l'offre en adéquation avec la stratégie touristique de la destination définie par le Pays Touristique de l'Avesnois qui travaille sur la professionnalisation et la mise en réseau des acteurs, la promotion.

#### **GOT : Vous soutenez le tourisme fluvial et le cyclotourisme...**

**E. S. :** Nous sommes venus au tourisme suite à la requalification de la voie d'eau. Dans le cadre d'un programme régional, la collectivité a créé des haltes fluviales, des quais, des rampes de mise à l'eau. Elle gère le chemin de halage qu'elle a remis en état et ouvert aux vélos. Nous avons réhabilité une maison située sur la halte fluviale de Jeumont, exploitée en DSP par un privé (salon de thé, laverie, sanitaires, trois chambres). L'écluse de Marpent, qui marque l'entrée en France, enregistre environ 750 bateaux par an. Notre clientèle de tourisme fluvial est à 80% étrangère (Belges, Néerlandais). La Communauté d'Agglomération participe, avec une dizaine de partenaires, à un programme Interreg III avec la Belgique, qui vise à relier la Sambre à son arrière-pays pour capter les clientèles en utilisant le fluvial comme clé d'entrée ; nous sommes maître d'ouvrage de l'étude stratégique. Nous nous insérons dans le programme des Véloroutes et Voies Vertes car notre territoire est traversé par l'axe transnational Paris-Moscou et par l'axe transrégional Calais-Maubeuge ; nous sommes, par exemple, en phase de validation d'une étude de faisabilité d'un relais-vélo.

#### Un produit novateur

#### **COT : Quel est le projet concernant l'aérodrome de Maubeuge-Elesmes ?**

**E. S. :** La Communauté d'Agglomération va créer un centre de loisirs aériens transfrontalier, en liaison avec la Belgique, sur notre aérodrome positionné sur le tourisme et les loisirs aériens. Nous allons agrandir le terrain, créer des bâtiments et des équipements afin d'accueillir des entreprises de services destinés à l'aviation légère (maintenance, constructeur d'ULM, constructeur d'hélicoptère en kit...). L'aérodrome enregistre vingt mille mouvements par an, notre objectif est de doubler ce chiffre tout en diversifiant l'offre pour élargir les clientèles. La première tranche en cours (taxiway, agrandissement du parking avions, piste d'aéromodélisme) représente 890 000 €. Ce projet comporte un volet visant à développer

l'activité tous temps qui permettra d'accueillir des amateurs désirant construire leur avion, de développer l'aéromodélisme avec une nouvelle piste aux normes internationales, d'installer un simulateur de vol. Le volet «accessibilité au plus grand nombre» a pour objectif d'accueillir des jeunes en formation (brevet d'initiation à l'aéronautique pour collégiens et lycéens, pratique du parachute ou du parachute ascensionnel) et d'obtenir le label Tourisme & Handicap pour l'ensemble de la plate-forme ; les clubs présents sur le site ont créé une section handisport. Les clientèles touristiques de l'aérodrome proviennent des vols de découverte de l'Avesnois proposés par un club qui attirent une clientèle de l'agglomération lilloise (730 passagers en 2004 sur un quadriplace). En été, les clubs organisent des stages de pratique sportive ou de découverte du pilotage. Nous souhaitons développer l'accueil des familles accompagnant les pilotes. La plate-forme participe à Tourissima à Lille ; nous avons cofinancé son stand, en 2005, avec l'Office de Tourisme de Maubeuge.

### **GOT : Quelles sont vos actions en matière de patrimoine ?**

**E. S :** Nous avons transformé une ancienne brasserie appartenant à une commune en auberge de campagne labellisée Gîte de France, ouverte depuis trois ans (cinq chambres d'hôtes haut de gamme, gîte de groupes 16 lits). Pour sélectionner l'investisseur, nous avons monté un cahier des charges avec le Pays Touristique et le CDT Nord. Nous avons remis en état, avec un chantier d'insertion, une ferme-brasserie en milieu rural et recherché un brasseur qui a créé une micro-brasserie en relançant une bière traditionnelle ; l'entreprise est ouverte à la visite, avec dégustation de bière et de « l'Assiette de Pays » du Pays Touristique.

Nous avons lancé une étude de faisabilité pour développer le Musée de la Poterie de Ferrière-la-Petite qui propose, dans une ancienne poterie, des stages pour adultes ou enfants et qui abrite un atelier de production/vente. Le musée animé par une association, accueille environ sept mille visiteurs par an et s'autofinance à 40 %.

Nous accompagnons le développement du fort de Leveau (XVIIe siècle) appartenant à la commune de Feignies, animé par une association qui travaille sur le patrimoine et sur l'histoire des soldats du fort. Des maîtres d'œuvre vont être recherchés pour ce projet qui comporte des travaux sur les fortifications et la mise en place d'une scénographie.

### **GOT : Vous misez également sur l'animation du territoire...**

**E. S :** Tous les deux ans, nous organisons la Fête de l'Eau (3e édition le 12 juin 2005) avec les communes riveraines de la voie d'eau et les associations locales. La Communauté d'Agglomération coordonne les initiatives des associations, finance la promotion, des actions intercommunales et des spectacles en fin de journée.

En 2005, le Pays Touristique a participé à la définition de la stratégie de la fête. L'objectif de cette manifestation est de faciliter la réappropriation de la voie d'eau par la population et de valoriser les 4,58 M€ de travaux de restructuration de la voie d'eau réalisés par la Communauté d'Agglomération en une vingtaine d'années. Le CRT Nord-Pas-de-Calais édite le calendrier régional des fêtes de l'eau. Nous apportons un soutien financier à des associations qui organisent des animations. Par exemple, une marche nocturne intercommunale se terminant par un spectacle, organisée par des associations avec l'aide des communes riveraines du Sentier Émeraude. Cette animation s'intègre dans notre stratégie de Véloroute puisque le Sentier Émeraude (itinéraire de promenade créé par le Conseil général du Nord sur l'ancienne voie ferrée reliant le Val Joly à Maubeuge) est un tronçon de la future Véloroute Paris-Moscou. L'association Autour du Sentier Émeraude travaille avec le Théâtre de Chambre qui a collecté les témoignages relatifs à l'ancien train acheminant les ouvriers dans les usines du Val de Sambre, afin de créer un spectacle. Cette démarche correspond à la stratégie du Pays Touristique qui consiste à partager des émotions liées à la mémoire collective.

## S'appuyer sur les valeurs du territoire

### **GOT : Quelle est la stratégie du Pays Touristique ?**

**Nathalie Délaival** : Le Pays Touristique de l'Avesnois, créé en 2000, représente 151 communes et 238 000 habitants. Nous avons adopté un positionnement identitaire fondé sur l'histoire locale. Une étude a permis de recueillir des témoignages d'acteurs locaux pour mieux comprendre le mécanisme de développement et de mobilisation du territoire. Notre positionnement s'appuie sur les moments forts de l'Avesnois (histoire militaire, sociale, industrielle). Nous pratiquons un tourisme des valeurs qui permet de mobiliser les habitants, principaux acteurs de l'accueil, autour de thèmes forts de leur histoire. Nous accompagnons le territoire pour mettre en évidence son caractère identitaire à travers une offre touristique et culturelle. Pour faire du tourisme un levier de développement, nous avons initié, depuis deux ans, des animations à partir de contes et légendes ou de reconstitutions historiques, la mise en scène d'équipements touristiques ou culturels liés aux époques marquantes pour notre territoire, des activités de loisirs apportant des sensations.

### **GOT : Comment travaillez-vous sur l'offre?**

**N. D** : Le Pays Touristique intervient comme structure d'ingénierie auprès des communes et des communautés de communes afin d'identifier des projets prioritaires pouvant s'inscrire dans notre stratégie touristique. Nous accompagnons la définition des projets, leur mise en œuvre en mobilisant les acteurs locaux, nous recherchons des financements, nous assurons la communication.

Nous travaillons sur l'émotion et sur la mise en scène pour «donner à vivre» une situation au visiteur avec l'aide d'un réseau de compétences culturelles. Par exemple, sur le projet du fort de Leveau, nous avons travaillé avec l'association de sauvegarde du fort, une société de conseil et la Communauté d'Agglomération de Maubeuge sur un concept de mise en scène (angoisse ressentie par les soldats dans le fort, organisation de leur vie sociale). Autre exemple, nous avons soutenu la réflexion de l'association « autour du Sentier Émeraude » et d'une compagnie de théâtre locale, pour identifier un concept d'animation associant la population.

### **GOT : Comment professionnalisez-vous l'accueil ?**

**N. D** : Avec les neuf offices de tourisme et les quinze syndicats d'initiative, nous avons créé des journées découverte du territoire en juillet-août, une bourse de documents, une carte touristique et un document d'accueil commun. Avec un réseau de restaurants et de producteurs locaux, nous avons mis en place « l'Assiette de Pays » et nous organisons des éductours sur le territoire pour ces professionnels. Nous avons créé un réseau d'artisans d'art pour valoriser les savoir-faire traditionnels et leur évolution.

### **GOT : Quelles sont vos clientèles ?**

**N. D** : La clientèle de proximité, en excursion ou en court séjour, est constituée d'habitants du Nord - Pas-de-Calais attirés par la découverte de la nature et par la randonnée, et de Belges amateurs de gastronomie. Les touristes français ou étrangers sont intéressés par l'histoire militaire (fort de Leveau), par la vie sociale du territoire (écomusée de Fourmies), par les savoir-faire (musée de la Poterie de Ferrière-la-Petite). Les Anglais arrivent en deuxième position de notre clientèle étrangère, suivis par les Néerlandais.