

Fiche-action 2 : Valoriser l'offre économique et touristique du territoire dans une approche d'ambassadeur

LEADER 2014-2020	GAL du Pays Charolais Brionnais	
ACTION	N°2	Valoriser l'offre économique et touristique du territoire dans une approche d'ambassadeur
SOUS-MESURE	19.2 – Aide à la mise en œuvre d'opérations dans le cadre de la stratégie de développement local mené par les acteurs locaux	
1. DESCRIPTION GENERALE ET LOGIQUE D'INTERVENTION		
Axe 1 : Séduire de nouveaux habitants		
2. TYPE ET DESCRIPTION DES OPERATIONS		
<p>Le contrat de Pays 2008-2014 a permis d'accompagner le Pays dans la définition d'une stratégie de marketing territorial. Cette stratégie repose à la fois sur une promotion à l'extérieur du territoire (développement exogène) et sur une logique d'ambassadeurs qui permet de renforcer le sentiment d'appartenance et de destin commun (développement endogène). De plus, le Pays souhaite développer les outils permettant aux habitants d'être des « touristes au quotidien », les activités du territoire développées n'étant pas seulement destinées aux touristes mais aussi aux loisirs des habitants. A titre d'exemple, le territoire expérimente depuis quelques temps différents outils : newsletter hebdomadaire « Quoi faire ce week-end » adressée par mail à 1 500 abonnés, calendriers thématiques sur les brocantes et les randonnées... Ces outils ont été développés grâce à un partenariat étroit avec les offices de tourisme notamment. Les prestataires touristiques et économiques s'adressent également de plus en plus régulièrement au Pays pour faire connaître leur offre et travailler en réseau. Il convient donc de renforcer ces liens et d'améliorer la qualification de l'offre.</p> <p>Pour développer ce sentiment d'appartenance et améliorer la connaissance économique et touristique du territoire, il est indispensable que le territoire dispose de supports de communication adaptés, qu'ils soient classiques ou numériques, en cohérence avec les préconisations de la stratégie de marketing territorial du Pays: mettre en valeur un territoire vivant, qui dispose de services, mais aussi avec les actions de développement exogène menées par la Région et le Département. Certains outils existent : sites www.charolaisbrionnais.fr, www.sinstallerencharolaisbrionnais.fr, www.economiecharolaisbrionnais.fr. D'autres sont à développer : outils de parcours de découverte pour les nouveaux habitants, journées de découverte et d'échanges destinés aux prestataires touristiques et aux entreprises, pass découverte....</p> <p>En matière économique, il est nécessaire d'améliorer la connaissance de l'offre et de la qualifier, et de qualifier les offres d'activités : espaces de parcs d'activité disponibles, locaux à reprendre, présentation des principales filières, pour ensuite mieux la faire connaître localement et sur les territoires de proximité immédiate (pour des entreprises locales) et transmettre des données qualifiées aux structures régionales et départementales chargées de développement exogène</p> <p>L'objectif de l'action visera également à valoriser l'offre de services auprès de la population et des publics cibles.</p> <p><u>L'action consistera à accompagner :</u></p> <p>2.1 – Des actions visant à développer une culture d'accueil collective et la constitution de réseaux: journées d'échanges, forums, séminaires</p> <p>Le programme accompagnera les projets visant une meilleure appropriation des ressources et de l'offre du territoire auprès des relais du territoire : professionnels (acteurs du tourisme, santé,</p>		

économie), élus, techniciens des collectivités, ... : visites de sites, échanges sur des sujets précis, interventions sur les démarches de qualification, (dans le même esprit que les Educ'tours). Dans le domaine touristique, le GAL s'attachera à inciter les acteurs locaux à participer aux plans de formation régionaux.

Le programme accompagnera également les initiatives du type « Trophées des Entreprises », fédérant les acteurs locaux de l'économie et les élus : forums et séminaires avec des intervenants extérieurs, concours entre entreprises.

En matière de développement de l'offre médicale, le GAL encouragera les initiatives visant à faire découvrir le potentiel du territoire en organisant par exemple des sessions d'accueil (loisirs + rencontres de professionnels de santé locaux) pour les étudiants ou les internes du centre hospitalier, en partenariat avec les partenaires institutionnels et les professionnels de santé et les établissements médicaux et médico-sociaux.

2.2– Actions de valorisation locale de l'offre touristique et de loisirs, économique et de services : supports de communication et développement de bases de données

Le programme LEADER soutiendra :

- Les supports de communication et bases de données valorisant l'offre économique locale : supports Internet, documents papier de présentation des offres qualifiées. La promotion extérieure (salons) ne sera pas soutenue par le programme, le Pays s'intégrant dans les démarches départementales (avec l'ADT) et régionales (avec le CRT).
- Les supports de communication et bases de données valorisant l'offre de services et de santé
- Les supports de communication et bases de données présentant l'offre touristique à destination des touristes et des habitants, en cohérence avec les stratégies régionales et départementales. Ces actions de communication seront complémentaires du travail d'animation d'une politique d'accueil conduite par le GAL.

3. TYPE DE SOUTIEN

Subvention

4. LIENS AVEC D'AUTRES REGLEMENTATIONS

Sans Objet

5. COUTS ADMISSIBLES

Action 2.1 :

- Frais de communication : conception d'outils web et print, réalisation, éditions et impressions de documents et supports de communication (plaquettes, affiches, roll up, vidéos), prestations extérieures.
- Frais d'organisation d'évènements : prestations extérieures, frais de location de salle et de matériel, frais de déplacement (réel ou forfait), frais de restauration (réel ou forfait).

Action 2.2 :

- Frais de communication : conception d'outils web et print, réalisation, éditions et impressions de documents et supports de communication (plaquettes, affiches, roll up, vidéos), prestations extérieures.

6. BENEFICIAIRES

Collectivités territoriales et leurs regroupements, Pôle d'équilibre territorial et rural, Associations de droit public, Associations de droit privé, Chambres consulaires, Syndicats professionnels ou interprofessionnels (définis par article L2111-1 et suivants du Code du travail)

7. CONDITIONS D'ADMISSIBILITE
Les projets à l'échelle d'une seule commune ne seront pas éligibles. Les dossiers devront contenir une note démontrant que l'action a une portée Pays ou à minima intercommunale.
8. ELEMENTS CONCERNANT LA SELECTION DES OPERATIONS
Les projets devront démontrer leur caractère collectif et s'intégrer dans la stratégie de marketing territorial du territoire. Les projets seront sélectionnés sur la base de la grille de sélection du GAL.
9. MONTANTS ET TAUX D'AIDE APPLICABLES
Taux maximal d'aides publiques : 100 % Taux fixe de cofinancement LEADER : taux de 80 % de la dépense publique nationale retenue Pour les actions récurrentes, l'aide sera limitée à 3 ans et dégressive de 10 points par an, applicable sur le taux d'intervention FEADER.
10. INFORMATIONS SPECIFIQUES SUR LA FICHE-ACTION
<ul style="list-style-type: none">- Nombre d'actions de communication engagées dans chacune des thématiques : tourisme, services et santé, économie- Nombre de séminaires ou de forums– Objectif : au moins 5 fin 2023. Au moins 2 projets engagés fin 2018- Nombre d'annonces qualifiées diffusées- Nombre d'annonces pourvues - Nombre de personnes participant à l'action