

LEADER 2014-2020	<i>Pays Chaunois</i>
ACTION	N°4 Construire une image de territoire fédératrice et communiquer dans une logique d'attractivité
SOUS-MESURE	19.2 : Aide à la mise en œuvre d'opérations dans le cadre de la stratégie de développement local menée par les acteurs locaux
DATE D'EFFET	Date de signature de la présente convention

1. DESCRIPTION GENERALE ET LOGIQUE D'INTERVENTION

a) Contexte au regard de la SLD

La redynamisation du territoire par l'arrivée de nouvelles populations induit de travailler sur l'image de celui-ci et la façon de la valoriser à l'extérieur. Ce travail de promotion se destine particulièrement aux potentiels touristiques ciblés mais, plus largement, aux populations susceptibles de s'installer sur le territoire. Force est en effet de constater que le territoire n'est aujourd'hui pas véritablement identifié comme une destination attractive auprès des territoires extérieurs, et ce malgré l'existence avérée de nombreux atouts (cadre de vie, position de carrefour et proximité de la région parisienne, renouvellement économique, etc).

Ainsi la fiche-action présente une dimension transversale aux précédentes fiches dans la mesure où les actions menées dans le cadre de ces dernières ne pourront atteindre leur objectif d'attractivité qu'à condition qu'elles soient valorisées pour atteindre les publics visés. Elle aura donc pour ambition préalable à toute opération de communication, de donner suite aux travaux de mise en réseau et d'études engagés dans les précédentes fiches-actions, notamment ceux de la fiche-action 1, à l'échelle de l'ensemble du territoire, par la structuration d'une identité claire et lisible. La communication interviendra comme un outil de mise en valeur de ces réflexions stratégiques et sera conditionnée, là aussi, au déploiement d'actions à une échelle structurante entendue comme étant celle du Pays.

b) Objectifs stratégiques et opérationnels

Objectifs stratégiques :

- Développer une échelle d'intervention « structurante » et coordonnée à l'échelle du Pays
- Contribuer à un maillage efficient et qualitatif des services sur le territoire pour renforcer l'attractivité touristique et résidentielle

Objectifs opérationnels :

- Mieux connaître les représentations qu'ont les habitants et les touristes du territoire
- Faire connaître les atouts du territoire auprès des habitants et des touristes
- Construire une image propre au territoire tout en l'articulant avec les politiques régionales et celles des territoires voisins en matière de développement touristique

c) Effets attendus

- Renforcement de l'image du territoire et de la visibilité de l'offre d'accueil (touristique, professionnelle, etc).
- Développement des savoir-faire en matière de communication innovante.
- Accroissement des investissements extérieurs et des nouveaux habitants sur le territoire.

2. TYPE ET DESCRIPTION DES OPERATIONS

I. Etudes ou diagnostics précisant les représentations et l'image qu'ont les habitants ou les populations extérieures - notamment les touristes - du territoire

II. Etudes stratégiques visant à consolider une identité unique et différenciante du territoire et à clarifier les éléments de langage partagés (ex : élaboration d'un Schéma Directeur de la Signalétique Touristique, etc)

- III. Mise en application de la stratégie de communication/marketing territorial** (cf. fiche-action n°1), notamment par la création et la mise en valeur d'une identité visuelle à l'échelle du Pays Chaunois (*ex : charte graphique, logos, signalétique partagée, actions de coordination et de mutualisation de la communication, etc*)
- IV. Actions de communication s'appuyant sur la création d'outils physiques ou sur un média de nature numérique, audio, visuel ou papier en lien avec les stratégies et plans d'actions locaux en matière de tourisme et de services à la population** (*ex : réalisation de vidéos de promotion du Pays et de ses acteurs, création d'un magazine de Pays, amélioration et mise en réseau des sites internet spécifiques, audioguides numériques, catalogue touristique complet des sites du territoire, applications mobiles, audioguides, etc*)
- V. Actions incitant les habitants à devenir ambassadeurs de leur territoire** (*ex : mise en place d'une « carte d'ambassadeur », organisation de journées portes ouvertes ou de visites guidées pour les nouveaux arrivants, etc*)
- VI. Mise en place et animation d'un portail collaboratif** à destination des habitants, des entreprises, des porteurs de projets et des nouveaux arrivants, permettant aux acteurs du territoire d'assurer la communication et la promotion des offres d'activités, de services, de santé et éventuellement d'emploi à l'échelle du Pays Chaunois.
- VII. Actions de promotion et de prospection exogène**
- Soutien aux initiatives en matière de promotion des savoir-faire et productions locales à l'extérieur du territoire (*ex : participation à des salons, festivals ou tout autre évènement de rayonnement national, etc*)
 - Actions de promotion du territoire et de ses opportunités à l'occasion d'événements d'envergure drainant un public provenant d'autres territoires
 - Opérations collectives visant à la promotion du territoire et la prospection des cibles sur les lieux où transitent des visiteurs (*gares, aires de services, campings et hébergements touristiques, marchés et sites touristiques, etc*)
 - Actions visant à faire découvrir, aux personnes extérieures, le potentiel économique et à valoriser l'habitabilité du territoire par l'organisation de sessions d'accueil de type « Educ'Tour », notamment sur le thème de la santé. De manière générale, des actions spécifiques visant à promouvoir à l'exogène les offres d'emploi non pourvues ou en tension ainsi que les secteurs d'activité en développement pourront être encouragées.
 - Résidences d'artistes ou de créateurs sous réserve d'une mise en valeur du Pays Chaunois et de son patrimoine historique, artistique, culturel ou naturel.

3. TYPE DE SOUTIEN

L'aide est accordée sous forme de subvention.

4. LIENS AVEC D'AUTRES REGLEMENTATIONS

Echelle locale :

- Contrat de ruralité (Pays Chaunois, 2017)

Echelle départementale :

- Schéma Départemental d'Amélioration de l'Accessibilité des Services au Public (Préfecture, Conseil Départemental de l'Aisne, en cours de finalisation)
- Schéma Départemental du tourisme de l'Aisne 2016-2020 (Conseil départemental de l'Aisne)

Références aux objectifs du Cadre stratégique commun et aux priorités de l'UE pour le développement rural :

- Règlement du Développement Rural : Règlement (UE) n°1305/2013 relatif au développement rural par le Fonds européen agricole pour le développement rural (FEADER)
- Programme de Développement Rural (PDR) de Picardie 2014-2020 validé le 24 novembre 2015

- PO Picardie FEDER / FSE 2014-2020 validé le 18 décembre 2014

5. BENEFICIAIRES ELIGIBLES

- Syndicat mixte du Pays Chaunois
- Autres collectivités territoriales et leurs groupements (Communes, EPCI, etc.)
- Etablissements Publics (et d'enseignement inclus)
- Maison ou Office du tourisme
- Associations loi 1901
- Chambres / organisme consulaires
- Etablissements publics ou privés agréés de formation
- Syndicats de formation liés à la communication et au développement économique et touristique
- Groupements d'Intérêt Public (GIP) et, par extension, des Groupements d'Intérêt Economique (GIE), intervenant dans le domaine de l'administration et des services, de l'emploi, du commerce, de l'action sanitaire et sociale, du tourisme, de la culture (dont arts et spectacles) et de la protection de l'environnement
- Entreprises (Microentreprises ; Entreprises artisanales, commerciales et de services ; TPE/PME au sens communautaire) et leurs groupements quel que soit leur secteur d'activité
- Sociétés coopératives : Coopératives d'entreprises (agricoles, d'artisans, de commerçants), coopératives de production (SCOP), coopératives multi-sociétaires (SCIC), coopératives d'activités et d'emploi (CAE), Coopératives de consommateurs, coopératives scolaires et coopératives européennes
- Syndicats professionnels liés au développement économique et touristique
- Personnes physiques disposant d'un numéro SIRET

6. DEPENSES ELIGIBLES

Dépenses de personnel dans le cadre d'actions ne s'inscrivant pas dans les mesures 19.3 et 19.4 :

- Frais salariaux (salaires et charges)
- Frais de déplacements, d'hébergement et de restauration en lien direct avec le projet (selon barèmes en vigueur, sous réserve de présentation de justificatifs)

Dépenses immatérielles :

- Frais de fonctionnement et d'organisation directement liés à l'opération (hors charges locatives courantes de la structure porteuse, frais de télécommunication, location et entretien de locaux)
- Frais de prestations externes :
 - Etudes, conseils, diagnostics, expertises, ingénierie nécessaires à la bonne réalisation du projet, par exemple en matière d'hygiène et de sécurité, ou dans les champs de la sociologie, du marketing territorial et de la communication.
 - Frais de communication et de prestation directement liés à la réalisation du projet :
 - Frais de conception (contenu, conception graphique, etc)
 - Frais d'édition (impression, montage numérique ou fabrication de signalétique)
 - Frais de diffusion (publicité, publications diverses, distribution)
 - Frais d'animation (experts en animation en évènementiel, intervenants extérieurs, artistes, etc)
 - Frais de réception (location de salle, achats (boissons, aliments et/ou fournitures) et/ou traiteur qui favorise l'utilisation de produits locaux)
 - Location de matériel et d'équipement directement liée à l'opération
 - Frais d'entretien du matériel et des équipements nécessaires au bon déroulement de l'opération
- Acquisition ou développement de logiciels informatiques directement liés à la réalisation du projet et non liés au financement d'un poste (ingénierie) : plateforme numérique, outils de gestion et de commercialisation, site Internet et système d'information locaux en réseau, etc.
- Participation à des évènements (frais d'inscription, de déplacement, d'hébergement et de restauration selon barèmes en vigueur, sous réserve de présentation de justificatifs)

Dépenses matérielles :

- Acquisition de matériel et d'équipements (matériel informatique, bureautique, technique et numérique, outillage, animaux, outils pédagogiques, etc) directement rattachables à l'opération, et non liés au financement d'un poste (ingénierie)
- Equipements de diffusion communicationnelle (impression, reprographie, matériel audio et vidéo, etc)
- Investissements de rénovation, réhabilitation ou création d'équipement, y compris :
 - Les frais de construction, d'extension, de dépollution et de démolition
 - Les frais d'aménagements frais consistant en travaux de construction, de rénovation intérieur et extérieur directement rattachables à l'opération
 - L'achat et les frais d'installation de mobilier, notamment urbain, de signalisation, de signalétiques directionnelles, de panneaux d'information, de bornes, de plaques, de balisage, de signalétique d'entrée sur le territoire, de support de communication directement rattachables à l'opération
- Acquisition de matériel de sécurité directement imputable au projet en vue de la protection des locaux, des équipements et des personnes
- Dépenses liées au respect des obligations en matière de publicité européenne

Dépenses non-éligibles :

- La valorisation de postes/missions non dédiés aux projets accompagnés par LEADER
- Les contributions volontaires en nature (en travail, en biens, en services)
- Acquisition de matériel et d'équipement d'occasion
- Communication des institutions publiques ou privées pour leur communication courante n'étant pas en lien direct avec le projet
- Dépenses liées au parc de véhicules

7. CONDITIONS D'ADMISSIBILITE

8. ELEMENTS CONCERNANT LA SELECTION DES OPERATIONS

Les dossiers seront retenus au moyen d'une grille de sélection - dont les critères sont déterminés en amont par le Comité de programmation - avec un seuil minimum de points à obtenir.

Les porteurs seront auditionnés, en amont du Comité de programmation, selon les modalités définies par le Groupe d'Action Locale dans son règlement intérieur.

9. MONTANTS ET TAUX D'AIDE APPLICABLES

Taux de cofinancement du FEADER : 80%

Taux maximum d'aides publiques :

Au titre de cette fiche-action, les taux d'intervention maximaux de l'aide publique totale seront les suivants, selon les modalités associées aux co-financements mobilisés et sous réserve de l'application des règles nationales et de la réglementation communautaire sur les aides d'Etat :

- 100% pour les projets pilotes ou justifiant d'un caractère expérimental a minima à l'échelle du Pays (cf. grille de sélection)
- 60% pour les actions d'équipement matériel
- 80% pour les autres projets éligibles dans le cadre de la fiche-action

Autres modalités de financement, le cas échéant (plafonds, planchers, etc) :

Le montant de FEADER accordé lors de la décision d'attribution du Comité de programmation ne pourra être inférieur à 1 000 € par projet.

Toutes les actions relevant de la présente fiche-action seront plafonnées à hauteur de 20.000 € de FEADER par

projet, sauf déplaçonnement sur attribution d'une note d'excellence.

Le soutien de LEADER est au maximum de 3 ans par projet. Les dépenses de fonctionnement et projets récurrents ne proposant pas d'amélioration significative d'une année sur l'autre, verront leur aide diminuer au-delà de la première année :

- Année N : 100% du taux maximum d'aides publiques applicable au projet
- Année N+1 : 80% du taux maximum d'aides publiques applicable au projet
- Année N+2 : 60% du taux maximum d'aides publiques applicable au projet

10. INFORMATIONS SPECIFIQUES SUR LA FICHE ACTION (SUIVI)

Questions évaluatives :

- Les actions menées ont-elles permis de renforcer l'identité et l'attractivité du territoire ?
- Des actions ont-elles été développées à l'échelle du Pays, confortant ce dernier comme territoire de projet ?
- Les projets ont-ils permis d'attirer sur le territoire des personnes ou capitaux extérieurs ?
- Les populations habitantes et extérieures sont-elles mieux informées de l'offre de services et d'activités de tourisme et de loisirs du territoire ?

Indicateurs de réalisation :

- Nombre de dossiers programmés au total et par type d'opération
- Nombre et nature des supports de communication créés
- Nombre de projets mettant en valeur le territoire, permettant ainsi une meilleure identification de ce dernier par les habitants et les populations extérieures (cf. grille de sélection)

Indicateurs quantitatifs de suivi financier :

- Montant moyen de subvention attribué
- Montant moyen de dépense publique par dossier

Indicateurs de résultats :

- Nombre de publics impactés par les dispositifs de communication (fréquentation de sites Internet, documents/plaquettes distribuées, statistiques réseaux sociaux, etc)
- Nombre de projets à l'échelle Pays (cf. grille de sélection)