

**ANNEXE 6 : FICHES-ACTIONS MOBILISEES PAR LE GAL**

LEADER 2014-2020	GAL PAYS HAUT LANGUEDOC ET VIGNOBLES	
ACTION	N°4	Sites en marchés : commercialisation
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	
DATE D'EFFET	09/02/2016 Modalités applicables à tous les dossiers programmés à compter de cette date.	
<b>1. DESCRIPTION GENERALE ET LOGIQUE D'INTERVENTION</b>		
a) Orientations stratégiques du programme LEADER		
<p>Domaine prioritaire du PDR :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- P6 : promouvoir l'inclusion sociale, la réduction de la pauvreté et le développement économique dans les zones rurales</li> </ul> <p>Orientations stratégiques LEADER :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- une politique coordonnée de la gestion de l'espace</li> <li>- une dynamique du vivre ensemble</li> </ul>		
b) Objectifs stratégiques et opérationnels		
<p>Le diagnostic du territoire a mis en évidence les constats et enjeux stratégiques suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Le tourisme, facteur de développement économique et créateur d'emploi pour le territoire,</li> <li>- Une notoriété de la destination touristique encore faible,</li> <li>- Un positionnement thématique touristique du territoire qui répond aux tendances actuelles et aux attentes des clientèles,</li> <li>- Un contexte à forte concurrence entre les destinations touristiques dans lesquelles il faut se différencier et être lisible,</li> <li>- Une structuration des acteurs et des sites à conforter,</li> <li>- Une offre touristique diversifiée et de qualité qu'il convient de mettre en marché,</li> <li>- Le développement de la fréquentation, en particulier sur les ailes de saisons, comme enjeu prioritaire,</li> <li>- La nécessité d'une politique marketing efficiente.</li> </ul> <p>Objectif stratégique :</p> <p>L'objectif stratégique est de <b>promouvoir et mettre en marché l'offre touristique (Activités de Pleine Nature, Bien-être, œnotourisme, patrimoine).</b></p> <p>Objectifs opérationnels :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Doter le territoire d'une stratégie et d'outils marketing cohérents, en adéquation avec les attentes des clientèles.</li> <li>2. Accompagner l'émergence d'une offre de loisirs innovante et de qualité, par la création de produits touristiques nouveaux et optimiser leur mise en marché.</li> <li>3. Optimiser la promotion, la communication et la commercialisation de l'offre touristique notamment en matière de nouvelles technologies.</li> </ol>		
c) Effets attendus		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La fréquentation touristique est en augmentation, en particulier sur les ailes de saison (printemps et automne)</li> <li>2. Le territoire bénéficie d'une meilleure notoriété</li> <li>3. Le chiffre d'affaires touristique global est conforté</li> <li>4. L'emploi dans le domaine du tourisme est conforté</li> </ol>		
<b>2. TYPE ET DESCRIPTION DES OPERATIONS</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Soutien à la réalisation d'études (par exemple : clientèles, marketing, bases de données), d'enquêtes de satisfaction et à la création et au développement de dispositifs et d'outils de suivi liés à la fréquentation touristique ou aux retombées économiques de la destination.</li> </ol>		

2. Elaboration, animation, coordination, suivi et mise en œuvre d'actions collectives de sensibilisation (par exemple : formation-action, éductours, ateliers) auprès des professionnels du tourisme sur la connaissance du territoire, les enjeux de la qualification de l'offre et de la mise en marché.
3. Soutien à la réalisation d'études préalables pour la création de produits touristiques liés à l'offre touristique thématique.
4. Elaboration, animation, suivi et mise en œuvre d'actions et d'outils collectifs de promotion, de communication, de mise en marché et de commercialisation de l'offre et des produits touristiques liés aux thématiques et inscrits à l'échelle de la destination touristique Haut Languedoc et Vignobles.

### 3. TYPE DE SOUTIEN

Subvention

### 4. LIENS AVEC D'AUTRES REGLEMENTATIONS

Le taux d'aide publique est fixé dans le respect de la réglementation communautaire sur les aides d'Etat et des règles nationales en termes d'autofinancement minimum.

### 5. BENEFICIAIRES

- Collectivités territoriales et leurs groupements dont syndicats mixtes
- EPIC (Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial)
- Associations loi 1901

### 6. COUTS ADMISSIBLES

#### **1. Soutien à la réalisation d'études (par exemple : clientèles, marketing, bases de données), d'enquêtes de satisfaction et à la création et au développement de dispositifs et d'outils de suivi liés à la fréquentation touristique ou aux retombées économiques de la destination**

- Prestations de conseils, études et expertises externes
- Achat de licences et logiciels
- Prestations de services (informatique et développement)
- Matériels et équipements (mobiliers, techniques, informatiques et numériques)
- Frais d'impression
- Prestations de communication
- Frais d'affranchissement
- Frais de déplacement rattachés à l'opération (calculés au réel sur justificatif, si la structure bénéficiaire dispose d'un barème, les frais pourront être calculés sur cette base)
- Frais d'hébergement rattachés à l'opération (calculés au réel sur justificatif, si la structure bénéficiaire dispose d'un barème, les frais pourront être calculés sur cette base)
- Frais de restauration rattachés à l'opération (calculés au réel sur justificatif, si la structure bénéficiaire dispose d'un barème, les frais pourront être calculés sur cette base)
- Coûts de personnel (salaires et charges)
- Frais de structure dans la limite des 15 % des charges de personnel directement affectées au projet

#### **2. Elaboration, animation, coordination, suivi et mise en œuvre d'actions collectives de sensibilisation (par exemple : formation-action, éductours, ateliers) auprès des professionnels du tourisme sur la connaissance du territoire, les enjeux de la qualification de l'offre et de la mise en marché**

- Prestations de conseils, études et expertises externes
- Frais de déplacement rattachés à l'opération (calculés au réel sur justificatif, si la structure bénéficiaire dispose d'un barème, les frais pourront être calculés sur cette base)
- Frais d'hébergement rattachés à l'opération (calculés au réel sur justificatif, si la structure bénéficiaire dispose d'un barème, les frais pourront être calculés sur cette base)
- Frais de restauration rattachés à l'opération (calculés au réel sur justificatif, si la structure bénéficiaire dispose d'un barème, les frais pourront être calculés sur cette base)
- Coûts de personnel (salaires et charges)
- Frais de structure dans la limite des 15 % des charges de personnel directement affectées au projet
- Frais d'impression
- Prestations de communication
- Prestation de services (informatique et développement)
- Frais d'affranchissement
- Frais de location de véhicule

### **3. Soutien à la réalisation d'études préalables pour la création de produits touristiques liés à l'offre touristique thématique**

- Prestations de conseils, études et expertises externes
- Prestations de services (informatique et développement)
- Frais d'impression
- Prestations de communication
- Frais d'affranchissement
- Frais de déplacement rattachés à l'opération (calculés au réel sur justificatif, si la structure bénéficiaire dispose d'un barème, les frais pourront être calculés sur cette base)
- Frais d'hébergement rattachés à l'opération (calculés au réel sur justificatif, si la structure bénéficiaire dispose d'un barème, les frais pourront être calculés sur cette base)
- Frais de restauration rattachés à l'opération (calculés au réel sur justificatif, si la structure bénéficiaire dispose d'un barème, les frais pourront être calculés sur cette base)
- Coûts de personnel (salaires et charges)
- Frais de structure dans la limite des 15 % des charges de personnel directement affectées au projet

### **4. Elaboration, animation, suivi et mise en œuvre d'actions et d'outils collectifs de promotion, de communication, de mise en marché et de commercialisation de l'offre et des produits touristiques liés aux thématiques et inscrits à l'échelle de la destination touristique Haut Languedoc et Vignobles**

- Prestations de conseils, études et expertises externes
- Frais de déplacement rattachés à l'opération (calculés au réel sur justificatif, si la structure bénéficiaire dispose d'un barème, les frais pourront être calculés sur cette base)
- Frais d'hébergement rattachés à l'opération (calculés au réel sur justificatif, si la structure bénéficiaire dispose d'un barème, les frais pourront être calculés sur cette base)
- Frais de restauration rattachés à l'opération (calculés au réel sur justificatif, si la structure bénéficiaire dispose d'un barème, les frais pourront être calculés sur cette base)
- Coûts de personnel (salaires et charges)
- Frais de structure dans la limite des 15 % des charges de personnel directement affectées au projet
- Frais d'impression
- Prestations de communication
- Prestations marketing
- Frais d'affranchissement
- Prestations de services (traduction et audiovisuel)
- Matériels et équipements (mobiliers, techniques, informatiques et numériques)
- Achat de licences et logiciels
- Frais de location ou d'achat de matériels, équipements, aménagement d'espaces d'exposition (mobiliers, techniques, informatiques et numériques)
- Frais d'inscriptions aux salons, séminaires, colloques
- Locations de salles

#### **Dépenses inéligibles**

- Acquisition de véhicule
- Acquisition de foncier et d'immobilier

### **7. CONDITIONS D'ADMISSIBILITE**

Conditions d'admissibilité du bénéficiaire :

Pour les opérations de :

- Soutien à la réalisation d'études (par exemple : clientèles, marketing, bases de données), d'enquêtes de satisfaction et à la création et au développement de dispositifs et d'outils de suivi liés à la fréquentation touristique ou aux retombées économiques de la destination,
- Elaboration, animation, coordination, suivi et mise en œuvre d'actions collectives de sensibilisation (par exemple : formation-action, éductours, ateliers) auprès des professionnels du tourisme sur la connaissance du territoire, les enjeux de la qualification de l'offre et de la mise en marché,
- Soutien à la réalisation d'études préalables pour la création de produits touristiques liés à l'offre touristique thématique,
- Elaboration, animation, suivi et mise en œuvre d'actions et d'outils collectifs de promotion, de communication, de mise en marché et de commercialisation de l'offre et des produits touristiques liés aux thématiques et inscrits à l'échelle de la destination touristique Haut Languedoc et Vignobles.

sont éligibles les bénéficiaires suivants :

- Collectivités territoriales et leurs groupements dont syndicats mixtes
- EPIC
- Associations loi 1901

Conditions d'éligibilité du projet :

- Le projet doit être réalisé à minima sur des communes du GAL hormis pour la participation à des événements (par exemple : salons, séminaires, colloques).
- Les opérations d'études, de conseils et d'expertises devront fournir un cahier des charges (le contexte, la présentation du candidat, les attendus, la méthodologie, les références).
- Pour les documents de communication, les chartes graphiques en vigueur (Charte touristique et patrimoniale du Pays HLV, charte du Pays HLV, du Pays d'Art et d'Histoire, de l'Opération Grand Site...) devront être respectées (le porteur de projet devra fournir un engagement signé au dépôt de la demande de financement).
- Le projet devra présenter une note méthodologique de mise en œuvre du projet (le contexte, la présentation du projet, la cible de clientèle, le territoire concerné).
- Le bénéficiaire de l'aide s'engage à autoriser l'accès aux données au Syndicat Mixte du Pays Haut Languedoc et Vignobles (une autorisation d'accès et d'exploitation des données signée du bénéficiaire est jointe à la demande d'aide).

#### 8. ELEMENTS CONCERNANT LA SELECTION DES OPERATIONS

Les projets seront notés/apprécies sur la base des principes de sélection suivants :

- Contribution du projet à la stratégie territoriale du Pays Haut Languedoc et Vignobles « Vivre ensemble 2014-2020 », « Schéma Local d'Organisation et de Développement Touristique 2 », « Label Pays d'Art et d'Histoire », « Opération Grand Site », « Vignobles et Découvertes » (sous réserve de validation par l'ASP et l'Autorité de Gestion par voie d'avenant)
- Contribution du projet à la mise en œuvre de la stratégie du GAL
- Contribution du projet à une démarche collective multi-partenariale
- Contribution au développement et à la qualification de l'offre touristique
- Contribution au développement de la notoriété de la destination touristique Haut Languedoc et Vignobles

#### 9. MONTANTS ET TAUX D'AIDE APPLICABLES

Taux de cofinancement du FEADER : 80 %.

L'aide publique est de 80 % mais peut être limitée le cas échéant à un pourcentage inférieur suivant les dispositions des régimes d'aides d'état applicables.

#### 10. INFORMATIONS SPECIFIQUES SUR LA FICHE-ACTION

a) Suivi

Modalités d'évaluation spécifiques à la mesure : Evaluation à mi-parcours ou Evaluation ex-post.

Question évaluative :

- De quelle manière les projets et actions ont permis d'améliorer la notoriété du territoire ?

Indicateurs :

TYPE D'INDICATEURS	INDICATEURS	CIBLE
Réalisation	Nombre d'outils de promotion réalisés	40
Réalisation	Nombre de produits touristiques créés	20
Résultats	Evolution de la notoriété du territoire sur internet et les réseaux sociaux (nb de contacts)	+ 2 000
Résultats	Evolution de la fréquentation touristique	+ 2 %
Résultats	Maintien de l'emploi touristique	+ 0,2 %