

La stratégie est « **Agir ensemble pour une économie novatrice de proximité en Flandre** »

Axe 4 : Mise en tourisme de l'identité des Flandres

Fiche-action 4.1 : Structuration et définition de l'identité des Flandres

LEADER 2014-2020	GAL DES FLANDRES	
ACTION	N°4.1	Structuration et définition de l'identité des Flandres
1. DESCRIPTION GENERALE ET LOGIQUE D'INTERVENTION		
a) Priorités ciblées		
<p><u>Priorités ciblées du PDR :</u></p> <ul style="list-style-type: none">. La création d'activités et/ou reprise de petites entreprises permettant le maintien ou la création d'emplois en fonction des besoins et potentiels économiques du territoire et au confortement de l'économie de proximité (SAP, tourisme de proximité, économie sociale et solidaire, artisanat, commerce...).. La valorisation à caractère économique des ressources patrimoniales, culturelles et naturelles. <p><u>Priorités régionales :</u></p> <ul style="list-style-type: none">. Soutenir de façon équilibrée, durable et solidaire le développement de l'activité locale et la création d'emploi.. Maintenir la qualité de vie des habitants de la Région Nord Pas de Calais.		
b) Constat à partir du diagnostic		
<p>Le diagnostic territorial révèle trois idées majeures :</p> <ul style="list-style-type: none">- Dépendance des grandes entreprises et culture salariale forte sur le territoire.- Potentiel de développement de l'économie touristique encore sous-exploité.- Économie touristique = économie non délocalisable, car elle se base sur les éléments propres au territoire. <p>L'économie touristique est une thématique travaillée à l'échelle des Pays de Flandre depuis quasiment une décennie. Le territoire s'est ainsi doté en 2013 d'une stratégie territoriale, avec un plan d'actions pluriannuel. Cette stratégie est accompagnée par le Conseil Régional par le biais d'un Contrat de Rayonnement Touristique.</p> <p>L'image du territoire demande à être renforcée et structurée afin de bénéficier à plein de l'image des Pays de Flandre vis-à-vis des habitants, des excursionnistes et des touristes. Il est également nécessaire de cerner au mieux les attentes, les demandes de la clientèle Nord-Européenne.</p> <p>De plus il est également important de structurer un réseau qualitatif et reconnu d'estaminets (établissements identitaires du territoire)</p>		
c) Objectifs stratégiques et opérationnels		
<p><u>Objectifs stratégiques :</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Renforcer la notoriété du territoire (axe 1 du Contrat de Rayonnement Touristique)- Décliner l'identité du territoire en itinérances (axe 2 du Contrat de Rayonnement Touristique)- Expérimenter la double culture du territoire comme un élément de distinction (axe 4 du Contrat de Rayonnement Touristique)- Garantir l'authenticité du territoire (axe 5 du Contrat de Rayonnement Touristique) <p>A ces objectifs s'en ajoute un dernier :</p> <ul style="list-style-type: none">- Développer l'innovation, que ce soit au niveau technique ou dans l'échange partenarial, dans le secteur du tourisme		

Objectifs opérationnels :

- Faire de Pays de Flandre Tourisme un élément de marketing territorial pour la Flandre rurale.
- Développer et structurer un réseau d'établissements de restauration spécifiques au territoire (les estaminets), sur le modèle de ce qui a été réalisé pour les « bouchons lyonnais ».

d) Effets attendus

- Développement et maintien de l'emploi local.
- Mise en réseau des professionnels du tourisme.
- Se servir de l'économie touristique pour stimuler une vie économique de proximité pour les habitants (développement du lien social chez les habitants).
- Développer l'attractivité et la notoriété du territoire (par la valorisation de ses ressources), et ainsi, le rendre attractif aux yeux des entrepreneurs.
- Augmentation de la fréquentation chez les professionnels du tourisme (hébergeurs, restaurateurs, musées...).
- Développement d'une nouvelle offre, personnalisée selon les publics-cibles.

2. TYPE ET DESCRIPTION DES OPERATIONS

Les opérations doivent participer à la mise en tourisme de l'identité et de l'authenticité des Flandres :

- Réalisation d'un cahier de tendances à destination des professionnels du tourisme,
- Structurer un réseau d'estaminets par le biais d'audits qualité et d'outils de promotion,
- Etudes sur les attentes des clientèles nord-européennes, développement d'outils de communication et formations des prestataires touristiques aux attentes de cette clientèle.

3. TYPE DE SOUTIEN

Subventions

Mode d'attribution : **appels à projets permanents** (présentation de dossiers à chaque CP – au moins 4/an)

4. BENEFICIAIRES

Bénéficiaires éligibles :

Publics :

Collectivités territoriales

Etablissements publics (Communautés de Communes, Communes, Syndicat Mixte, Pays)

Organismes consulaires

Privés :

Associations loi 1901 dont l'objet est le développement local et le tourisme (Pays de Flandre Tourisme, Lys Sans Frontières, offices de tourisme).

Autres précisions sur les bénéficiaires :

Les bénéficiaires ayant un siège social en dehors du périmètre du GAL ne sont éligibles que si les opérations accompagnées ont lieu sur le périmètre du territoire du GAL.

5. CONDITIONS D'ADMISSIBILITÉ

Critères d'éligibilité :

Pour bénéficier du LEADER, les porteurs de projets doivent :

- Répondre à au moins un des 6 axes du schéma de développement touristique des Flandres
- Action collective
- Pour les études et les consultations : écriture d'un cahier des charges pour la mise en œuvre et pour les audits : réalisation d'une grille d'analyse des établissements

- Pour les publications traduction en Néerlandais et ou Flamand.

6. ELEMENTS CONCERNANT LA SELECTION DES OPERATIONS

Critères de sélection : mesurables et vérifiables (serviront pour les coefficients dans la grille de sélection, peuvent aussi faire référence au PDR page 581).

Les critères de sélection suivants permettront de classer les projets et ainsi d'accompagner les meilleurs d'entre eux :

- Conformité avec l'axe 2 du CRT sur l'authenticité.
- Nombre et qualité du partenariat mobilisé ou associé au projet.
- Nombre de bénéficiaires finaux.
- Intégration du numérique dans le projet.
- Intégration du développement durable dans le projet.

7. DEPENSES ELIGIBLES

Investissement immatériel

- Prestations externes : études, évaluation, conseil, diagnostic, expertise, ingénierie, étude préalable (d'opportunité et/ou faisabilité), honoraires de maîtrise d'œuvre ;
- Prestations externes : mise en place d'audits pour la mise en place du réseau de véritables estaminets flamands ;
- Prestations externes d'organismes de formation (coûts pédagogiques, rémunération d'intervenants, location de salle).
- Acquisition de logiciels informatiques et acquisition de brevets, licences, logiciels de CRM.
- Prestations externes : Communication
Conception et pose de signalétique (plaque, panneaux, affiches, enseignes)
Publications et éditions (conception, impression, diffusion et réalisation, frais de traduction)
Conception et actualisation de site Web dédié au projet, supports multimédia, applications mobile, géolocalisation.
Conception, montage et création d'une vidéo de promotion et frais liés à la réalisation de DVD ou de clés USB contenant cette vidéo de promotion.
Annonces et insertions presse et radios, e-mailing.
Dépenses liées à la mise en place d'une publicité sur le financement européen du projet

Dépenses exclues : les frais de personnel sont inéligibles.

8. MONTANTS ET TAUX D'AIDES APPLICABLES

Taux de cofinancement du FEADER : 70 %

Taux maximum d'aide publique : 100 % pour les opérateurs publics avec apport minimal de 30 % et 70 % pour les opérateurs privés.

Pour être recevable à un financement FEADER, le **coût minimal total** du projet sera :

- De 7000 € pour un projet porté par un opérateur privé.
- De 10 000 € pour un projet porté par un opérateur public.

Plancher d'aides :

- S'agissant des projets portés par un opérateur privé, le montant minimal de FEADER affecté par dossier ne pourra être inférieur à 3000 €.
- S'agissant des projets portés par un opérateur public, le montant minimal de FEADER affecté par dossier ne pourra être inférieur à 5000 €.

Plafond d'aides :

Le montant d'aide maximum de FEADER est fixé à 20 000 € par projet.

9. LIENS AVEC D'AUTRES REGLEMENTATIONS

Régime d'aides :

Règlement N °1407/2013 de la Commission Européenne du 18 décembre 2013 relatif à l'application des articles 107 et 108 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne aux aides de minimis

10. INFORMATIONS SPECIFIQUES SUR LA FICHE-ACTION

a) Suivi

Modalités d'évaluation spécifiques à la mesure :

L'évaluation se fera sur la base des informations renseignées par le bénéficiaire lors de la demande de paiement.

Questions évaluatives :

- l'accompagnement a-t-il permis de renforcer la notoriété et structurer les Pays de Flandre et ses équipements ?
- l'analyse des habitudes de consommation et de comportements des clientèles nord-européennes a-t-elle permis une adaptation de l'offre touristique du territoire ?

Indicateurs :

Les indicateurs ci-dessous sont obligatoires

TYPE D'INDICATEURS	INDICATEURS	CIBLE
Résultats	Nombre de prestataires touristiques formés à l'accueil de la clientèle nord-européenne.	20
Résultats	Nombre d'établissements ayant eu un audit dans le cadre de la démarche des estaminets flamands.	15
Résultats	Nombre d'emplois créés, maintenus	15

b) Plan de financement

COUT TOTAL DU PROJET		DEPENSES PUBLIQUES		AUTOFINANCEMENT	DEPENSES PRIVEES
En €	96 714 €	FEADER 67 700 €	CPN 29 014 €		
En %	100%	70%	30%		
Cofinancements mobilisables... : communes, Communautés de Communes, Conseil Régional (Politique Pays), CRT...					