

| | |
|--|--|
| ACTION N°6 | STRUCTURER L'ORGANISATION TOURISTIQUE DU TERRITOIRE |
| ORIENTATION STRATEGIQUE 3 | REPENSER L'OFFRE TOURISTIQUE DANS UN LOGIQUE DE COMPLÉMENTARITÉ ENTRE LES ESPACES RURAUX ET LITTORAUX. |
| SOUS-MESURE | 19.2 – Mise en œuvre d'opérations dans le cadre de la stratégie locale de développement |
| DATE D'EFFET | Date de signature de la présente convention |
| 1. DESCRIPTION GENERALE ET LOGIQUE D'INTERVENTION | <p>OBJECTIFS STRATÉGIQUES</p> <p>Si le tourisme est le moteur de l'économie locale, on constate depuis plusieurs années un essoufflement du secteur. L'évolution du marché touristique et des techniques de consommation ont changé, le monde s'accélère depuis l'arrivée d'internet et des réseaux sociaux, qui nous oblige à modifier nos paradigmes. Aujourd'hui, le client s'approprie une « destination » en s'affranchissant des frontières administratives. Il s'informe de l'offre en amont, en utilisant un site web, et une fois sur place utilise les applications disponibles ou un internet de séjour pour accéder à l'offre immédiate.</p> <p>Dans ce contexte, le territoire doit apporter des réponses aux nouvelles attentes des clientèles qui ne sont plus seulement balnéaires, et s'adapter aux défis d'un tourisme du XXIème.</p> <p>On peut observer, aujourd'hui, qu'il manque une nécessaire concertation/coordination entre les décideurs, que ce soit entre collectivités ou entre les collectivités et le secteur privé, autour de la notion de développement de l'économie touristique. Que l'on parle d'aménagement, d'équipement, de gestion de la relation client, de communication, de commercialisation, de qualité, de formation, de marketing territorial, d'accessibilités (routière, ferroviaire et numérique).</p> |
| | <p>OBJECTIFS OPÉRATIONNELS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Favoriser la mise en œuvre de la compétence tourisme dans un souci de rééquilibrage du territoire. ▪ Organiser les acteurs des filières autour de projets de territoire intégrés et partagés. ▪ Créer une marque territoriale pour asseoir une communication interne et externe. |
| | <p>EFFETS ATTENDUS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Garantir une meilleure visibilité de l'offre touristique. ▪ Proposer une culture touristique globale, partagée et solidaire du territoire. ▪ Contribuer à la montée en gamme de l'offre touristique. |
| 2. TYPE ET DESCRIPTION DES OPERATIONS | <ul style="list-style-type: none"> ○ Actions d'accompagnement de la politique touristique du territoire portant sur les structures, leurs missions, les infrastructures et services en place, les ressources, les personnels, les transports, etc., ceci afin d'identifier des mesures capables d'améliorer la coordination et la concertation entre les acteurs et au-delà, d'optimiser la structuration du secteur, sa gouvernance et sa mutualisation (Ex : |

| | |
|--|--|
| | <p><i>études, conseil...).</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Actions communes de professionnalisation des acteurs du secteur touristique permettant de développer des pratiques communes au niveau de la qualité d'accueil, des services à la clientèle, des politiques de labellisation, etc., mais aussi d'accéder à une culture partagée du territoire (<i>Ex : formations numériques et linguistiques...</i>). ○ Animation de démarches collectives de développement touristique (<i>Ex : plan de communication et de commercialisation, étude de positionnement, travail sur une marque, démarches qualité...</i>) ○ Actions d'accompagnement de la qualification numérique de l'offre touristique (<i>Ex : e-marketing, commercialisation en ligne, stratégies numériques de communication, médias sociaux...</i>). ○ Actions participant à une démarche de création d'un parc naturel régional (<i>Ex : études, élaboration de documents directeurs, communication...</i>) |
| <p>3. TYPE DE SOUTIEN</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Subvention révisable. |
| <p>4. LIENS AVEC D'AUTRES REGLEMENTATIONS</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Décret N° 2016-279 du 8 mars 2016 relatif aux règles nationales d'éligibilité des dépenses des programmes de développement rural 2014-2020. - Arrêté du 8 mars 2016 pris en application du décret n° 2016-279 du 8 mars 2016 fixant les règles nationales d'éligibilité des dépenses des programmes européens pour la période 2014-2020 |
| <p>5. BÉNÉFICIAIRES</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Collectivités territoriales et leurs groupements ; - Syndicats mixtes et établissements publics ; - Associations Loi 1901 ; - Office de tourisme ; |
| <p>6. COUTS ADMISSIBLES</p> | <p><u>INVESTISSEMENTS MATERIELS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Acquisition de matériels et équipements liés à la qualification numérique de l'offre touristique (e-tourisme, marketing en ligne, marketing touristique) ; <p><u>INVESTISSEMENTS IMMATERIELS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dépenses d'études techniques, réglementaires et de marché ; ➤ Frais de prestations externes directement liées aux actions : <ul style="list-style-type: none"> ✓ Frais de prestations intellectuelles (conseil, expertise, accompagnement...) ✓ Frais de formation (coût de la formation ; frais de déplacement, restauration et hébergement des prestataires) à destination des professionnels du tourisme ; ➤ Frais liés à l'organisation de conférences, séminaires, rencontres (coût de la prestation, frais de déplacement et restauration des intervenants, location de salle et équipement, achat de petit matériel) à destination des professionnels du tourisme ; ➤ Dépenses de promotion et communication, matérielles et numériques (Conception, élaboration, impression et diffusion d'outils et supports) ; |

| | | | |
|---|--|--|-------|
| | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Création et développement de sites internet et portails touristiques / Modernisation des sites existants ; ➤ Conception et réalisation d'outils et supports pédagogiques ; ➤ Achat de logiciels, données, hébergement de site internet, brevets, licences. <p>Sont exclus :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le matériel d'occasion ; ▪ L'achat de matériel neuf en cas de simple renouvellement (matériel à l'identique) ; ▪ Les contributions en nature et le bénévolat. | | |
| 7. CONDITIONS D'ADMISSIBILITE | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Les opérations proposées devront répondre à un ou plusieurs des objectifs stratégiques et opérationnels décrits dans la présente fiche-action. | | |
| 8.ÉLÉMENTS CONCERNANT LA SÉLECTION DES OPÉRATIONS | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le processus de sélection des projets se fait au fil de l'eau. Le cas échéant, des appels à projets pourront être organisés. ▪ La sélection des opérations s'appuie sur des critères de sélection clairs, transparents et facilement contrôlables, définis par le comité de programmation du GAL. | | |
| 9. MONTANTS ET TAUX D'AIDE APPLICABLES | <p><u>Sous réserve de l'application d'un régime d'aides d'État plus contraignant :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Taux maximum d'aide publique : <ul style="list-style-type: none"> - Maîtres d'ouvrage publics et maîtres d'ouvrage privés associatifs : 100% - Maîtres d'ouvrage privés entrepreneuriaux : 80% ▪ Taux maximum de FEADER : Au cas par cas. ▪ Plancher d'intervention = dans la limite d'une subvention minimum de 2 000 € de FEADER calculée au moment de l'instruction du dossier. <p>Dégressivité de l'aide : pour les projets récurrents et, notamment, les opérations de fonctionnement (création d'une nouvelle structure, manifestations...), le GAL définira un système de dégressivité.</p> | | |
| 10. INFORMATIONS SPÉCIFIQUES SUR LA FICHE ACTION | TYPES D'INDICATEURS | INDICATEURS | CIBLE |
| | Réalisation | Nombre de dossiers programmés | 19 |
| | Réalisation | Volume total des investissements aidés | |
| | Résultat | Actions portant sur la qualification numérique de l'offre touristique | 2 |
| | Résultat | Formations, conférences, séminaires, à destination des professionnels du secteur touristique | 5 |
| | Résultat | Démarches collectives de développement touristique | 2 |