



**COMITE DE PROGRAMMATION LEADER
REUNION DU 4 AVRIL 2016 – VILLEMORIEU**

RELEVÉ DE CONCLUSIONS

Présents :	
NOM Prénom	Organisme
BRENIER Jean Yves	CC Isle Crémieu
DE GERMINY Bertrand	VALFOR
DIAS José	Maison du Patrimoine/Maison de la Pierre
GAUTRONNEAU Yvan	CLD Boucle du Rhône en Dauphiné
GIROUD Christian	CC Pays des Couleurs
LABRUNE Eliane	Chambre d'Agriculture / OT de Crémieu
LAVESVRE Maurice	Office de tourisme Morestel et sa région
LEMAILLE Denis	ACABRED
LOUVET Didier	CC Pays des Couleurs
MANSIAUX André	CLD Boucle du Rhône en Dauphiné
MOLINA Adolphe	CC Isle Crémieu
MORTON Lucienne	CC Isle Crémieu
MOYNE BRESSAND Alain	Député maire de Crémieu
SAUVONNET Jean Louis	Initiative Nord Isère
Invités :	
BROGERE Eric	Département Isère – Territoire HRD
BRUMENT Delphine	Département Isère – Territoire HRD
CLEUX Vincent	Animateur LEADER - Symbord
DELORME Claire	Animatrice LEADER - Symbord
QUESADA Raphaël	Lo Parvi - suppléant
Excusés : Mmes GENTAZ et PELORCE, M. BONNARD, BOYER et RIVAL	

Ordre du jour :

- 1- Conventonnement LEADER
- 2- Contenu des fiches actions : retour du travail des 4 groupes projets
- 3- Proposition de grille de sélection (2è version)

Questions diverses

1- Présentation du conventionnement LEADER

Calendrier de la démarche LEADER

- CoProg **25/01/2016** : Retour sur les actions et les porteurs de projets
- CoProg **04/04/2016** : Descriptif du contenu des fiches actions à valider
- CoProg **20/06/2016** : Fiche action définitives – Cadrage budgétaire 1 708 000 €
- **Conventionnement ASP/Région/SYMBORD été 2016**
- **Lancement** des premières opérations **fin 2016**

➔ **Conventionnement** entre le territoire (SYMBORD puis CC Balcons du Dauphiné en 2017 ?), l'autorité de gestion (la Région Auvergne-Rhône-Alpes) et l'opérateur de paiement (l'ASP) pour la mise en œuvre du programme sur les 5 prochaines années (2016-2020)- **Fiabilité juridique**

➔ **Contenu** : 1 convention + 9 annexes

Convention = 13 articles :

Article 1 – Objet

Article 2 – Territoire du GAL

Article 3 – Obligations respectives des parties

Article 4 – Montants financiers FEADER et gestion financière

Article 5 – Modalités de programmation des projets par le GAL

Article 6 – Plan d'actions du GAL

Article 7 – Application informatique

Article 8 – Suivi - évaluation

Article 9 – Contrôles

Article 10 – Avenant et notification

Article 11 – Résiliation

Article 12 – Durée de la convention

Article 13 – Litiges

9 annexes :

- Listes de communes constitutives du GAL
- Eléments financiers (*répartition des 1,7 millions d'euros*),
- Composition du comité de programmation (*ajouter les suppléants*)
- Clauses minimales du règlement intérieur du GAL (*document distribué au dernier CoPro*),
- Stratégie du GAL (*inscrite dans le dossier de candidature : 4 orientations / 15 objectifs*),
- Fiches-actions mobilisées par le GAL – 17 rubriques,
- Contenu minimum de la délibération de la structure porteuse et de ses statuts en cas de modification de la structure (*délibération prise par le SYMBORD le 17 mars 2016*)
- Circuit de gestion LEADER
- Organisation des services de l'autorité de gestion

Christian GIROUD rappelle les grandes lignes directrices du programme LEADER : transversalité, innovation, expérimentation, coopération, gouvernance partagée public/privé, fiabilité juridique...

2- Contenu des fiches actions : retour du travail des 4 groupes projets

Les référents des 4 groupes présentent l'avancée de leurs réflexions. Des projets concrets ont été identifiés issus des acteurs (publics et privés) du territoire et correspondants à leurs besoins.

1- Identité et promotion du territoire : A. MOLINA / A. MANSIAUX

Objectifs stratégiques et opérationnels

- Forger une image, une identité partagée du territoire par les acteurs locaux
- Favoriser la prise de conscience par les habitants des potentiels locaux et la valorisation de l'existant (ressources naturelles, patrimoniales, culturelles, économiques ...)
- Positionner et construire l'image du territoire
- Promouvoir le territoire
- Mettre en réseau les acteurs afin de mener des projets collectifs, transversaux à l'échelle de la Boucle du Rhône en Dauphiné
- Favoriser l'innovation des actions autour du marketing territorial
- Favoriser l'appropriation par les habitants des potentiels et savoir-faire locaux
- Elaborer des actions / projets fédérateurs, emblématiques pour faire connaître le territoire
- Véhiculer par divers canaux de communication et d'information une image partagée du territoire

Descriptif du contenu opérationnel

1- Un **plan de communication** sera élaboré durant l'année 2016 par les commissions des 3 EPCI. Il concernera les cibles interne et externe au territoire.

LEADER permettra de décliner ce plan de communication du futur EPCI dans des actions diverses : édition, signalisation, site internet...

Bénéficiaires : CC Balcons du Dauphiné

2- Soutien à des **évènementiels** en lien direct avec le territoire :

ex : ViaRhôna, Congrès des maires, Culture...

Bénéficiaires : CC Balcons du Dauphiné

3- Participation éventuelle aux actions de **communication territoriales** menées par d'autres acteurs :

Chambres ? Acabred ? INI ? CLD ? CT BRD ? autres ?

Qui utilise l'image de marque/identité du nouveau territoire ?

Respect obligatoire de la nouvelle charte graphique

Dépenses : Prestations communication. Etude

Bénéficiaires : associations à l'échelle du territoire LEADER

4- **Coordination** des actions de promotion/communication « **thématiques** » proposées par les autres groupes :

Economie / tourisme / Agriculture...

Taux de subvention publique : 80%

Fiche 2 : Produire durablement

Objectifs stratégiques et opérationnels

- Participer au développement du territoire de façon équilibrée et durable
- Relever le double défi de la compétitivité économique (de l'agriculture et de la sylviculture) et de la transition écologique et améliorer la triple performance (économique, écologique et sociale)
- Faciliter la fourniture et l'utilisation de sources d'énergie renouvelables, de sous-produits, des déchets et des résidus et d'autres matières premières non alimentaires à des fins de bioéconomie
- Soutenir la recherche et l'innovation
- Diffuser des bonnes pratiques sur le terrain
- Contribuer à l'organisation collective des acteurs
- Protéger et valoriser les terres agricoles et sylvicoles, les ressources territoriales y compris la biodiversité, l'eau, les sols
- Améliorer la qualité des productions et des peuplements

Descriptif du contenu opérationnel (pas de thématiques)

- Animer des démarches territoriales y compris de coopération entre territoires limitrophes
- Développer et prolonger la démarche TERRAE2 (Programme de recherche ISARA) et la décliner sur le territoire
- Soutenir les actions de transfert de connaissance et d'information et les actions de conseil
- Soutenir les actions de test de procédés et de produits
- Soutenir les expérimentations à triple performance (acquisition de matériels, équipements, petits investissements/Compensation financière pour les agriculteurs expérimentateurs ? Prestations)
- Communiquer et sensibiliser les acteurs locaux à l'agroécologie

Fiche 3 : Filières

Objectifs stratégiques et opérationnels

- Créer de la valeur ajoutée
- Promouvoir l'organisation de la chaîne alimentaire
- Valoriser les ressources territoriales (minérales, agricoles et forestières) sur des nouveaux marchés
- Tisser du lien social entre habitants et exploitants agricoles
- Faire se rapprocher et coopérer les acteurs et maillons des filières
- Installer de nouveaux producteurs et artisans (création, salariat / activités de transformation) ou favoriser la création d'activité
- Accompagner les efforts de productions de qualité,
- Soutenir les projets agricoles et ruraux de groupe et les outils collectifs

Descriptif du contenu opérationnel (thématiques identifiés)

- Mise en place d'une démarche de qualité sur le territoire pour les productions locales
- Soutien à la structuration de filières de productions locales végétales et animales (amont –aval) :
Exemples :
 - Viande bovine
 - Céréales en Bio en agriculture écologiquement intensive
 - Truffe
 - Matières organiques (Biogaz, boues de STEP, déchets de tri, compost...)
 - Bois
 - Autres productions ?
- Soutien à la valorisation/commercialisation – démarche qualité

Lien avec la démarche IMPL Economie de proximité

Objectifs stratégiques et opérationnels

- Créer des sources de revenus complémentaires pour les entreprises locales
- Favoriser l'ancrage et l'intégration des nouvelles populations au sein du territoire
- Développer la conscience du lien entre production locale et consommation « consomm'action »
- Promouvoir les activités économiques locales
- Oser des formes nouvelles d'activités économiques
- Concevoir des formes adaptées et innovantes de promotion des activités économiques

Descriptif du contenu opérationnel

- Développement des actions CCI « **Mon achat crée mon emploi** » et « **Mon Entreprise crée de la valeur ajoutée** » et déclinaison adaptée au territoire. Promotion d'une économie circulaire.
 - Mise en place « Marque territoriale » (cahier des charges/charte)
 - Plan de communication (dépliants, affiches, goodies, salons, journal d'info...)
 - Site e-commerce global (commerce, artisanat, terroirs...), déclinaison du site vitrine
 - 1 application smartphone / carte fidélité collective (dématérialisée)
 - Kit accueil nouveaux arrivants
 - Référencement des fournisseurs locaux
 - Animation
- Soutien aux **projets dormants** pour accompagner les entreprises du territoire (artisanat, commerce, industrie) :
 - Accompagnement des certifications qualité et normes des PME de 5-250 salariés (50% de 10 000 €)
 - Accompagnement Recherche et Développement : nouveaux produits, nouveaux process, pour conserver ou développer de nouveaux marchés (grille de sélection à prévoir)
 - Etude des besoins du territoire au regard de l'économie circulaire
- **Filières matériaux locaux : Pierre/Lauze/Bois** (transformation)
 - Etude de marché/besoins
 - Outils de communication/pédagogiques
 - Incitation par les collectivités (clauses dans marchés publics, subventions...)
 - Aménagement/investissement (pôle Patrimoine...)

Lien fort entre SLDT (validation de principe en copil le 18/01/16) et LEADER

Objectifs stratégiques et opérationnels

Marketing territorial, stratégie d'accueil, commercialisation et animation

- Créer une identité touristique et un positionnement du territoire afin de développer la notoriété de celui-ci et de définir les publics cibles,
- Décliner cette identité à travers différents outils de communication,
- Développer le sentiment d'appartenance au territoire chez les habitants et chez les prestataires touristiques afin qu'ils soient des « Ambassadeurs »
- Développer une stratégie d'accueil pour et sur l'ensemble du territoire de la Boucle du Rhône en Dauphiné,
- Mettre en réseaux les différents sites touristiques du territoire afin de pouvoir commercialiser un panel de l'offre du territoire via un guichet unique,
- Mettre en œuvre une politique de fidélisation des visiteurs
- Animer et mettre en place la stratégie touristique

Créer une offre touristique adaptée aux publics cibles déterminés

- Développer de nouveaux produits et qualifier des sites et les équipements de loisirs au regard des positionnements et de cibles de clientèles.
- Accompagner le développement d'événementiels et d'animation du patrimoine local

Renforcer l'hébergement de groupe

- Créer ou adapter une offre d'hébergement de groupe, à la nuitée pour l'accueil du public itinérant ViaRhôna et CFEL en étant innovant et en respectant les principes du développement durable.

Descriptif du contenu opérationnel

2 sous-actions LEADER

1/ Marketing, commercialisation, accueil, animation (axe 1-3-4-5)

- Créer un bloc marque en relation avec notre positionnement touristique,
- Elaborer un plan de communication et de promotion touristique du territoire en interne et externe,
- Elaborer et mettre en œuvre un schéma de signalisation touristique
- Mettre en place une stratégie d'accueil hors des murs,
- Créer des supports pédagogiques
- Créer un pass activités et un pass « ambassadeurs »,
- Proposer un guichet unique,
- Mettre en place un comité technique en charge du suivi de la mise en œuvre du SLDT,
- Animer un club des professionnels

2/ Qualifier l'offre, les itinéraires de découverte et animer le patrimoine (axe 2)

4 volets :

- Qualifier les **sites de visite** (scénographie, tourisme adapté, innovation...)
 - Développer une nouvelle offre, qualifier les sites de visites par des aménagements d'accueil, développement d'outils de médiation,
 - Adapter les sites aux différentes cibles choisies (clientèle itinérante, groupes, familles..),
- Qualifier les **itinéraires** de découverte (lien ViaRhôna, CFEL, boucles secondaires, PDIPR)
- Accompagner le développement d'**événementiels** et d'**animations du patrimoine**
- Développer l'**hébergement** touristique autour de ViaRhôna
 - Accompagner et conseiller les porteurs de projets,
 - Etude de faisabilité,
 - Réhabilitation de bâtiment pour accueil de groupe, clientèle ViaRhôna,
 - Acquisition, aménagement d'hébergements légers de loisirs, hébergements insolites...

3- Proposition de grille de sélection (2è version)

La grille de sélection présentée lors du dernier comité de programmation a été testée et modifiée. Elle sera commune à toutes les fiches actions.

6 critères ont été identifiés. Une question permet de noter les projets de -2 à 3, soit une note maximale de 18. Les projets seront sélectionnés à condition d'avoir la moyenne soit 9/18.

	Critères de sélection	Questions correspondantes
1	Lien à la priorité ciblée	Le projet contribue-t-il à faire de BRD un territoire de haute qualité rurale dans l'aire métropolitaine ? 1. Valorisation des ressources, 2. Création d'emploi, de services ou de VA endogène, 3. Cohérence avec l'identité, promotion adaptée
2	Transversalité thématique	Le projet répond-il à plusieurs enjeux identifiés dans LEADER ? 1. Un territoire porteur d'une identité partagée 2. Une économie locale basée sur la proximité et la valorisation des ressources territoriales 3. Une filière économique touristique structurée 4. Des secteurs économiques aux pratiques environnementales renouvelées
3	Transversalité géographique	Quelle est l'échelle territoriale concernée ?
4	Mise en réseau/ Fédération des acteurs	Le projet présente-t-il un potentiel de mise en réseau des acteurs ou de création de réseaux ?
5	Pratiques innovantes	Le projet est-il novateur dans le site, la ressource, le partenariat, le public cible, la pratique de gestion, de valorisation ou de sensibilisation
6	Degré de faisabilité	Avec quelle faisabilité et à quelle échéance, le projet pourrait-il être concrétisé?

Questions diverses

- **Date** du prochain comité de programmation LEADER : lundi **20 juin 2016 à 17h00** à **Morestel** (CC Pays des Couleurs).