

**Fiche-action 1.1 : Renforcer l'attractivité et la notoriété du territoire**

<b>LEADER 2014-2020</b>	<b>GAL Morvan</b>	
<b>ACTION</b>	<b>N°1.1</b>	<b>Renforcer l'attractivité et la notoriété du territoire</b>
<b>SOUS-MESURE</b>	19.2 – Aide à la mise en œuvre d'opérations dans le cadre de la stratégie de développement local mené par les acteurs locaux	
<b>1. DESCRIPTION GÉNÉRALE ET LOGIQUE D'INTERVENTION</b>		
Conforter l'image Morvan en Bourgogne		
<b>2. TYPE ET DESCRIPTION DES OPERATIONS</b>		
<p>Renforcer l'image et l'attractivité du territoire est un fondement essentiel pour développer une politique d'accueil de nouvelles populations. Pour cela, associer le Morvan, montagne de la Bourgogne, Parc naturel régional, à des valeurs positives liées aux richesses patrimoniales (naturelles et culturelles), aux grands espaces, à la qualité de la vie, aux dynamiques associatives, culturelles, est un élément qu'il faut consolider.</p> <p>Il s'agit de faire connaître / découvrir le territoire en créant de la curiosité, suscitant le déplacement en Morvan sous différents prétextes (culturel, touristique, sportif, formations,...) ou en « exportant » le territoire.</p> <p>Il s'agit ainsi de soutenir toute action visant à mettre en valeur les éléments emblématiques « très nature » comme les sites d'intérêt écologiques, le réseau des tourbières, les grands lacs, le Haut Folin,..., paysagères et patrimoniales comme le Grand site de Bibracte, le carnaval d'Uchon,..., qui contribuent à l'image globale du territoire et le différencient.</p> <p>Il s'agit également d'accompagner toutes les opérations qui donnent de la visibilité et renforcent la notoriété du territoire, favorisant ainsi sa découverte, comme des festivals, des compétitions sportives,... à retentissement national,...</p> <p>Il est ainsi proposé de :</p> <p><b>Action 1.1.1</b> – Mise en valeur des éléments emblématiques du patrimoine qui contribuent à l'image globale du territoire (parcours d'interprétation, plan de gestion, signalétique, outils de communication, animations pédagogiques,...).</p> <p><b>Lien avec la stratégie</b> : Situé au cœur de la Bourgogne, ce territoire dispose d'une forte notoriété liée à ses ressources naturelles, culturelles et patrimoniales qu'il convient de renforcer.</p> <p><b>Action 1.1.2</b> - Elaboration des cahiers de recommandations proposant un langage commun au territoire en matière de mobilier urbain, relais d'information service (RIS), signalétique ...</p> <p><b>Lien avec la stratégie</b> : L'identité du territoire passe par un langage commun en matière de signalétique, mobilier urbain... qui reste à construire.</p> <p><b>Action 1.1.3</b> - Mise en valeur innovante et promotion des itinéraires de randonnées de niveau I définis par le Parc et ses partenaires (Grande Traversée du Morvan à VTT, GR 13, GR de Pays, Tour équestre, Bibracte-Alésia), en cohérence avec la classification des Grands itinéraires (notamment Massif Central).</p> <p><b>Lien avec la stratégie</b> : L'offre de randonnées assure depuis de très nombreuses années la notoriété du Morvan. Il est nécessaire d'assurer sa mise en valeur et le développement de services associés.</p> <p><b>Action 1.1.4</b> – Mise en valeur du Grand Stade Naturel du Morvan par un renforcement des équipements de sports et de loisirs de pleine nature</p> <p><b>Lien avec la stratégie</b> : Grand stade naturel, le Morvan doit renforcer son image par une offre d'activités de pleine nature à développer, qui une fois structurée, constituera un « produit</p>		

d'appel phare » et contribuera à une spécialisation du territoire dans la Destination Bourgogne.

**Action 1.1.5** – Soutien du projet d'itinérance verte, transversal au tour de Bourgogne à vélo, reliant Santenay à Chatillon en Bazois par le Morvan.

**Lien avec la stratégie** : Le Morvan doit permettre d'offrir une alternative aux cyclistes du Tour de Bourgogne à vélo en permettant de relier les deux canaux du Nivernais et du Centre par un « barreau » original, équipé. Avec la GTM, ce seront 2 infrastructures pour la pratique du vélo qui permettront de se connecter aux itinéraires régionaux, et ainsi offriront des opportunités d'irriguer le territoire notamment dans le cadre de sa mise en tourisme.

**Action 1.1.6** – Mise en œuvre du projet collectif de Scène territorialisée en Morvan (spectacles, résidences, commandes artistiques, communication, ingénierie, ...).

**Lien avec la stratégie** : La dynamique culturelle, très vivace tout au long de l'année, donne à voir le territoire comme une vaste « scène » dans laquelle artistes, associations, collectivités doivent s'organiser en réseau.

**Action 1.1.7** – Participation aux éditions et à l'organisation d'évènements culturels, sportifs et économiques à dimension nationale.

**Lien avec la stratégie** : Pour cultiver la notoriété en organisant des évènements « uniques » et l'attractivité en profitant de la couverture médiatique, et la fréquentation nationale et européenne l'accueil d'évènements sportifs et culturels est à renforcer.

### 3. TYPE DE SOUTIEN

Subvention

### 4. LIENS AVEC D'AUTRES RÉGLEMENTATIONS

Le POI Massif Central : O.S. 1.3 Accroître les retombées économiques du tourisme de pleine nature et d'itinérance dans le Massif central / O.S. 1.1 Enrayer la perte de biodiversité des écosystèmes caractéristiques du Massif central

POI FEDER :

PDR FEADER Mesure 7 : Services de base et rénovation des villages dans les zones rurales (article 20), sous mesure 7.5 : « Aide aux investissements à l'usage du public dans les infrastructures récréatives, les informations touristiques et les infrastructures touristiques à petite échelle » ; sous mesure 7.6

### 5. COÛTS ADMISSIBLES

#### Action 1.1.1 :

- Frais de d'ingénierie : Salaires bruts et charges patronales, frais de déplacement (au réel ou au forfait), de restauration (au réel ou au forfait)
- Dépenses d'investissement : frais d'équipement, Aménagement extérieur, paysager et d'espaces publics, Acquisition et installation de mobilier urbain, Acquisition et installation d'éléments architecturaux
- Matériel : acquisition de petit matériel
- Frais de communication : Réalisation, édition et impression de documents et supports de communication, campagnes de promotion, conception d'outils web et print (guides, sites internet)
- Prestations extérieures : études techniques, étude d'opportunité et de maîtrise d'œuvre

#### Action 1.1.2

- Frais de communication : Réalisation, édition et impression de documents et supports de communication, prestation de service de communication

- Prestations extérieures : études de faisabilité, de marché, de diagnostic

**Action 1.1.3**

- Frais de d'ingénierie : Salaires bruts et charges patronales, frais de déplacement (au réel ou au forfait), de restauration (au réel ou au forfait)
- Dépenses d'investissement : Aménagement extérieur, paysager et d'espaces publics, Acquisition et installation de mobilier urbain, frais d'équipement, assistance à maîtrise d'ouvrage et maîtrise d'œuvre, acquisition de petit matériel
- Frais de communication : conception d'outils web et print (guides, sites internet), Réalisation, édition et impression de documents et supports de communication, campagnes de promotion
- Prestations intellectuelles : Conception et acquisition de logiciels informatiques et/ou de bases de données spécifiques à l'opération

**Action 1.1.4**

- Prestations extérieures : Frais d'étude de marché, de maitrise d'œuvre, de faisabilité, frais de conseils, frais d'animation
- Frais de communication : Réalisation, édition et impression de documents et supports de communication, campagnes de promotion
- Dépenses d'investissement : Aménagement extérieur, frais d'équipement, acquisition de matériel

**Action 1.1.5**

- Prestations extérieures : Frais d'étude de marché, de maitrise d'œuvre, de faisabilité, frais de conseils, Frais d'animation
- Frais de communication : conception d'outils web et print (guides, sites internet), Réalisation, édition et impression de documents et supports de communication, campagnes de promotion
- Dépenses d'investissement en site propre : Aménagement extérieur et paysager, frais d'équipement, Acquisition et installation de mobilier urbain, acquisition de petit matériel

**Action 1.1.6**

- Frais de d'ingénierie : Salaires bruts et charges patronales, frais de déplacement (au réel ou au forfait), de restauration (au réel ou au forfait) et d'hébergement (au réel ou au forfait)
- Frais de communication : conception d'outils web et print (guides, sites internet), Réalisation, édition et impression de documents et supports de communication, campagnes de promotion

**Action 1.1.7**

- Frais d'organisation d'évènements : Prestations extérieures, frais de location de salle et de matériel, Frais de déplacement (au réel ou au forfait), Frais de restauration (au réel ou au forfait)
- Frais de communication : conception d'outils web et print (guides, sites internet), Réalisation, édition et impression de documents et supports de communication, Frais d'éditions, campagnes de promotion

Un taux forfaitaire de 15% des frais de personnel directs éligibles destiné à couvrir les dépenses indirectes liées à l'opération, conformément à l'article 68.1 (b) du règlement (UE) n°1303/2013, peut être appliqué.

**6. BÉNÉFICIAIRES**

**Action 1.1.1 :**

Syndicats mixtes, PETR, Collectivités et leurs groupements, établissement public de coopération culturelle

**Action 1.1.2**

Parc naturel régional du Morvan

**Action 1.1.3**

Collectivités et leurs groupements, Associations de droit public, Associations de droit privé, syndicat mixte

**Action 1.1.4**

Collectivités et leurs groupements, Établissement Public de Coopération Culturelle, Syndicat mixte, Associations de droit public et de droit privé, Entreprise : Micro et Petites entreprises au sens communautaire

**Action 1.1.5**

Collectivités et leurs groupements, Syndicats mixtes, PETR

**Action 1.1.6**

Collectivités et leurs groupements, syndicat mixte, Associations de droit public et de droit privé

**Action 1.1.7**

Syndicats mixtes, PETR, Collectivités et leurs groupements, Établissement Public de Coopération Culturelle, Associations de droit public et de droit privé, Micro entreprises au sens communautaire, petites entreprises au sens communautaire

**7. CONDITIONS D'ADMISSIBILITE**

**Action 1.1.1 :**

Le porteur de projet doit rédiger une note précisant en quoi le projet est une valorisation touristique et / ou pédagogique pour le territoire

**Action 1.1.3**

- Les actions conduites doivent sur être réalisées sur les itinéraires de randonnées de niveau I définis par le Parc et ses partenaires : GR 13, GR de Pays Tour du Morvan par les Grands Lacs, Tour équestre du Morvan, Grande Traversée du Morvan, Bibracte-Alesia

**Action 1.1.4**

- Les loisirs motorisés ne sont pas éligibles  
- Le porteur de projet doit rédiger une première note relative à la gestion, au fonctionnement et à l'entretien de l'équipement, sur 5 ans  
- Le porteur de projet doit rédiger une seconde note expliquant comment le projet contribue à la mise en valeur de l'image du territoire

**Action 1.1.5**

- Le porteur de projet doit rédiger une note précisant comment le projet participe à la valorisation touristique du territoire

**Action 1.1.6**

Les projets proposés doivent contribuer à la programmation collective Scène Territorialisé en Morvan et travailler sur les thématiques établies par ce réseau, animé par le Parc  
- La diffusion des spectacles se fera sur le territoire du GAL  
- Les résidences et les commandes d'artistes doivent impliquer au minimum 2 partenaires, dans au moins, deux des domaines suivant : culturel, éducatif ou / et social

**Action 1.1.7**

**- Evènements culturels**

Le porteur de projet doit présenter un plan de communication réalisée en dehors de la région

Bourgogne à minima

**- Evènements sportifs**

Le porteur de projet doit présenter un plan de communication réalisée en dehors de la région Bourgogne à minima

**- Evènements économiques**

Le porteur de projet doit présenter un plan de communication réalisée en dehors de la région Bourgogne à minima et qui valorise les savoirs faire et l'image du Morvan en Bourgogne

- Les activités motorisées ne sont pas éligibles

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

L'examen et la sélection des projets relevant de cette fiche-action seront l'objet de critères définis dans le règlement d'intervention du programme LEADER. Ce règlement sera établi sur proposition du comité technique et validé par le Comité de programmation.

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

Taux maximal d'aides publiques : 100 %

Taux fixe de cofinancement LEADER : taux de 80 % de la dépense publique nationale retenue

Pour les actions récurrentes, l'aide sera limitée à 3 ans, et dégressive de 10 points par an (sur le taux d'intervention du FEADER)

**10. INFORMATIONS SPECIFIQUES QUE LA FICHE ACTION**

**Action 1.1.1 :**

Nombre de sites opérations : 15.

**Action 1.1.2**

Nombre de cahiers de recommandations : 1

**Action 1.1.3**

Linéaire aménagé et promu :

2018 : 40 km

2020 : 150 km

**Action 1.1.4**

Nombre d'équipements nouveaux : 5

Nombre d'équipements confortés : 6

**Action 1.1.5**

Portions aménagées : 30 Kms

Matérialisation de l'itinéraire pour 2018.

**Action 1.1.6**

Nombre de spectacles, spectacles vivants ou résidences proposés : 30 pour l'ensemble du programme LEADER, soit 5 par an.

**Action 1.1.7**

Nombre de manifestations à portée nationale : 10

Nombre d'ouvrages papiers créés ou financés : 3



**Fiche-action 1.2** : *Soutenir les professionnels qui font connaître le territoire*

<b>LEADER 2014-2020</b>	<b>GAL Morvan</b>	
<b>ACTION</b>	<b>N°1.2</b>	<b><i>Soutenir les professionnels qui font connaître le territoire</i></b>
<b>SOUS-MESURE</b>	19.2 – Aide à la mise en œuvre d'opérations dans le cadre de la stratégie de développement local mené par les acteurs locaux	
<b>1. DESCRIPTION GÉNÉRALE ET LOGIQUE D'INTERVENTION</b>		
Conforter l'image Morvan en Bourgogne		
<b>2. TYPE ET DESCRIPTION DES OPERATIONS</b>		
<p>L'étude d'image réalisée au cours du précédent programme LEADER Morvan a conclu que la stratégie de marketing territorial à développer devait reposer sur la nature et les savoir faire, mais aussi sur une richesse parfois moins visible tenant aux hommes et aux femmes qui habitent et font vivre ce territoire, assurant d'ores et déjà une notoriété reconnue au Morvan.</p> <p>Nombreux sont aujourd'hui les professionnels du territoire qui d'ores et déjà font connaître le territoire hors de la Bourgogne, que ce soient les producteurs de sapins de Noël, de Morvan Terroirs, d'Artisans Bois Morvan, les entrepreneurs du bassin industriel autunois ou de la « civilisation Canal ».</p> <p>Il s'agit :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- de soutenir les professionnels et les produits mettant en avant un ancrage « Morvan » (Marque Parc, Morvan nature et talents, Légende du Morvan...) sur le marché français et européen... ;</li> <li>- d'accompagner la mise en réseau des professionnels et les démarches collectives ;</li> <li>- de renforcer la force de vente de ces produits (promotion, commercialisation...).</li> </ul> <p><b>Action 1.2.1</b> – Accompagnement des professionnels pour bénéficier individuellement de signes de reconnaissance.</p> <p><b>Lien avec la stratégie</b> : Profiter de la notoriété d'un territoire pour accroître la force de vente individuelle et collective passe par un accompagnement des entreprises et une reconnaissance des produits, dans le cadre d'une stratégie globale et collective</p> <p><b>Action 1.2.2</b> – Accompagnement de la formation des professionnels (amélioration de la force de vente...).</p> <p><b>Lien avec la stratégie</b> : La qualification des professionnels en place ou en cours d'installation est le gage d'un territoire engagé dans la qualité des produits et des services. Il s'agit d'accompagner ces professionnels.</p> <p><b>Action 1.2.3</b> – Soutien de l'animation des réseaux de professionnels engagés dans des démarches collectives de qualité, d'ancrage territorial, de valorisation du territoire et de leurs savoirs faire.</p> <p><b>Lien avec la stratégie</b> : Les professionnels du territoire, quels que soient leurs secteurs d'activités, doivent s'unir pour mieux faire connaître leur territoire, leurs produits, leurs savoirs faire. IL s'agit de les accompagner dans ces démarches collectives.</p> <p><b>Action 1.2.4</b> – Soutien des actions de promotion et de communication (outils, présence sur des salons, échanges européens,..) des filières d'excellence à portée nationale proposées par les établissements de formation du territoire.</p> <p><b>Lien avec la stratégie</b> : Il existe, sur le territoire, des établissements de formation initiale, professionnelle et continue dont les aires de recrutement dépassent largement, grâce aux propositions offertes, le seul Morvan. Il est important qu'ils se fassent encore mieux connaître.</p>		

<b>3. TYPE DE SOUTIEN</b>
Subvention
<b>4. LIENS AVEC D'AUTRES RÉGLEMENTATIONS</b>
<p>Le POI Massif Central : O.S. 2 Accroître les retombées économiques produites par les PME de la filière bois construction du Massif central.</p> <p>POI FEDER :</p> <p>PDR FEADER mesure 1 « Transfert de connaissances et actions d'information (article 14) », sous mesure 1.1 : Aide à la formation professionnelle et à l'acquisition de compétences Amélioration des pratiques de transformation et de commercialisation</p>
<b>5. COÛTS ADMISSIBLES</b>
<p><b>Action 1.2.1 :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prestations extérieures : Frais d'audit et frais de conseils</li> <li>- Frais de communication : conception d'outils web et print (guides, sites internet), Réalisation, édition et impression de documents et supports de communication, prestation de service de communication, campagnes de promotion,</li> </ul> <p><b>Action 1.2.2</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Prestations externes de formation, Frais d'animation</li> <li>- Frais professionnels (au réel ou au forfait) : frais de déplacement, de restauration et d'hébergement, Frais de formation liés à l'opération financée</li> <li>- Frais de communication : conception d'outils web et print (guides, sites internet), Réalisation, édition et impression de documents et supports de communication, campagnes de promotion</li> </ul> <p><b>Action 1.2.3</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Frais de communication : conception d'outils web et print (guides, sites internet), Réalisation, édition et impression de documents et supports de communication, campagnes de promotion</li> <li>- Frais de rémunération : Salaires bruts et charge patronale</li> <li>- Frais professionnels (au réel ou au forfait): frais de déplacement, de restauration et d'hébergement</li> <li>- Prestations extérieures : frais d'animation</li> </ul> <p><b>Action 1.2.4</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Frais de communication : conception d'outils web et print (guides, sites internet), Réalisation, édition et impression de documents et supports de communication, campagnes de promotion (participation à des salons ou et / forum), prestation de service de communication</li> <li>- Prestations extérieures : frais de conseils</li> </ul> <p>Un taux forfaitaire de 15% des frais de personnel directs éligibles destiné à couvrir les dépenses indirectes liées à l'opération, conformément à l'article 68.1 (b) du règlement (UE) n°1303/2013, peut être appliqué.</p>
<b>6. BÉNÉFICIAIRES</b>
<p><b>Action 1.2.1 :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entreprises : Micro entreprises au sens communautaire et Petites entreprises au sens communautaire</li> <li>- Groupement d'entreprises au sens communautaire : Micro entreprises au sens communautaire et Petites entreprises au sens communautaire</li> </ul> <p><b>Action 1.2.2</b></p> <p>Associations de droit public et de droit privé, Etablissement public et association de formation,</p>

Syndicats professionnels ou interprofessionnels

**Action 1.2.3**

Associations de droit public et de droit privé, Groupements d'entreprises au sens communautaire

**Action 1.2.4**

Établissements publics

**7. CONDITIONS D'ADMISSIBILITE**

**Action 1.2.1 :**

- L'entreprise doit avoir son siège social ou au moins un établissement implanté sur le territoire du GAL
- Le porteur de projet doit rédiger une note expliquant comment les démarches de développement de l'entreprise permettent de contribuer au développement du Morvan

**Action 1.2.2**

- Le porteur de projet doit rédiger une note expliquant comment les démarches de formation doivent s'intégrer dans les démarches de développement des entreprises et contribuer au développement, à la création d'activité et à la promotion du territoire du GAL

**Action 1.2.3**

- Le porteur de projet doit rédiger une note précisant comment leurs actions contribuent à la promotion du territoire et de leurs entreprises
- Les porteurs de projet doivent avoir leur siège social sur le territoire du GAL

**Action 1.2.4**

- Le porteur de projet doit rédiger une note précisant comment leurs actions contribuent à la promotion du territoire et de leurs établissements publics
- Les porteurs de projet doivent avoir un établissement implanté sur le territoire du GAL

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

L'examen et la sélection des projets relevant de cette fiche-action seront l'objet de critères définis dans le règlement d'intervention du programme LEADER. Ce règlement sera établi sur proposition du comité technique et validé par le Comité de programmation.

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

Taux maximal d'aides publiques : 100 %

Taux fixe de cofinancement LEADER : taux de 80 % de la dépense publique nationale retenue

Pour les actions récurrentes, l'aide sera limitée à 3 ans, et dégressive de 10 points par an (sur le taux d'intervention du FEADER)

**10. INFORMATIONS SPECIFIQUES SUR LA FICHE ACTION**

**Action 1.2.1 :**

Nombre de professionnels accompagnés : 25.

**Action 1.2.2**

Nombre de formations réalisées :

2018 : 3 - 2020 : 8

**Action 1.2.3**

Nombre d'associations accompagnées : 4

Nombre d'actions de promotion / commerciales soutenues : 15

**Action 1.2.4**

Nombre d'actions de promotion soutenues : 8

Nombre d'étudiants extérieurs au territoire fréquentant les filières d'excellence de formation : 100.