

## **Fiche – action 7 : Affirmer notre identité « Bergeracois, territoire d'accueil »**

### **Enjeu stratégique : S'organiser pour un territoire toujours attractif**

---

L'attractivité du territoire démontre l'existence de nombreuses dynamiques en cours, portées par les acteurs publics ou privés pour accueillir de nouvelles entreprises. Pourtant, des menaces peuvent peser : retournement de conjoncture, départ de populations ou d'entreprises qui ne trouvent pas les services nécessaires à leur développement.

Si les initiatives d'accueil sont assez bien coordonnées au sein d'un même secteur (ex. création d'entreprises), il n'existe pas assez de liens entre les secteurs (créations d'entreprises et services aux salariés, par exemple). Or, cette offre permettrait de répondre de manière cohérente aux attentes des candidats à l'installation.

L'identité de notre territoire représente une opportunité forte afin d'augmenter l'arrivée de nouveaux acteurs. Cette identité, reconnue pour le tourisme « Pays de Bergerac » et indissociable de celle du Département « Dordogne-Périgord », peut constituer un point d'appui à une politique de marketing territorial.

Cette action se veut donc transversale, en coordonnant les réussites des six fiches-actions précédentes, afin d'aboutir à une véritable politique d'accueil.

### **Effets attendus sur le territoire**

---

Le programme Leader a pour ambition d'aboutir à des réseaux formalisés d'accueil de populations, d'affirmer une identité territoriale reconnue  
Il accompagne le territoire dans son ambition de consolider l'augmentation de la population par un solde migratoire positif, d'accroître le nombre d'entreprises et d'emplois

### **Objectifs opérationnels et stratégiques**

---

#### **1. Constitution d'un réseau d'accueil**

Le territoire a besoin de faire connaître ses atouts et ses outils d'accueil pour faciliter les démarches d'installation, notamment administratives, et optimiser l'orientation des candidats à la création d'activités. Il s'agit d'aider les espaces ruraux à s'organiser et à s'adapter aux mutations économiques pour leur permettre d'y faire face et de les exploiter.

Le programme Leader soutiendra la coordination des services accueillant de nouveaux acteurs pour accroître leur efficacité. Ils pourront prendre plusieurs formes complémentaires :

- Un réseau humain territorial (structures publiques et privées) à constituer et animer permettant d'apporter une réponse réactive et complète aux candidats. Il s'agit essentiellement d'ingénierie nécessaire à la création et au déploiement du réseau (y compris formation).
- Un point d'accueil physique pour les nouveaux arrivants ou les créateurs / repreneurs, mutualisant l'information, appuyé sur le réseau humain. Investissement (limité) et démarrage de l'animation de ce point d'accueil.
- Des outils de promotion permettant de faire connaître l'ensemble des facteurs d'aide à l'installation des entreprises : foncier / immobilier, compétences humaines, offre de

formation, gammes de services (à l'entreprise, aux salariés et à leur famille : droit, emploi, logement, services aux personnes). Ces outils peuvent être matériels (ex. livret d'accueil) ou immatériels (sites Internet fédérateurs).

La mise en œuvre de ces trois niveaux d'intervention prendra la forme de projets de type :

- guichet unique d'accueil pour les créateurs / repreneurs d'entreprise,
- pôles locaux d'accueil pour les nouveaux arrivants,
- maille locale du réseau d'accueil départemental des professionnels de santé.

⇒ *Action prioritaire parce que préalable*

*Cf. conditions des dispositifs 321*

## **2. Marketing territorial**

Ce réseau d'accueil doit s'appuyer sur une image forte du territoire basée sur son identité, notamment la qualité de ses atouts. Leader soutiendra la constitution et la promotion d'une image commune du territoire à l'extérieur, appuyée sur les composantes de notre identité :

- notre destination touristique « Pays de Bergerac »,
- nos ressources naturelles et culturelles, incluant l'occitanie,
- faire savoir nos savoir-faire : gastronomie, arts, secteurs innovants.

Il ne s'agira pas de soutenir des communications sectorielles mais de s'appuyer sur la diversité de ces composantes pour vendre une image fédératrice du territoire.

➤ Définition de lignes communes de communication : charte graphique, etc.

Et définition de marques territoriales, constituant un corollaire, à moyen terme, d'un processus passant par un travail auprès des prestataires.

➤ Supports multimédias ou matériels de promotion :

émergence d'un site Internet touristique mutualisé, etc.

Cette stratégie pourra s'appuyer sur le réseau d'ambassadeurs que constituent les entreprises exportatrices et développer des formations à leur intention.

Cette communication s'adresse principalement aux nouveaux habitants potentiels. La communication touristique est support de l'image du territoire.

⇒ *Action structurante, cœur de l'identité du territoire*

*Cf. conditions des dispositifs 313 ou 321*

## **3. Prospection de porteurs de projets de création d'activités**

Avec un réseau d'accueil en place et une force de communication, le territoire a une action volontariste de recherche de nouveaux porteurs de projets de création d'activité.

Ce dispositif montre le dynamisme du territoire ouvert sur l'extérieur. Il conforte son image de territoire d'accueil. Il s'agit de soutenir des actions visant exclusivement la rencontre entre les acteurs économiques et les porteurs de projets pour une future implantation sur le Bergeracois :

- salons professionnels : salons d'entreprises, Foire à l'installation en milieu rural,
- création d'événementiels,
- outils de communication : création d'un « kit » de participation à ces salons, ...

⇒ *Action d'accompagnement*

*Cf. conditions du dispositif 321.*

## Dispositif 313 : Promotion des activités touristiques

### Projets et dépenses éligibles

Etudes / ingénierie touristiques permettant de définir et affirmer la ligne de communication du territoire.

Supports de communication mettant en avant l'identité du territoire.

Sensibilisation des entreprises exportatrices

Les dépenses éligibles à ce dispositif sont donc :

- ingénierie : temps passé (salaires, charges, frais de déplacement et de mission, dépenses de fonctionnement lorsqu'elles sont liées directement au projet), coût d'interventions extérieures (études, conseil, évaluation, événementiel) ;
- communication : conception et diffusion de documents, sur tous supports ;
- petit matériel : biens non amortissables (dont fournitures).

### Critères d'éligibilité

Les critères d'éligibilité des opérations relevant de cette fiche s'appuient sur les critères généraux du programme (cf. règlement intérieur). Parmi eux, une attention particulière sera portée à la création nette ou la pérennisation d'emploi, la création de partenariats (notamment public-privé).

### Bénéficiaires visés

Les maîtres d'ouvrage pourront être : groupements intercommunaux, associations, établissements publics, entreprises.

### Intensité de l'aide publique

Taux maximum d'aides publiques : 100 %

Application du règlement « de minimis » : aides attribuées dans la limite de 200 000 euros sur 3 ans, sous réserve du respect des conditions du règlement R (CE) de la Commission concernant l'application des articles 87 et 88 CE du Traité CE aux aides de minimis et sauf dispositions plus favorables relevant d'un régime notifié approuvé par la Commission.

### Objectifs quantifiés

Type d'indicateur	Indicateur	Cible
Réalisation	Nombre d'actions aidées	3
	Nombre de nouvelles infrastructures touristiques et éléments aidés	0
	Nombre d'acteurs économiques participant à des actions aidées	15
	Volume total des investissements	150 000
Résultat	Nombre d'emplois créés et maintenus	0 + 0
	Nombre de partenariats nouveaux	15
	Nombre moyen de communes bénéficiant des retombées du projet	152

### Articulation prévue avec d'autres fonds européens

Le dispositif 313 concerne le tourisme. Dans le cas d'actions collectives où ce secteur ne serait pas prépondérant, l'action relèverait du dispositif 321.

FEADER hors Leader : Leader sera mobilisé en priorité pour créer des outils contribuant clairement à l'identité du territoire dans son ensemble. Les démarches ciblées sur les clientèles touristiques seront orientées vers le FEADER hors Leader.

## Dispositif 321 : Services de base

### Actions et dépenses éligibles

- Ingénierie pour émergence et animation de réseaux, de l'accueil de nouveaux arrivants
- Investissement nécessaire à la création de nouveaux services
- Outils de promotion du territoire, communication sur l'identité du territoire (hors volet touristique)
- Organisation d'événementiels, participation à des salons,

Les dépenses éligibles à ce dispositif sont donc :

- ingénierie : temps passé (salaires, charges, frais de déplacement et de mission, dépenses de fonctionnement lorsqu'elles sont liées directement au projet), coût d'interventions extérieures (études, conseil, évaluation, événementiel) ;
- communication : conception et diffusion de documents, sur tous supports ;
- matériel : biens non amortissables, équipement lorsqu'il est l'objet de l'opération (achat, location, pose, ...) ;
- aménagements.

### Critères d'éligibilité

Les critères d'éligibilité des opérations relevant de cette fiche s'appuient sur les critères généraux du programme (cf. règlement intérieur). Parmi eux, l'attention sera portée à la création de partenariats et la création de nouveaux produits et de nouveaux services.

### Bénéficiaires visés

Tous porteurs de projets s'inscrivant dans une démarche visant l'intérêt général :

Publics : communes et leurs groupements, organismes consulaires, organismes paritaires

Privés : associations ou structures de l'économie sociale et solidaire...

Les particuliers et les entreprises ne sont pas éligibles à la mesure 321, étant donné qu'ils bénéficient des mesures 311 ou 312.

### Intensité de l'aide publique

Taux maximum d'aides publiques :

- projet immatériel : 100 %
- projet matériel : 80 %

Pour la création de postes financés en tant que tel (et non les emplois de réalisation), un taux dégressif des aides publiques appelant du FEADER est fixé dans le règlement intérieur.

Il pourrait être de 100 % la première année / 70 % la 2<sup>e</sup> année -de 40 % la 3<sup>e</sup> année

Ces taux peuvent être modulés au cours du programme et les dépenses d'investissement sont encadrées par le règlement intérieur, à consulter.

La programmation se fera annuellement en fonction de l'évaluation de l'année précédente.

### Articulation prévue avec d'autres fonds européens

Cette action ne présente pas de recouvrements avec d'autres lignes de financement européen. Les plafonds définis pour les investissements dans le règlement intérieur, constitueront la ligne de partage avec la mesure 321 hors Leader.

Les porteurs de projets seront tout de même encouragés à déposer une candidature à la mesure 423 du FSE « micro-projets associatifs ». S'ils entrent dans ses critères, le financement au titre de cette mesure sera prioritaire.

### Objectifs quantifiés

Type d'indicateur	Indicateur	Cible
Réalisation	Nombre d'actions aidées	4
	Nombre d'acteurs participant (membres des réseaux)	16
	Volume total des investissements	120 000
Résultat	Nombre d'emplois créés et maintenus	2 + 2
	Nombre de partenariats nouveaux	20
	Nombre moyen de communes bénéficiant des retombées du projet	100