

LEADER 2014-2020	GAL du Syndicat Mixte du Pays de la Baie du Mont-Saint-Michel	
Action	N°3	Entreprendre : participer à la création d'une identité territoriale en Normandie à travers l'expérimentation et l'innovation
SOUS-MESURE	19.2 – Aide à la mise en œuvre d'opérations dans le cadre de la stratégie de développement local mené par les acteurs locaux	
DATE D'EFFET	20 octobre 2017	
1. DESCRIPTION GENERALE ET LOGIQUE D'INTERVENTION		
<p>L' « identité normande » renvoie une image forte et de qualité, très identifiée au sein et à l'extérieur du territoire régional. Le Pays, par son histoire, sa culture et les savoirs faire présents sur place, s'inscrit pleinement dans ce cadre identitaire. Néanmoins cette « empreinte » territoriale vecteur d'une image positive bénéficie moins aux produits et producteurs du territoire faute d'une mise en valeur suffisante. Ainsi, ce dispositif vise à contribuer à la montée en gamme de produits « typiques » ou « ancrés », territorialement et à encourager leur diffusion et leur consommation, prioritairement au sein du territoire lui-même. L'innovation et l'expérimentation prendront ici tout leur sens puisqu'ils constitueront un outil privilégié pour permettre aux producteurs, créateurs et entrepreneurs, de se démarquer par rapport à l'offre concurrente et se positionner clairement sur le marché local et supra-local.</p> <p>Il est à noter que le terme de « produit » est ici entendu au sens large et renvoie aussi bien aux productions agricoles, artisanales et industrielles (production matérielle) qu'à l'offre de services et de tourisme (production immatérielle).</p> <p>L'innovation quant à elle concernera les évolutions techniques et technologiques mais, au-delà, toute action ambitieuse en matière de mobilisation d'acteurs, d'implication des habitants et de créativité, notamment dans le domaine culturel.</p> <p>Enfin la notion d' « identité » (et l'adjectif « identitaire » qui s'y rapporte) prend aussi un sens large et ne se limite pas à une image « traditionnelle » ou « folklorique ». Elle renvoie ainsi au positionnement du Pays sur des filières ou produits identitaires.</p>		
Objectifs stratégiques et opérationnels		
<p>a) Objectifs stratégiques : Par sa philosophie transversale, les fiches actions du présent Plan de développement entendent répondre à l'ensemble des objectifs stratégiques identifiés.</p> <p>b) Objectifs opérationnels :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ S'appuyer sur l'identité normande pour « ancrer » les produits et filières du territoire et leur donner une identité « vivante » et identifiable par les bénéficiaires. ➤ Diversifier et accroître la montée en gamme des secteurs économiques. <p>c) Effets attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Renforcement de l'image territoriale du Pays. ➤ Emergence de nouveaux « produits » identitaires et attractifs/ renforcement de l'identification des spécificités existantes. ➤ Développement de la qualité des produits de Pays. 		
2. TYPE ET DESCRIPTION DES OPERATIONS		
<p>Etant donné la dimension délibérément transversale du plan d'action, les actions ci-dessous calibrent des « types » d'opérations possibles, à décliner dans les différents secteurs d'intervention. Ces dernières devront revêtir indispensablement les critères d'éligibilité décrits ci-après, gages de leur dimension hautement « qualitative » :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Accompagnement de démarches collectives portées par des entreprises. ➤ Création/renforcement d'une marque à l'échelle du Pays. ➤ Accompagnement à la création de produits de qualité. ➤ Accompagnement à la montée en gamme d'un produit ou d'une filière. ➤ Accompagnement à la modernisation du circuit et des méthodes de production et/ou des circuits de distribution. ➤ Soutien aux initiatives de transformation des produits locaux (création, développement, modernisation d'atelier ou entreprise apportant une valeur ajoutée à un produit issu du territoire à travers sa transformation). ➤ Soutien d'opérations innovantes et d'expérimentation dans les filières et produits « identitaires ». ➤ Promotion, valorisation des produits à « ancrage » territoriale. 		

3. TYPE DE SOUTIEN

L'aide est accordée sous forme de subvention

4. LIENS AVEC D'AUTRES REGLEMENTATIONS

Articulation avec le PDR FEADER :

Les projets éligibles au volet régional du FEADER (notamment via les dispositifs 3.1, 3.2, 4.2.2, 6.4.1) mais non sélectionnés au niveau régional, qui s'inscrivent dans la stratégie du territoire et qui ont un impact au niveau local pourront être financés dans le cadre de LEADER s'ils sont sélectionnés.

Articulation avec le PO FEDER-FSE :

Les projets éligibles au volet régional du FEDER (via OS3) mais non sélectionnés au niveau régional, qui s'inscrivent dans la stratégie du territoire et qui ont un impact au niveau local pourront être financés dans le cadre de LEADER s'ils sont sélectionnés.

Par ailleurs, LEADER se positionnera de manière privilégiée à destination d'initiatives collectives ou d'actions préalables à ces dernières.

Les aides sont attribuées dans le cadre de la réglementation nationale et européenne en vigueur, et le cas échéant, dans le respect du régime d'aide d'État applicable.

5. BENEFICIAIRES

- Associations de loi 1901.
- Entreprises : Entreprises artisanales, commerciales ou de services, micro entreprises, petites et moyennes entreprises au sens communautaire
- Exploitants agricoles individuels ou sociétaires à titre principal ou secondaire affiliés MSA, groupements d'agriculteurs.
- EPCI/ communes.
- Etablissements publics.
- Syndicat mixte / GIP.
- PETR.
- Chambres consulaires et organismes professionnels.
- Organismes de formation.
- Coopératives (SCIC, SCOP, etc.).
- Groupements d'employeurs associatifs.
- Fondation.

6. DEPENSES ELIGIBLES (COUTS ADMISSIBLES)

Dépenses immatérielles :

- Communication (signalétique, support, site internet, location de salle, frais de réception).
- Frais de personnels (frais salariaux)
- Frais de structure : 15 % des frais de personnels directs éligibles (bruts chargés) dédiés à l'opération.
- Appel à une prestation extérieure (étude, conseil, diagnostic, expertise, ingénierie, formation).

Dépenses matérielles :

- Investissements matériels (travaux d'aménagement intérieur et/ou extérieur, acquisition de matériel et d'équipements, signalétique).
- Abondement de fonds de prêts
- Achat de biens immeubles

7. CONDITIONS D'ADMISSIBILITE

Néant

8. ELEMENTS CONCERNANT LA SELECTION DES OPERATIONS

Se référer à la grille de sélection présentée ci-après.

9. MONTANTS ET TAUX D'AIDE APPLICABLES

Montant de l'enveloppe FEADER fiche action 3 : 604 060 euros

Taux de cofinancement du FEADER : 80%.

Taux maximum d'aide publique : Porteurs de projet publics : TMAP 100 % (sous réserve du régime d'aides d'Etat applicable et sous réserve du respect de la législation nationale) avec autofinancement obligatoire de 20 %

Porteurs de projet privés : TMAP 80% (sous réserve du régime d'aides d'Etat applicable et sous réserve du respect de la législation nationale)

Plancher d'attribution minimum de 2 000 € de FEADER LEADER

Plafond d'attribution maximum :

- 50 000 €
- 20 000 € pour les évènementiels
- Pas de plafond pour les opérations collectives de modernisation, du commerce, de l'artisanat et des services (Fonds FISAC en contrepartie du FEADER)

10. INFORMATIONS SPECIFIQUES SUR LA FICHE-ACTION

Suivi

TYPE D'INDICATEURS	INDICATEURS	CIBLE
Réalisation	Nombre d'opérations financées	18 à 20
	Nombre de « produits » créés (tous champs confondus)	7
	Nombre d'opérations de modernisation, montée de gamme, innovation soutenues	7
	Nombre d'évènements/opérations d'appropriation	5
Résultat	Nombre d'emplois créés dans les projets soutenus	
	Nature de produits identitaires créés et valorisés (pour montrer la diversité du marché)	
	Variété et diversité des débouchés des produits identitaires	
	Evolution du nombre de labels et marques créés (réponse au critère de montée en gamme)	
	Evolution du chiffre d'affaires des activités économiques soutenues.	