

# LA STRATEGIE LEADER 2014-2020 du Groupe d'Action Locale de la CACEM

RURBACTIVITES 2014-2020 : « Des espaces qui relient les Hommes »



# L'approche LEADER: l'organisation territoriale

## Le Groupe d'Action Locale (GAL)

1 territoire



1 Comité de  
Programmation  
(14 acteurs locaux:  
6 publics-8 Privés)



1 équipe  
technique  
dédiée



1 stratégie ciblée  
+  
1 plan de développement  
+  
1 enveloppe pour mettre  
en œuvre des projets



**Plusieurs objectifs** : dynamiser l'économie locale, développer une offre de services novatrice, aider les filières locales, etc.

**Autorité de gestion**

*Collectivité Territoriale de Martinique*

**Organisme Payeur**

*Agence de Services et de Paiement (ASP)*

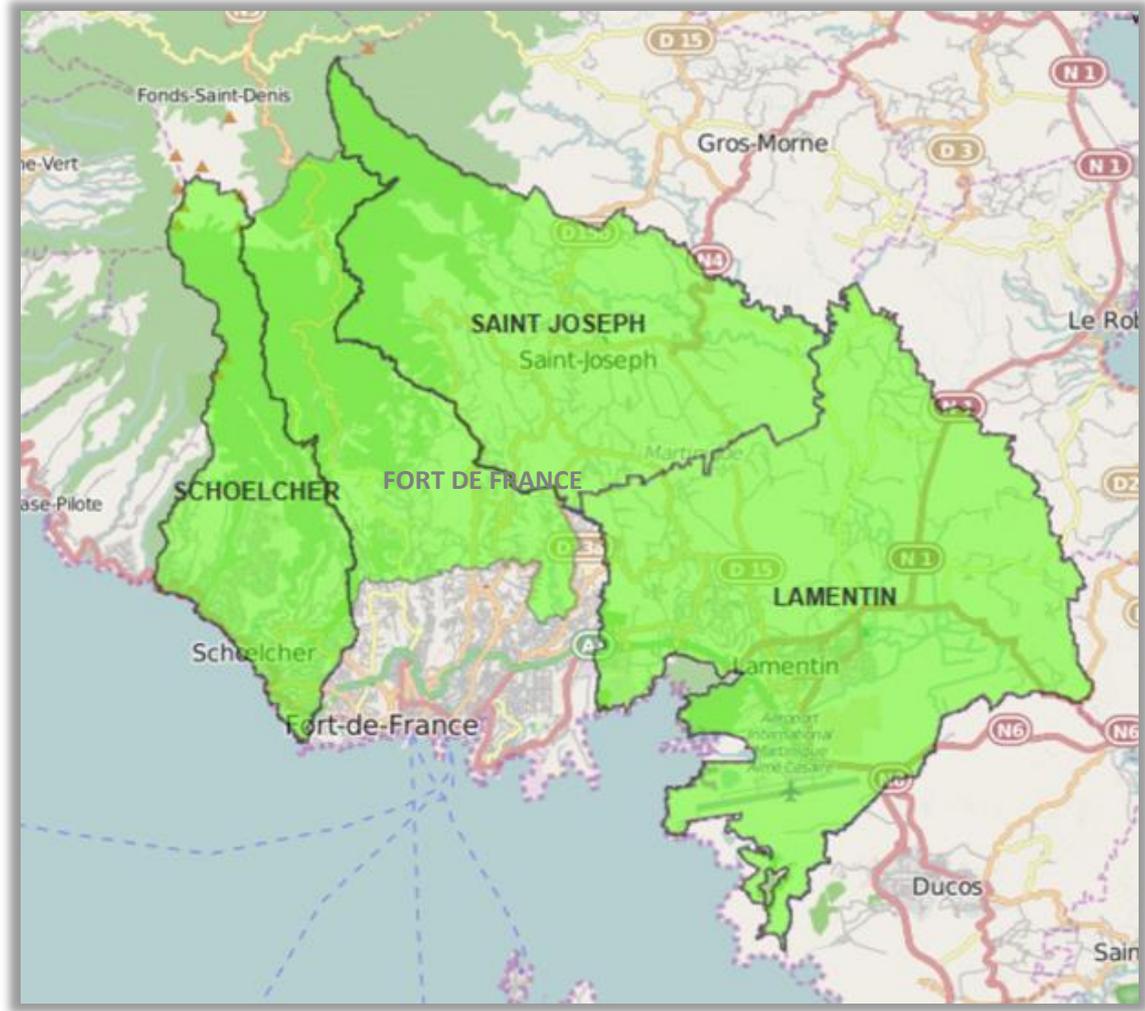


# Le territoire LEADER du GAL CACEM

Périmètre LEADER = **153,5 km<sup>2</sup>**  
Soit **99 000 hab.**

Il couvre :

- ▶ L'intégralité des communes de Saint-Joseph, du Lamentin et de Schoëlcher;
- ▶ Fort-de-France, sur les quartiers de : Moutte, Redoute côté droit, Redoute côté gauche, Montgérald, Beauséjour, Jambette, Rivière l'Or, Ravine Vilaine, Rodate, Tivoli, Balata côté droit, La Médaille, Haut de Didier, Fontaine Didier et Morne Coco.





- ▶ **S'inscrit dans le prolongement du programme LEADER 2007-2013 autour du lien urbain-rural**
- ▶ **Est entrée sur la recherche de proximité entre les espaces et les acteurs**
- ▶ **Visé à accompagner le développement d'actions génératrices de liens entre les habitants du territoire Centre à travers 3 objectifs :**
  1. **Le développement économique de proximité** dans les centres bourgs pour en faire des relais de vie et d'économie en complémentarité de l'agglomération urbaine,
  2. **Le confortement de l'agriculture périurbaine** dans l'agglomération Centre et dans les habitudes alimentaires en rapprochant les producteurs des consommateurs,
  3. **Et la promotion d'une approche cohérente du tourisme** sur le Centre, complémentaire des sites majeurs de Martinique.

**OBJECTIF STRATEGIQUE : soutenir l'enrichissement mutuel des espaces ruraux et urbains du Centre, pour favoriser l'équilibre social, économique et environnemental de l'ensemble du territoire**

# RURBACTIVITES 2014-2020 : « Des espaces qui relient les Hommes »

Besoins

Revitalisation des centres bourgs et des quartiers ruraux

Amélioration de l'accès aux commerces et services (hors centre urbain)

Maintien d'une activité agricole périurbaine dynamique en lien avec les habitants

Création d'une offre touristique structurée et au cœur de l'offre martiniquaise

Connaissance et valorisation des espaces naturels et des sites culturels

Objectifs stratégiques

**Objectif 1 :**

**Redynamiser l'activité économique de proximité**

**Objectif 2 :**

**Connaître et consommer nos produits agricoles locaux**

**Objectif 3 :**

**Développer un tourisme de proximité favorisant le lien entre espaces ruraux et urbains**

Fiches actions

**Fiche-action 1 :**

Soutenir le développement de commerces et services de proximité et leur mise en réseau

**Fiche-action 2 :** Faire connaître les produits agricoles « péyi-urbains »

**Fiche-action 3 :** Soutenir les actions innovantes de commercialisation et de transformation des produits agricoles locaux

**Fiche-action 4 :** Recenser, positionner et mettre en réseau l'offre touristique

**Fiche-action 5 :** Créer et soutenir des produits touristiques valorisant les richesses du territoire

## Objectif 1 :

### Redynamiser l'activité économique de proximité des bourgs et quartiers ruraux du Centre

#### Fiche action 1 : Soutenir le développement de commerces et services de proximité et leur mise en réseau

**Secteurs d'activités concernés:** commerce, artisanat et services

**Exemple de types d'opérations éligibles:**

Investissements individuels ou collectifs dans le cadre de :

Création, maintien, modernisation et transmission de microentreprises de proximité, sédentaires ou itinérantes, points multiservices;

Animation et promotion collective :

- Etude de revitalisation et d'attractivité;
- Actions collectives de structuration de l'offre économique : mise en réseau, réflexions thématiques entre acteurs, calendrier de manifestations ;
- Actions de communication et manifestations innovantes d'envergure autour du commerce et de l'artisanat.

+ Aide au démarrage pour la création d'une nouvelle activité



## Objectif 2 : Connaître et consommer nos produits agricoles locaux

### Fiche action 2 : Faire connaître les produits agricoles « Péyi-urbains »

**Secteur d'activité concerné : Agriculture**

**Types d'opérations éligibles :**

- Création de jardins partagés, jardins familiaux et jardins créoles;
- Visite découverte et pédagogique à la ferme;
- Actions de sensibilisation à l'alimentation auprès de publics cibles, outils et activités pédagogiques;
- Manifestations d'envergure non commerciales pour la valorisation des produits;

+ Aide au démarrage pour les agriculteurs





## Fiche action 3 : Soutenir les actions innovantes de commercialisation et de transformation des produits locaux

**Secteurs d'activités concernés: Agriculture et agro-transformation**

**Types d'opérations éligibles :**

Commercialisation et promotion commerciale:

- Livraison de produits locaux aux particuliers, entreprises : paniers ou plateforme virtuelle de commercialisation/distribution;
- Initiatives de récolte, points de vente à la ferme dans un objectif de vente directe, petite restauration à la ferme;
- Actions de promotion, manifestations commerciales innovantes d'envergure pour la valorisation des produits du terroir;

Transformation:

Microprojets de transformation et de valorisation de produits locaux dans les domaines de l'alimentation humaine, la cosmétique, le bien-être, la pharmacologie et les coproduits associés.

+ Aide au démarrage sur le volet commercialisation



## Objectif 3 : Développer un tourisme de proximité favorisant le lien entre espaces ruraux et urbains

### Fiche-action 4 : Recenser, positionner et mettre en réseau l'offre touristique

Secteur d'activité concerné : **Tourisme**

Types d'opérations éligibles :

Connaissance/Positionnement :

- Recensement et référencement de l'offre touristique de proximité sur le Centre : acteurs, produits, sites et potentialités touristiques

Mise en réseau - Promotion/valorisation :

- Développement d'outils de communication touristique;
- Actions collectives d'information et de communication sur les démarches de labellisation des produits touristiques;
- Actions de valorisation collective du patrimoine du territoire



## Fiche-action 5 : Créer et soutenir des produits touristiques valorisant les richesses du territoire

Secteur d'activité concerné : **Tourisme**

Types d'opérations éligibles :

- Création et modernisation d'équipements touristiques et de loisirs publics et privés;
- Circuits de découverte du patrimoine naturel et culturel, visites guidées;
- Mise en valeur à petite échelle de sites historiques et patrimoniaux;
- Création d'espaces d'exposition artistique;
- Produits d'écotourisme.

+ Aide au démarrage



# Bénéficiaires



## Fiche-action 2 : Faire connaître les produits agricoles « Péyi-urbains »

- Agriculteurs
- Groupements d'agriculteurs
- Micro et petites entreprises au sens communautaire
- Associations et fédérations d'associations loi 1901
- Parc Naturel Régional de la Martinique (PNRM)
- Collectivités territoriales et leurs groupements
- Chambres consulaires
- Société d'Aménagement Foncier et d'Établissement Rural (SAFER)
- Bailleurs sociaux

## Fiche-action 3: Soutenir les actions innovantes de commercialisation et de transformation des produits agricoles locaux

- Agriculteurs
- Micro et petites entreprises au sens communautaire
- Associations et fédérations d'associations loi 1901
- Groupements d'agriculteurs
- Parc Naturel Régional Martinique
- Collectivités territoriales et leurs groupements
- Etablissements publics
- Chambres consulaires

## Fiche-action 1 : Soutenir le développement de commerces et services de proximité et leur mise en réseau

- Micro ou petites entreprises au sens communautaire
- Associations ou fédérations d'associations LOI 1901
- Coopératives hors coopérative agricole
- Fondations (catégorie juridique de l'INSEE)
- Collectivités territoriales et leurs groupements
- Établissements Publics
- Chambres consulaires

## Fiche-action 4 : Recenser, positionner et mettre en réseau l'offre touristique

- Offices du tourisme
- Associations et fédérations d'associations loi 1901
- Collectivités territoriales et leurs groupements
- Etablissements publics
- Parc Naturel Régional Martinique
- Petites et micro entreprises au sens communautaire
- Comité Martiniquais du Tourisme

## Fiche-action 5 : Créer et soutenir des produits touristiques valorisant les richesses du territoire

- Micro et petites entreprises au sens communautaire
- Associations et fédérations d'associations LOI 1901
- Offices de tourisme
- Comité Martiniquais du Tourisme
- Parc Naturel Régional de la Martinique (PNRM)
- Collectivités territoriales et leurs groupements
- Etablissements publics
- Chambres consulaires

*Les agriculteurs émergent à la fiche action 2 pour la mise en place de produits de l'agritourisme.*

# Maquette budgétaire prévisionnelle

Plan d'actions

## Objectif 1 :

**Redynamiser  
l'activité économique  
de proximité**

**FA 1** : Soutenir le développement de commerces et services de proximité et leur mise en réseau

**700 000 €**

## Objectif 2 :

**Connaître et  
consommer nos  
produits agricoles  
locaux**

**FA 2** : Faire connaître les produits agricoles « péyi-urbains »

**205 455 €**

**FA 3** : Soutenir les actions innovantes de commercialisation et de transformation des produits agricoles locaux

**700 000 €**

## Objectif 3 :

**Développer un  
tourisme de  
proximité  
favorisant le lien  
entre espaces  
ruraux et urbains**

**FA 4** : Recenser, positionner et mettre en réseau l'offre touristique

**200 000 €**

**FA 5** : Créer et soutenir des produits touristiques valorisant les richesses du territoire

**460 000 €**

**Actions de coopération**

**50 000 €**

**Montant total  
Actions  
2 315 455 €  
Dont 1 484 178 €  
de FEADER**



# Conditions d'éligibilité



- ▶ Projet compris entre 5 000 et 200 000 HT;
- ▶ Projet localisé sur le périmètre éligible du territoire ;
- ▶ Projet inscrit dans la stratégie locale LEADER et répondant aux critères de sélection;
- ▶ Le projet n'a pas démarré, c'est-à-dire aucune signature de devis ou bon de commande, paiement d'acompte, facture acquittée... avant le dépôt de demande d'aide;
- ▶ Projet respectant la réglementation en vigueur (obligations fiscales et sociales, maîtrise du foncier, agréments...);



# Quelques principes de sélection

► **La procédure de sélection des demandes** se fait sous forme d'appels à projets ou de sélection de dossiers au fil de l'eau selon des principes de sélection spécifiques à chaque fiche action\*:

- Création ou maintien d'emplois
- Projets portés au bénéfice des populations fragiles ou avec celles-ci
- Projets favorisant le lien intergénérationnel
- Dimension innovante
- Dimension collective et partenariale des actions
- Valorisation des produits agricoles périurbains
- Mise en valeur d'un savoir-faire spécifique et/ou de produits locaux
- Valeur ajoutée du projet pour le territoire
- Projet valorisant les ressources du territoire et permettant de compléter l'offre touristique de qualité
- Tourisme de proximité et/ou lien entre l'espace rural et l'espace urbain
- Systèmes de suivis de la fréquentation
- Dimension environnementale
- Approche écoresponsable
- Accessibilité tout public, dont PMR

\* *Liste non exhaustive*



# Taux d'aide



- ▶ Taux maximum d'aide publique: 65% (MO privés) et 100% (MO publics) selon les régimes d'aides
- ▶ Taux d'intervention du FEADER = **85%** (taux fixe qui s'applique sur le taux d'aide public)



**Aide** versée en remboursement des coûts réels engagés et payés:  
**Nécessité de préfinancer la totalité du projet**  
par fonds propres et/ou prêts divers



## Investissements matériels

- ✓ Equipements
- ✓ Aménagements extérieurs
- ✓ Construction, réhabilitation, ex  
biens immobiliers



## Investissements immatériels

- ✓ Acquisition ou développement de logiciels informatiques et acquisition de brevets, licences, droits d'auteur et marques commerciales



## Frais généraux

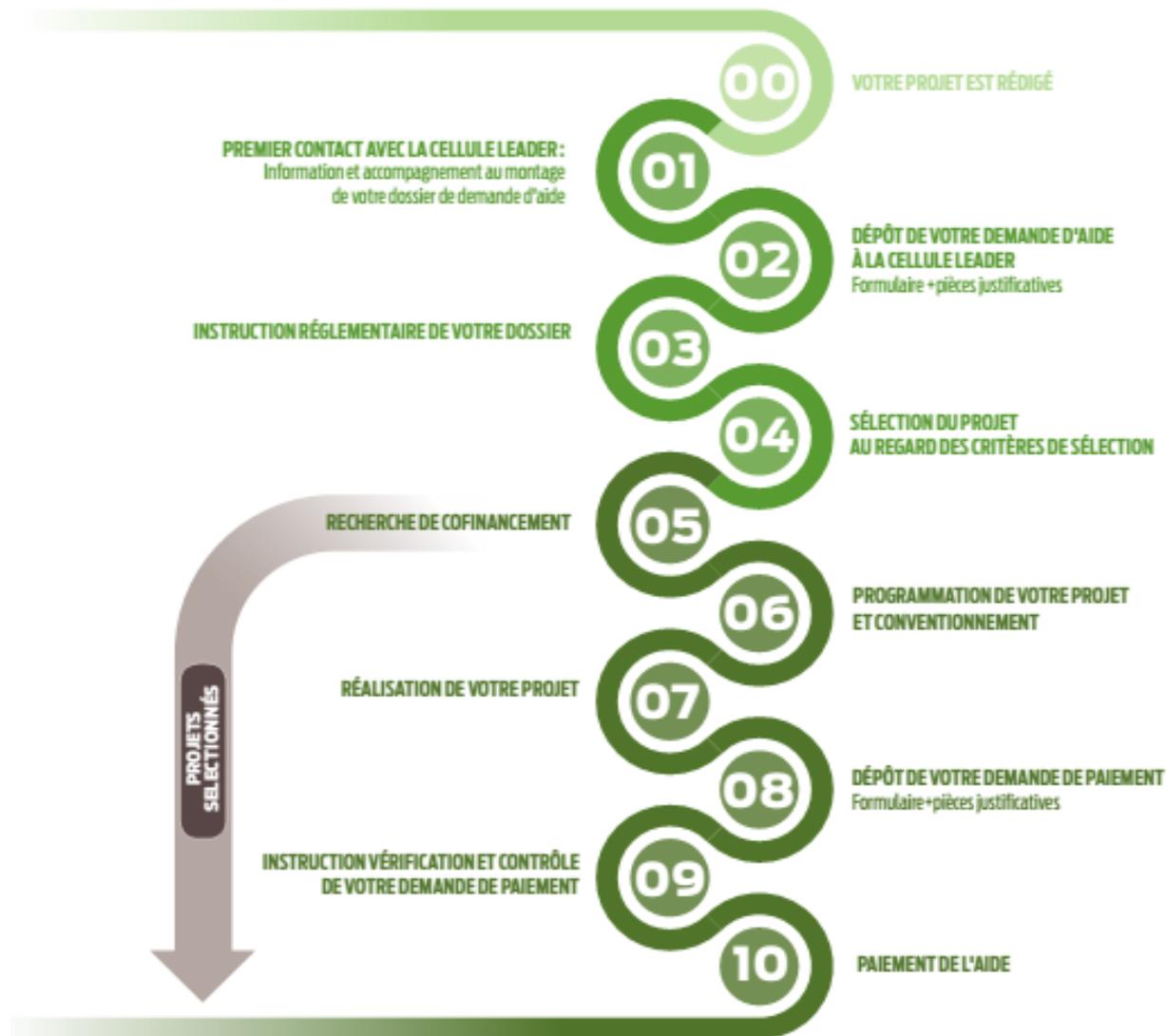
- ✓ Frais généraux rattachés à l'opération, éligibles à hauteur de 10% du coût total éligible : Etudes de faisabilité, conseil, diagnostics, ingénierie...



## Autres frais

- ✓ Frais de réception,
- ✓ Frais de location de salle
- ✓ Communication
- ✓ Actions d'information et de transfert de connaissance des acteurs

# Votre dossier LEADER en 10 étapes





## **CACEM**

Direction du développement économique

**Cellule LEADER**

**0596 70 62 96 – 0596 75 82 72**

**[LEADER@cacem-mq.com](mailto:LEADER@cacem-mq.com)**