

## GAL de l'Est Audois Compte-rendu du comité de programmation du mercredi 12 février 2020

Lieu de réunion : foyer municipal, 11 200 NEVIAN

La séance est ouverte à 14h10 sous la présidence de Magali VERGNES.

1	Vérification du quorum .....	1
2	Suivi de programmation et maquette financière.....	1
3	Présentation des projets en opportunité.....	3
4	Présentation des projets à programmer .....	11
5	Actualités du GAL de l'Est Audois et du programme LEADER .....	11

### 1 Vérification du quorum

Lors de la vérification du quorum la Présidente constate la présence de 8 membres du collège public pour 8 membres du collège privé. La règle du double quorum étant respectée, le comité de programmation peut valablement délibérer.

### 2 Suivi de programmation et maquette financière

- Suivi de la maquette financière du GAL de l'Est-Audois (cf document dans le dossier de séance)

#### Montants disponibles / montants nouvelle maquette

Axes stratégiques	Priorités d'action	Maquette financière
		<b>531 299€ / 2 120 459€</b>
<b>Mesure 19.2 du PDR-LR</b>		
Axe 1 – Répondre aux besoins en service de la population locale et touristique	Fiche action 1	Développer les solutions innovantes en matière de mobilité <b>19 752€ / 188 457€</b>
	Fiche action 2	Structurer l'offre et l'accès aux services de proximité <b>89 534€ / 243 457€</b>
Axe 2 – Développer des partenariats économiques pour mieux innover, promouvoir et accueillir sur le territoire	Fiche action 3	Marketing territorial et installation de nouvelles activités économiques innovantes ancrées au territoire <b>62 786€ / 308 457€</b>
	Fiche action 4	Exploiter le potentiel touristique en agissant sur l'offre et sur l'emploi à travers l'itinérance et la structuration de pôles touristiques <b>122 843€ / 334 457€</b>
Axe 3 – Mieux exploiter et valoriser les ressources locales	Fiche action 5	Valoriser les ressources locales pour encourager les circuits courts durables <b>- 1 920€ / 451 630€</b>
	Fiche action 6	Coopération <b>62 316€ / 86 500€</b>
<b>Mesure 19.3</b>		
<b>Mesure 19.4</b>		
	Fiche action 7	Animation et fonctionnement du GAL de l'Est-Audois <b>175 988€ / 507 500 €</b>

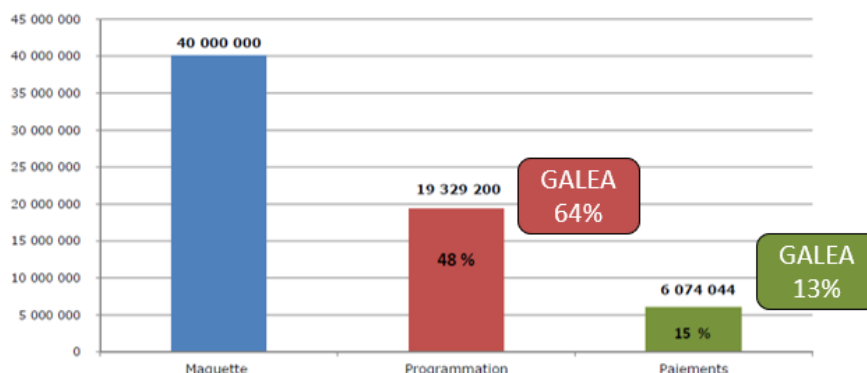
en € FEADER disponible / total

NB : FA 7 - 90 000 € env. prévus pour l'animation du GAL pour l'année 2020 → à déduire des 175 988 €

GAL de l'Est-Audois - Association Minervois Corbières Méditerranée  
C/o Le Grand Narbonne – Hôtel d'agglomération – 12 bd F. Mistral – CS 50 100 – 11 785 NARBONNE CEDEX  
Tel : 04 68 58 14 66 / 06 33 20 39 15

- Avancement régional (présenté en réunion interGAL du 06/12/2019)

### Etat d'avancement LEADER-LR



15 dossiers en attente d'instruction  
Soit 430 090 € de FEADER  
Pour atteindre 36 % de paiement

- Rappel du calendrier des comités de programmations pour l'année 2020 :

	Limite de dépôt	Comité de programmation	Ordre du jour et thème de sélection
2019	1 <sup>er</sup> janvier	7 février	Réallocation dotation complémentaire Nouvelles Grilles de sélection Lancement Appel à Projets (AAP) Tiers Lieux
	1 <sup>er</sup> mars	11 avril	toutes Fiches Actions ●●●●●
	1 <sup>er</sup> mai	13 juin	AAP 1 <sup>ère</sup> vague ●
	1 <sup>er</sup> août	3 octobre	Fiche action n°5 ●
	1 <sup>er</sup> octobre	5 décembre	Fiche action n°1 ●
2020	1 <sup>er</sup> décembre	23 janvier	AAP 2 <sup>ème</sup> vague, fiche action n°3 et n°4 ●●
	1 <sup>er</sup> février	mars	Fiche action n°2 ●
	1 <sup>er</sup> mai	juin (sous réserve)	Fiche action n°5 ●
	1 <sup>er</sup> août	septembre	Toutes fiches actions ●●●●●
	1 <sup>er</sup> novembre	décembre	toutes Fiches Actions Clôture du programme ●●●●●

Prochain comité le 5 mars 2020 dédié à la fiche action n°2 « Structurer l'offre et l'accès aux services de proximité ». La date de juin est sous réserve car il faudra recomposer le conseil d'administration et le collège public du comité de programmation suite aux élections municipales.

### 3 Présentation des projets en opportunité

A. Présentation des projets sur la fiche action n°4 « Exploiter le potentiel touristique en agissant sur l'offre et sur l'emploi à travers l'itinérance et la structuration de pôles touristiques » :

## FA4 Exploiter le potentiel touristique en agissant sur l'offre et sur l'emploi à travers l'itinérance et la structuration de pôles touristiques

Projet	Etat d'avancement	Assiette éligible	FEADER demandé	Taux FEADER	Auto-fin.	Taux autofin.	Total aides publiques	Cofinanciers	Date CP opp	Date CP prog	Montant acompte (DP1)	Montant solde (DDP)	FEADER à désengager
OT Gruissan	Sélectionné	597 397,63 €	40 000,00 €	7%	119 478,53 €	20%	189 349,40 €	Région + Dépt11	13/06/2018	--			
Etude Domaine Ous talet	Conventionné	66 954,00 €	28 466,00 €	60%	11 390,90 €	20%	17 097,20 €	DREAL + Région	17/01/2018	11/04/2019			
Birdwatching PNR Narbonne	Conventionné	114 104,95 €	58 000,00 €	50%	38 247,52 €	21%	17 857,42 €	Région	09/03/2017	29/10/2017			
AOC Corbières-Diagnostic	DDP envoyée	16 680,00 €	10 656,00 €	64%	3 360,00 €	20%	2 664,00 €	CCRLCM	09/06/2016	08/08/2017		4 004,86 €	- 6 651,34 €
Salins de La Palme	DDP envoyée	42 113,44 €	26 952,60 €	64%	8 422,69 €	20%	6 738,15 €	GNarbonne + La	09/06/2016	01/08/2017		28 436,62 €	- 515,98 €
Sigean étude Port Mahon	DDP envoyée	24 480,00 €	15 667,20 €	64%	4 896,00 €	20%	3 916,80 €	Grand Narbonne	22/09/2016	08/08/2017		15 667,20 €	- €
Marausan étude Cave	DDP envoyée	29 800,00 €	19 072,00 €	64%	5 960,00 €	20%	4 768,00 €	Région + Dépt34	07/04/2016	20/01/2017		19 072,00 €	- €
Ornaons étude cour Fabre	Soldé	20 000,00 €	12 800,00 €	64%	4 000,00 €	20%	3 200,00 €	MOP	09/06/2016	20/01/2017		12 788,00 €	- 32,00 €
		1 140 412,75 €	211 613,80 €		243 432,29 €		362 080,37 €					- €	77 948,48 € - 7 199,32 €

Enveloppe FA4	334 457,00 €
FEADER demandé	211 613,80 €
dont FEADER à examiner	- €
dont FEADER opportunité	40 000,00 €
dont FEADER programmé	171 613,80 €
FEADER payé à payer	77 948,48 €
FEADER à désengager	- 7 199,32 €
solde	130 042,52 €

➔ **122 843,20€ de FEADER restant + 7 199,32€ à désengager**

➤ Demandes à l'examen ce jour :

Concept évasion / OT de La Domitienne / Pays Touristique Corbières Minervois

32 000 €                      34 304 €                      39 909,12 €

➔ **106 213,12 € de FEADER demandé**

#### 1. Concept évasion

**Type d'opération :** Appui à la création et à la promotion de nouvelles prestations touristiques de pleine nature, d'oenotourisme ou d'agritourisme en lien avec l'itinérance douce et/ou permettant de compléter une offre multi activités.

**Résumé du projet :** création de prestations touristiques à l'aide de technologies immersives et interactives (drone, vidéo 360°, casques de réalité virtuelle). 1<sup>er</sup> type d'offre : excursion touristique par drone et captation vidéo sur site touristique. 2<sup>ème</sup> offre : interventions dans établissements du segment médico-social (EHPAD, établissements spécialisés handi). Demande d'aide pour réaliser un plan marketing et développer des animations sur le périmètre du GAL

Voir support powerpoint.

Dépenses		Plan de financement	
Communication (plan marketing)	35 000 €	FEADER – GAL (12%)	32 000 €
Frais salariaux	15 000 €	Cofinancement : EPCI ?	8 000 €
NB : équipement non présenté au GAL, car portée du projet plus large que le territoire.		Auto-financement	10 000 €
<b>TOTAL</b>	<b>50 000 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>50 000 €</b>

## Présentation des porteurs de projets

Société coopérative créée en novembre 2019, implantée à Narbonne, à la pépinière Inoveum d'In'Ess  
Projet à destination des publics handicapés, diminués, empêchés, femmes enceintes, seniors ... qui ne peuvent pas gravir les chemins jusqu'aux sites touristiques.

Tests pendant 2 ans pour la mise au point.

Deux solutions sont proposées : Concept aventure = événementiel ponctuel : survol du site, interaction en direct avec le drone. Cette solution est la plus onéreuse.

Concept immersion = création d'une application avec un voyage immersif : solution plus économique (histoire d'Aude : grands sites touristiques)

La société a besoin d'un plan marketing solide.

Calendrier : l'objectif est d'être opérationnel en mai 2020

Impact : 30 K€ de chiffre d'affaire (sur histoire d'Aude), 500 bénéficiaires, réalisation de 5 animations sur le territoire, mener 4 actions de communication

Valeurs ajoutées : développement accéléré de l'activité, bénéficier d'un réseau de qualité, éprouver nos domaines d'activité ; soutien à l'attractivité rural pour le GAL, constater l'impact social sur le territoire

## QUESTIONS :

Lilian COPOVI : pourquoi le statut SCOP ? Volonté de capter davantage de partenaires ? → C'est une volonté car il correspond aux valeurs et à un modèle économique choisi. Dans la société, on avance sans considérer l'argent comme problématique. De plus, l'image de la SCOP est valorisante

Gérard BENEZIS : êtes-vous déjà en contact avec des offices de tourisme ? → oui mais peu de retour à ce jour, les délais de réponse sont très longs

Gérard BENEZIS : on peut parler de vous dans nos intercommunalités → oui, merci. Les contacts que nous avons font souvent suite à des retours de presse.

Eliane PIERONI : quels échanges avec les agents du patrimoine ? → Ce n'est pas simple de trouver la bonne personne, le bon conseil

Blandine LAFOURCADE : dépôt de vos installations « au pied du site » : vous n'avez pas peur de la fragilité du matériel ? → non, les casques seront déposés sur un totem, et c'est l'agent d'accueil qui les gèrera

Evelyne ROUFFIA : pour le mondial du vent, le PNR prête ses masques pour observer les oiseaux, etc. est-ce envisageable de prévoir votre venue sur cet événementiel ? → oui

Philippe BRULE : intérêt pour le château de Villerouge Termenès, par exemple ? Dans quelles conditions financières cela se met-il en place ? → tout dépend du cahier des charges, tout dépend du flux de personnes, par exemple 2600 € / jour ; ou 840€ / jour si le passage un par un

Philippe BRULE : exemple concret : la salle du bas du château de Villerouge est accessible aux PMR. Quel serait le financement pour un casque à disposition des personnes qui ne peuvent pas monter les étages ? → 14 000 € pour toute l'installation (casque, tablette, application, ...). Facilement rentable sur une saison touristique

Blandine LAFOURCADE : intérêt pour les enfants / adolescents, intérêt pour le tourisme des familles → oui, partage intéressant et mixité des générations

Blandine LAFOURCADE : Besoin avéré du public (cf. guide « l'Aude en famille »)

Danièle BOSCH : bureau d'études est-il déjà choisi ? → Probablement Synergie for Biz : groupement d'entreprises. Demandes de devis en cours.

Lilian COPOVI : si une entreprise veut faire installer ces casques, le GAL peut-il financer ? → dépôt dans les conditions habituelles et sous réserve de crédits disponibles.

Plus de questions, les porteurs de projet sortent.

## DISCUSSIONS

Un projet innovant avec une dimension sociale impactante

Danièle BOSCH : le département va-t-il financer ? → François Galabrun : recherche de cofinancement en cours, sachant qu'il y a déjà financement région pour une autre partie du projet

Walter BENAZET : à lier avec l'acte 2 du Pays Cathare

Serge PESCE : intéressant car donne une identité touristique à l'échelle du département

**La Présidente met au vote : favorable à l'unanimité**

2. Définition d'un schéma local d'orientation de développement touristique durable (SLODT) – Office de Tourisme La Domitienne

**Type d'opération :** Soutien à la réalisation d'études préalables à la création de services et d'équipements touristiques dans le secteur du tourisme de pleine nature, de l'agritourisme ou de l'œnotourisme.

**Résumé du projet :** L'office de tourisme La Domitienne souhaite se munir d'une nouvelle stratégie et d'un plan d'actions priorisé : stratégie globale, numérique et digitalisation, marketing et communication. Pour ce faire, une mission d'assistance à maîtrise d'ouvrage et le recrutement d'un chargé de mission sont prévus dans le cadre du projet.

Voir support powerpoint.

Dépenses		Plan de financement	
Dépenses immatérielles : prestation d'AMO	16 000 €	FEADER – GAL (12%)	34 304 €
Frais salariaux : recrutement chargé de mission	35 000 €	Cofinancement : Département de l'Hérault	8 576 €
Dépenses matérielles : équipement et frais de réception	3 104 €	Auto-financement	10 720 €
<b>TOTAL</b>	<b>54 104 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>54 104 €</b>

Présentation du projet par Serge PESCE et Mélanie SORINI, directrice de l'Office de Tourisme

Territoire de 8 communes, 28 000 habitants, 25 000 lits touristiques, la moitié en camping, principalement sur le littoral.

Comment s'organiser pour avoir une action sur la durée ? 3 enjeux de tourisme : littoral (Vendres), Canal du midi, territoire intérieur

Office de tourisme en place depuis avril 2018, 3 Bureaux Intercommunaux de Tourisme : Colombiers, au port ; Maison du Malpas au pied de l'oppidum d'Ensérune ; Vendres plage

Coordination et accompagnement des acteurs et socio-professionnels

Signature du contrat Grands Sites d'Occitanie il y a 2 mois et engagés dans projet Grands Sites de France

Evolution des besoins, des innovations numériques

Consultation lancée pour l'accompagnement de l'étude. Notification de l'entreprise retenue la semaine dernière. Feuille de route rendue fin 2020 pour une application début 2021.

Création d'un poste à l'office de tourisme pour faire le lien avec tous les socio-professionnels

## QUESTIONS

Blandine LAFOURCADE : Projet de soutien à la réalisation d'étude préalable : normalement c'est le travail des chambres de commerce → il y a eu premier contact avec la précédente direction, n'a pas donné suite

Sabrina LIOT DASSAGATE : nous avons de bonnes relations avec la chambre par ailleurs, mais le rôle des consulaires n'est pas de définir les orientations d'un office de tourisme

Serge PESCE : en effet l'intercommunalité entretient de bonnes relations par ailleurs avec les consulaires

Eliane PIERONI : le territoire peut se développer également grâce au travail fait sur les territoires limitrophes

Serge PESCE : Travail en cohérence avec la CASBEN (Béziers), travail régulier avec l'office de tourisme départemental

Plus de questions, les porteurs de projet sortent.

## DISCUSSIONS

Danièle BOSCH : Projet nécessaire et compliqué car c'est un territoire qui n'a pas de vraie cohérence touristique, mais traversé par le Canal du midi et comptant plusieurs zones Natura 2000... Cette étude permettra de mettre en cohérence.

Il n'y a pas d'autres remarques.

**La Présidente met au vote : favorable à l'unanimité**

### 3. Nouveau positionnement touristique : Corbières Minervois en mode slow tourisme et tourisme durable - Pays Touristique Corbières Minervois

**Type d'opération :** Appui à la création et à la promotion de nouvelles prestations touristiques de pleine nature, d'œnotourisme ou d'agritourisme en lien avec l'itinérance douce et/ou permettant de compléter une offre multi activités.

**Résumé du projet :** Le Pays Touristique Corbières Minervois souhaite se positionner sur le slow tourisme, valoriser et développer un tourisme éco-responsable, mettre en place de micro-aventures, diversifier son offre et la structurer, en opérant un repositionnement touristique sur son site internet.

Voir support powerpoint

Dépenses		Plan de financement	
Prestations : AMO, traductions, création site internet, multilinguisme, hébergement serveur	28 174,00 €	FEADER – GAL (64%)	39 909,59 €
Frais salariaux	34 184,73 €	Auto-financement appelant du FEADER (16%)	9 977,40 €
		Auto-financement (20%)	12 471,75 €
<b>TOTAL</b>	<b>62 358,73 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>62 358,73 €</b>

Présentation du projet par Anne MARSEROU et Avril BINISTI - Merci d'excuser Brice RUFAS, qui a eu un impératif de dernière minute

Le Pays Touristique, ce sont deux piliers : développement touristique + chantier d'insertion (9 postes) depuis 2001. La compétence touristique est déléguée par la CCRLCM

De nombreux partenariats : avec le Grand Narbonne pour le label Vignobles & Découvertes, avec la communauté de communes Corbières Salanque Méditerranée sur la randonnée pédestre & VTT

Déploiement marque Accueil Vélos sur tout le territoire (une vingtaine de prestataires labélisés)

Projet de repositionnement « slow tourisme » et « tourisme durable » Cible : clientèle de proximité

Nudge : « coup de pouce » = influence en douceur au travers du site Internet

Principer de la micro aventure : vivre des choses qui sont dépaysantes, enrichissantes,... De courte durée, simple à réaliser et à organiser, près de chez soi

Phase 1 : définition du positionnement

Phase 2 : conception de l'arborescence du menu, traductions

Phase 3 : création du site Internet (volet technique)

## QUESTIONS

Danièle BOSCH : comment évaluer l'engagement du prestataire ? Label ? cahier des charges ? → Pour les restaurants par exemple, nous saurons qu'ils se situent dans les circuits courts. Pas encore de cahier des charges. Nous comptons nous reposer sur les labels existants.

François GALABRUN : quel objectif en nombre de prestataires ? → Nous avons sur le territoire 6000 lits touristiques, des prestataires nous ont déjà sollicité pour faire le lien entre leur offre et l'offre du PTCM

Plus de questions, les porteurs de projet sortent.

## DISCUSSIONS

C'est un projet dans l'air du temps qui répond à une demande.

François GALABRUN : pendant l'évaluation à mi-parcours de la programmation, la question du tourisme de proximité a été soulevée.

Il n'y a pas d'autres remarques

**La Présidente met au vote : favorable à l'unanimité**

- B. Présentation des projets sur la fiche action n°3 « Marketing territorial et installation de nouvelles activités économiques innovantes ancrées au territoire » :

## Fiche action n°3 Marketing territorial et installation de nouvelles activités économiques innovantes ancrées au territoire

Projet	Etat d'avancement	Assiette éligible	FEADER demandé	Taux FEADER	Auto-fin.	Taux autofin.	Total aides publiques	Cofinanceurs	Date CP opp	Date CP prog	Montant acompte (DP1)	Montant solde (DDP)	FEADER à désengager
TIERS LIEU Argens-Minervois	Sélectionné	80 000,00 €	15 000,00 €	19%	45 000,00 €	56%	25 000,00 €	Région	13/06/2019				
TIERS LIEU La Domitienne	En instruction	19 820,47 €	12 685,10 €	64%	3 964,09 €	20%	3 171,28 €	Dep 34	13/06/2019	23/01/2020			
PNRNF - Geoparc et mémoire	Programmé	22 062,89 €	14 120,24 €	64%	4 412,58 €	20%	3 530,07 €	MOP	13/06/2019	05/12/2019			
La tortue maraichère	Programmé	47 405,76 €	30 339,69 €	64%	9 481,15 €	20%	7 584,92 €	GN	11/04/2019	05/12/2019			
Brasserie La Mandra	Programmé	58 874,14 €	29 937,07 €	50%	11 974,83 €	20%	17 962,24 €	Région	11/04/2019	05/12/2019			
Vignobles et Découvertes GN	Conventionné	142 877,23 €	91 441,42 €	64%	28 575,45 €	20%	22 860,36 €	MOP	28/10/2017	17/01/2018			
T. Tastu - chai oenothérapie	DDP envoyée	205 009,95 €	43 514,32 €	21%	150 009,95 €	73%	11 485,68 €	Carca Agglo + D	09/08/2016	03/08/2018		40 272,37 €	- 3 241,95 €
AMCM Etude tiers-lieux	DDP envoyée	13 489,42 €	8 633,22 €	64%	2 697,92 €	20%	2 158,28 €	MOP	01/08/2017	08/06/2017		8 633,22 €	-
		<b>600 144,69 €</b>	<b>285 671,06 €</b>		<b>270 236,94 €</b>		<b>110 236,69 €</b>					<b>48 905,59 €</b>	<b>- 3 241,95 €</b>

Enveloppe FA3		308 457,00 €
FEADER demandé	285 671,06 €	
dont FEADER à examiner	40 000,00 €	
dont FEADER opportunité	27 685,10 €	
dont FEADER programmé	217 985,96 €	
FEADER payé à payer	48 905,59 €	
<b>FEADER à désengager</b>	<b>- 3 241,95 €</b>	
solde	66 027,89 €	

62 785,94 € Enveloppe - demandé  
90 471,04 € Enveloppe - programmé  
93 712,99 € Enveloppe - programmé + désengagé

➡ **62 785,94 € de FEADER restant + 3241,95 € à désengager**

### ➤ Demandes à l'examen :

dossier du PNRNM sur le développement de la marque Valeurs Parc = demande 40 000€  
+ 3 dossiers sur l'appel à projet Tiers lieux Ruraux, demande ~ 40 000€

➡ **80 000 € de FEADER demandé**



## 1. Développement de la marque Valeurs Parc naturel régional - PNR Narbonnaise en Méditerranée

Type d'opération : soutien à la promotion et la valorisation des atouts du territoire par la création d'outils de marketing territorial communiquant les labels du territoire

Résumé du projet : animation pour le développement de la marque Valeurs Parc Naturel Régional (agriculture, tourisme, prestations d'accompagnement) : concertation avec les différentes professions et rédaction de conventions d'utilisation, réalisation d'audits, animation du réseau, communication

Voir support powerpoint.

Dépenses		Plan de financement	
Poste D: Ingénierie, frais de personnel	46 104,55 €	FEADER – GAL (56,7%)	40 000,00€
Poste E: Communication (graphisme, diffusion, impressions, objets promotionnels )	17 584,59 €	Cofinancement : Région (23,3%)	16 483,86 €
Poste G: Frais de mission, coûts indirects	6 915,68 €	Auto-financement (20%)	14 120,97 €
<b>TOTAL</b>	<b>70 604,83 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>70 604,83 €</b>

Présentation du projet par Jade CHING, introduction par Bernard DEVIC

Bernard DEVIC : objectif de 20 à 30 % d'espaces naturels protégés annoncé par le Président de la République. Objectif du projet = créer de la valeur ajoutée dans les PNR grâce à une marque 2016 : obtention de la marque. Besoin d'une aide pour le lancement

3 grandes valeurs : préservation de l'environnement : développer les écogestes ; remettre l'humain au centre, développer le lien au territoire

Financement : temps d'animation : phase de concertation + communication : 4 grands axes

### QUESTIONS

Philippe BRULE : le projet présente une visibilité à 2 ans. Quelle est l'estimation du coût du fonctionnement de la marque pour les années suivantes ? → Coût principal = audits. Discussions avec d'autres marques pour mutualiser

Bernard DEVIC : espoir de financement des marques de territoire par la région à long terme. Si la marque monte en puissance, elle s'autofinancera. Exemple dans le Lubéron = ils manquent de moyens pour faire face au succès du vin marqué

Gérard BENEZIS : il y a déjà beaucoup de marques, on s'y perd un peu. Concrètement, comment se matérialisera le label ? Comment répondre au fait que désormais, certains logos ne répondent plus à la qualité qu'ils représentaient avant ?

→ Bernard DEVIC : en effet, la marque Sud de France à son lancement n'était destinée qu'au vin, était gage de qualité, ne l'est plus forcément maintenant. Le succès sera dû aux consommateurs et aux producteurs qui joueront le jeu

Lilian COPOVI : les coopératives n'en ont pas encore été informées. Aujourd'hui, l'appellation protégée est boudée. Ce que recherchent les consommateurs, c'est plutôt le côté environnementaliste et santé. Pourquoi ne pas s'appuyer d'ores et déjà sur les appellations ? → le cahier des charges sera réalisé en concertation avec les professionnels

Eliane PIERONI : ajouter une cotisation à la charge des producteurs, peut être lourde pour certains → la cotisation est modeste : 50€ si l'entreprise compte moins de 10 salariés, 150 € si + de 10 salariés, qui permet d'avoir la mise à disposition d'outils et de supports de communication. Les consommateurs sont prêts à payer un peu plus pour des produits de qualité. Le plus important est que le projet soit lancé, d'abord sur le vin et les gîtes.

Danièle BOSCH : pas de remarque sur le fond de la marque, mais disproportion du budget du projet par rapport à l'objectif de labellisation (70 000 € pour 25 labellisés) → oui sur la première année ; on ne sait pas comment va évoluer la demande. Nous avons commencé par le sel et le miel, et comptons sur un effet boule de neige.

Blandine LAFOURCADE : il n'y a pas que les gîtes ; ne pas oublier les campings dans la labellisation → oui, mais des priorités ont été fléchées sur les deux premières années

Plus de questions, les porteurs de projet sortent.

## DISCUSSIONS

Eliane PIERONI : c'est une « usine à gaz », crainte que cela se rajoute à déjà beaucoup de labels.

Lilian COPOVI : la marque existe déjà au niveau national mais les cahiers des charges doivent être adaptés aux contextes locaux

Blandine LAFOURCADE : une marque pour une marque, ne sert à rien. Indispensable de lier à une campagne de communication derrière, c'est important pour valoriser le territoire

Gérard BENEZIS : chaque PNR veut pouvoir se différencier des autres

Henri FABRE : il y a beaucoup trop de logos déjà existants notamment pour le vin, on n'en finit plus. Pourquoi ne pas uniformiser ?

Philippe BRULE : la vocation des PNR est de développer des activités sur leur territoire. Les entreprises jouent le jeu sur le territoire du parc, ce n'est pas une aberration que de créer un logo qui valorise cela. Une bonne chose sur le principe, mais manque de visibilité sur la suite

Lilian COPOVI : la marque a le mérite d'exister, ce qui est préoccupant est de savoir comment faire vivre la marque, il faut de gros moyens financiers derrière

Blandine LAFOURCADE : peuvent s'appuyer sur travail déjà fait, peut donner envie à des entreprises de réfléchir à une démarche dans laquelle ils ne sont pas encore engagés

**La Présidente met au vote : 14 votes pour / 1 vote contre / 1 abstention – le projet est sélectionné.**

## 2. Appel à projets Tiers-lieux ruraux

Trois projets reçus à la 2<sup>ème</sup> vague de l'appel à projets sur les tiers lieux ruraux. Le comité technique a estimé que tous les projets manquaient de maturité, et qu'il serait bénéfique de leur donner un délai supplémentaire et de repousser leur présentation au prochain Comité de programmation.

### 4 Présentation de projet à programmer

Cinq dossiers envoyés en instruction, réception du rapport d'instruction règlementaire pour le projet « Restaurant éphémère » de la cave Castelmaure à Embres-et-Castelmaure. Ce projet a été présenté sur la fiche action n°5 le 3 octobre 2019 pour 23648€ de FEADER et a obtenu une note de 11,71/20 dans la grille de sélection. Il est donc programmable.

PJ : grille de sélection

Intitulé de l'opération	Demandeur	FA	Date sélection	Coût total éligible	FEADER	%	Cofinancement C3SM	%	Auto-financement	%	Note à la sélection
Restaurant éphémère	SCAV Castelmaure	FA5	03/10/19	36 950€	23 468 €	64%	5 912€	16%	7 390€	20%	11,71/20

**La Présidente met au vote : favorable à l'unanimité pour programmation**

### 5 Actualités du GAL de l'Est Audois et du programme LEADER

- **6 décembre 2019** : Réunion interGAL Languedoc Roussillon sur la coopération à Montpellier
- **16 décembre 2019** : Séminaire de lancement de la Concertation Régionale sur les Programmes Européens 2021-2027 à Carcassonne
- **17 janvier 2020** = Atelier coûts simplifiés pour la programmation 2021-2027 à Lézignan-Corbières
- **30 janvier** = invitation de la Région au Parlement de la Montagne à Tarbes
- **10 février** = Rencontres nationales de la coopération LEADER du Réseau Rural à Tours
- **11 février** = Commission Europe du Parlement rural français à Strasbourg
- **27 février** = Assemblée des Territoires à Toulouse
- **5 mars** = prochain comité de programmation du GAL de l'est-audois

La séance est clôturée à 16h30.

Magali VERGNES,  
Présidente du GAL de l'Est-Audois

GAL de l'Est-Audois - Association Minervois Corbières Méditerranée  
C/o Le Grand Narbonne – Hôtel d'agglomération – 12 bd F. Mistral – CS 50 100 – 11 785 NARBONNE CEDEX  
Tel : 04 68 58 14 66 / 06 33 20 39 15

## Annexe 1 – Liste des membres présents

- Membres du comité de programmation présents**

COLLEGE PUBLIC		COLLEGE PRIVE	
BARTHEZ Gérard	Titulaire	AUDIER Nicole	Titulaire
BENEZIS Gérard	Titulaire	COPOVI Lilian	Titulaire
BRULE Philippe	Titulaire	FABRE Henri	Suppléant
DEVIC Bernard	Titulaire	GAZZA Noémie	Titulaire
PESCE Serge	Titulaire	LAFOURCADE Blandine	Titulaire
PHALIP Philippe	Suppléant	PIERONI Eliane	Titulaire
ROUFFIA Evelyne	Titulaire	POLONI Hélène	Titulaire
VERGNES Magali	Titulaire	RATIA Laurent	Suppléant

**Vérification du double quorum** : 8 membres votants du collège public et 8 membres votants du collège privé → le double quorum est atteint.

- Membres du comité technique**

BARBRY Ludovic, CCCSM  
 BENALET Walter, Dép. 11  
 BOSCH Danièle, CA Grand Narbonne  
 FORTUNE-SANS Kattalin, PNR NM  
 GALABRUN François, GAL de l'Est Audois  
 GRENTZINGER Camille, GAL de l'Est Audois  
 LIOT-DASSAGAT Sabrina, CC La Domitienne  
 RUIZ Clélia, GAL de l'Est Audois

GAL de l'Est-Audois - Association Minervois Corbières Méditerranée  
 C/o Le Grand Narbonne – Hôtel d'agglomération – 12 bd F. Mistral – CS 50 100 – 11 785 NARBONNE CEDEX  
 Tel : 04 68 58 14 66 / 06 33 20 39 15