

# COMMUNICATION PROMOTION SENSIBILISATION

## I. Description générale et logique d'intervention

### a. Contexte

Le territoire du Santerre Haute Somme est dynamique, capable d'offrir une palette de loisirs et de services importante, innovante et diversifiée, il est en mesure d'assurer un cadre de vie de qualité au quotidien. Cela se concrétise par la captation/fidélisation des visiteurs, l'information de l'accessibilité et de l'intérêt des loisirs/sites à tous.

### b. Objectifs

- Favoriser l'appropriation et la découverte du patrimoine naturel et paysager
- Capter les populations de passage grâce à une offre diversifiée
- Sensibiliser, communiquer, promouvoir l'offre tant pour les populations de passage, que pour les résidents et les professionnels
- Développer les interconnexions avec les territoires voisins
- Développer des lieux d'échanges favorisant les liens entre les habitants et contribuant au renouveau de la vie de nos communes
- Soutenir les initiatives culturelles et patrimoniales qui font l'identité du territoire et la fierté des habitants
- Améliorer les conditions d'accès physiques, psychologiques et financières aux activités de loisirs
- Développer les liens entre les villes et les villages

### c. Effets attendus

- Construction d'une image dynamique et innovante
- Plus grande visibilité du territoire
- Public ambassadeur du territoire

## II. Type et description des opérations

- Valorisation des grands axes de communication et des « portes d'entrée » du territoire, les ports, haltes nautiques, aires d'autoroute, gares, ...
- Action d'information et de sensibilisation auprès des acteurs locaux
- Réflexion pour la mise en place d'une stratégie de web marketing partagée par tous les acteurs du tourisme

- Consolidation de la politique de promotion de la destination Haute Somme
- Valorisation du tourisme de nature, de la culture et des services en lien avec les loisirs
- Création de support de communication et diffusion de l'information
- Professionnalisation et valorisation des compétences
- Sensibilisation autour des labels et des marques

### **III. Bénéficiaires**

Les porteurs de projets privés et publics implantés sur le territoire.

### **IV. Coûts admissibles**

#### **a. Dépenses immatérielles**

- Frais de personnel directement liés à la mise en œuvre de l'opération
- Frais de fonctionnement directement liés à l'opération, location de salle
- Prestations externes (ingénierie, accompagnement, organisation, animations, intervenants, multimédias, ...)

#### **b. Dépenses matérielles**

- Achat et pose de signalétiques directionnelles, panneaux d'information, bornes, plaques, balisages, signalétique d'entrée de territoire, de support de communication
- Coûts liés à une animation et/ou une exposition itinérante
- Coûts liés à la mise en œuvre d'une labélisation ou de rattachement à une marque

### **V. Parcours du dossier**

- Comité d'audition pour la présentation du dossier
- Comité technique pour l'éligibilité des dépenses
- Comité de programmation pour la validation du dossier et le montant de la subvention allouée

### **VI. Obligations**

- Transparence des devis/factures
- Publicité de la subvention européenne
- Evaluation du projet

*La fiche action complète est remise sur simple demande auprès de l'équipe technique GAL.*