

## Mesure 6: Développer une offre de tourisme globale et adaptée

**Référence à la stratégie LEADER : Fiche 2 « Valoriser la diversité des patrimoines locaux pour renforcer le lien urbain-rural à travers la découverte, la sensibilisation et l'accessibilité »**

**Fiches dispositifs 313 / 331**

### Les enjeux

La fréquentation touristique du territoire est constituée à 46 % de familles dont près de 42 % ont des enfants de 6 à 12 ans et dont plus de 50 % sont des rhônalpins. Au regard de ces éléments, la clientèle familiale représente un potentiel important à condition d'améliorer la qualité et de densifier l'offre touristique. Par ailleurs, le territoire dispose d'une offre très restreinte à destination du public handicapé. En effet, peu d'établissements leurs sont accessibles et la qualité de l'offre reste largement insuffisante. Dans un souci de solidarité et d'égalité des citoyens, le territoire doit se doter d'une offre de qualité suffisante pour garantir à ce public le droit et l'accès aux loisirs.

#### Objectifs stratégiques :

- Développer la consommation touristique et de loisirs sur le territoire par la création d'une offre innovante adaptée aux enfants, aux familles et aux personnes à mobilité réduite ;
- Renforcer l'image positive d'un territoire performant dans l'accueil des publics et des familles.

#### Effets attendus :

- Développement d'une offre d'activités de découverte du patrimoine accessibles à tous publics dont le public handicapé ;
- Sensibilisation des professionnels au développement d'un tourisme adapté et accessible aux personnes à mobilité réduite (PMR) ;
- Mise en valeur de l'offre touristique.

### Description de l'action

#### Objectifs opérationnels :

- Mise en accessibilité des établissements recevant du public afin de permettre à ces partenaires de prétendre à la labellisation « Tourisme et Handicap » ;
- Professionnaliser les acteurs du tourisme en matière de formations aux jeux et au montage de produits touristiques adaptés ;
- Diversifier l'offre touristique pour la rendre accessible à un plus grand nombre ;
- Développer l'offre des « courts séjours » individuels et de groupes autour des déplacements doux ;
- Sensibiliser le grand public et les acteurs économiques au concept de tourisme et handicap à travers des actions de communication/information.

#### Types d'actions :

- Développement d'outils de découverte ludiques et pédagogiques ;
- Mise en accessibilité des établissements et sites à vocation touristique et recevant du public ;

**Dépenses éligibles :**

- Equipement de loisirs destinés aux familles ;
- Mises aux normes d'accessibilité des établissements d'accueil en vue de l'obtention du label Tourisme et Handicap ;
- Instruments de découvertes ludiques et pédagogiques ;
- Frais inhérents à des actions de formation, de communication, de promotion ou d'information ;
- Etude de faisabilité ou d'audit.
- Formations-actions des professionnels du tourisme ;
- Communication territoriale sur le tourisme et le handicap ;

**Dépenses inéligibles :**

- Les frais de restauration ou de réception ;
- Les frais d'hébergement seront limités à 60 €/persønne/nuit.

**Les acteurs de l'action****Maître d'ouvrage (bénéficiaires de l'aide) :**

- Les collectivités ;
- Les EPCI ;
- Syndicat mixte Cap 3B ;
- Les associations ;
- Les entreprises.

**Critères de sélection des opérations**

- Le projet doit s'inscrire, dans la stratégie de la présente fiche ;
- Les actions présentées dans le cadre de cette fiche action doivent impérativement avoir un caractère structurant et un rayonnement intercommunal à minima ;
- Les porteurs de projet devront démontrer que leur action concourt au développement durable (cf. grille développement durable de Cap 3B) ;
- Innovation : le projet devra répondre aux critères d'innovation attendus au regard de son contenu: géographique (le caractère pilote du projet au niveau local et régional sera le minimum attendu), sociale (accessibilité aux handicapés et aux plus démunis), organisationnelle (formation, méthode de travail, gouvernance, auto-évaluation) et technologique (utilisation de nouveaux procédés, prise en compte de l'évolution des technologies utilisées) ;

- Pour tous projets d'investissement supérieur à 25 000 € de dépenses totales, une étude devra être au préalable réalisée afin de juger de la faisabilité ou de l'opportunité de l'opération;
- Pour tous projets d'investissement supérieur à 25 000 € de dépenses totales, un plan de communication détaillé et prévisionnel sur 2 à 3 ans devra figurer dans le descriptif du projet ;
- Seuls les maîtres d'ouvrage candidats à la labellisation « tourisme et handicap » seront aidés et devront s'engager sur au moins deux types d'handicap.

## Plan de financement

Taux d'intervention du FEADER : **55 % de la dépense publique nationale**

Taux maximum d'aide publique : **80 % (maître d'ouvrage privé) et 100 % (maître d'ouvrage public)**

Autofinancement : **20 % minimum (maîtres d'ouvrage public et privé)**

**Enveloppe dédiée au titre du FEADER : 106 300 €**

### Articulation avec les autres fonds européens :

Leader interviendra uniquement sur :

- les dépenses immatérielles (étude d'opportunité, étude de faisabilité, animation, diffusion de connaissances, formation, forum...),
- les dépenses liées aux petits investissements matériels (mise en accessibilité de bâtiments, ...).

Le FEDER interviendra sur les travaux d'investissement d'envergure et/ou structurant pour le territoire.