

AXE I PROMOUVOIR L'EQUIPEMENT COMMERCIAL ET ARTISANAL DU PAYS	Mesure 1 : Communication et promotion de l'offre commerciale et artisanale du Pays
	Référence aux schémas thématiques existants: Schéma de Développement Economique
	Liens avec les autres mesures de la stratégie commerciale et artisanale : Axe I mesures 2 et 3 ; Axe III Mesures 2 et 3 ; Axe IV Mesure 2
	Articulation avec d'autres programmes :
PRESENTATION DE LA MESURE	
<input type="checkbox"/> Contexte général	
Points forts <ul style="list-style-type: none"> ○ Un maillage du territoire satisfaisant avec 10 pôles commerciaux de taille et de fonction différente répartis géographiquement ○ Une offre de proximité diffuse correspondant à la répartition et à la densité de la population ○ Une densification et une modernisation actuelle et à venir de l'offre commerciale proposée par des grandes surfaces alimentaires ou spécialisées en capacité de limiter l'évasion de la clientèle et d'augmenter l'attractivité globale du pays 	
Points faibles <ul style="list-style-type: none"> ○ Une évasion globale estimée à 57% de la dépense commercialisable et susceptible de s'accroître vers les pôles extérieurs (de l'agglomération tarbaise en premier lieu mais aussi vers Aire sur Adour, Pau et Auch) ○ Une quasi absence de communication sur l'offre artisanale et commerciale en direction de la clientèle permanente et touristique du Pays 	
<input type="checkbox"/> Objectifs stratégiques : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Valoriser la diversité, la qualité de l'offre commerciale et artisanale du territoire du Val d'Adour et sa proximité avec les habitants du Pays ➤ Renforcer les actions de communication et de promotion menées au niveau des Communautés de Communes et des pôles et faire le lien entre les différents territoires ➤ Améliorer la visibilité des activités, des pôles et leur attractivité, améliorer les jalonnements et faciliter l'orientation de la clientèle permanente et touristique pour mieux la capter 	
<input type="checkbox"/> Contenu : <p>Pour maintenir l'attractivité commerciale de l'ensemble du Val d'Adour et contenir l'évasion, un effort significatif doit être fait pour renforcer l'action commerciale individuelle des entreprises mais aussi impulser une dynamique collective au niveau de chaque pôle.</p> <p>Chacun des pôles commerciaux du Pays du Val d'Adour a une zone de chalandise spécifique en direction de laquelle professionnels et collectivités porteront leurs efforts dans le cadre d'actions menées à l'échelle locale (cf axe 3).</p> <p>Le Pays doit néanmoins impulser cette dynamique, jouer un rôle fédérateur pour valoriser les complémentarités et renforcer l'impact des différentes actions locales par des éléments identitaires et des outils de promotion communs.</p>	
<input type="checkbox"/> Calendrier prévisionnel de mise en œuvre : 2010 à 2013	

DESCRIPTIF DES ACTIONS ENVISAGEES

□ Action 1.1.1 : Un slogan commun, une signature commune pour valoriser le commerce et l'artisanat du Pays du Val d'Adour

Dans le cadre de leurs actions de communication et promotion en faveur du commerce et de l'artisanat menées dans le cadre de ce programme, il s'agira d'adjoindre aux messages et supports de communication propres à chaque commune, communauté de communes et associations de commerçants (cf axe 3) un slogan commun, une signature valorisant le commerce et l'artisanat du Pays

⇒ Contenu de l'action transversale d'envergure Pays

Elaboration d'un cahier des charges par l'ensemble des partenaires du programme artisanat et commerce : définition du slogan, charte graphique à respecter et conditions d'utilisation.

- **Maître d'ouvrage** : GIP
- **Périmètre opérationnel** : Territoire du Pays du Val d'Adour
- **Calendrier** : 2010-2011
- **Partenariat** : Communautés de Communes, Associations de commerçants et artisans, Compagnies consulaires, Commission Développement Economique du Pays
- **Mise en œuvre** : prestataire extérieur (**devis joint au dossier**)
- **Coût Année 1** : 3 k€
- **Indicateur de suivi et d'évaluation**:
Nb d'utilisations du slogan par les partenaires

□ Action 1.1.2 : Un portail commerce et artisanat sur le site du Pays

Pour valoriser les entreprises et communiquer en direction du public sur les opérations d'animation et de promotion locales mais aussi pour établir des liens entre les professionnels, leurs associations, le Pays doit se doter d'un support d'information thématique commun : un Portail commerce et artisanat sur le site du Pays. Il doit être complémentaire, cohérent et en lien avec les outils internet qui sont ou seront mis en place au niveau des villes, des communautés de communes et des entreprises. Son contenu pourra être :

- Un calendrier commun des différentes manifestations et animations,
- Un récapitulatif de l'ensemble des activités commerciales, artisanales et de services présents sur les communes et des liens vers leurs sites
- Une présentation des marchés et des commerçants non sédentaires, (jours, composition,...),
- Une information sur les espaces commerciaux (conditions de stationnement...)

⇒ Contenu de l'action transversale d'envergure Pays

Etude et conception du portail, mise en ligne.

- **Maître d'ouvrage** : GIP
- **Périmètre opérationnel** : Territoire du Pays du Val d'Adour
- **Calendrier** : 2011-2012
- **Partenariat** : Communautés de Communes, Associations de commerçants et artisans, Compagnies consulaires, Commission Développement Economique du Pays
- **Mise en œuvre** : prestataire extérieur
- **Coût année 2** : 7 k€
- **Indicateur de suivi et d'évaluation**:
Nombre de connexions

□ Action 1.1.3 : Une signalétique adaptée aux besoins de l'artisanat et du commerce avec une charte graphique commune et une implantation des panneaux concertée

Pour accompagner ou anticiper les modifications des infrastructures routières, pour faciliter l'orientation de la clientèle vers les pôles commerciaux et artisanaux, plusieurs projets se font jour à l'intérieur du territoire pour mettre en place une signalétique des activités. Leur multiplication, leur diversité et leur implantation non concertée pourraient être de nature à leur valorisation collective. Il s'agit donc d'**homogénéiser les éléments de signalisation des activités** à l'échelle du Pays et ainsi de contribuer à développer une identité de territoire au niveau des activités commerciales et artisanales.

Une charte (graphique et d'implantation) sera donc élaborée pour une signalétique adaptée aux besoins de l'artisanat et du commerce, commune à l'ensemble du Pays mais mise en œuvre, au cas

par cas, dans les communautés de communes et les bourgs. Elle devra :

- Déterminer les besoins spécifiques à l'artisanat et au commerce
- Rechercher une cohérence avec la signalétique directionnelle et les autres signalisations (sites et activités touristiques par exemple)
- Proposer une définition de la forme souhaitable et la densité de cette signalétique telle que :
 - Panneau d'indication en entrée du pôle, du nombre et du type d'activités
 - Sur chaque pôle : panneaux directionnels des commerces, des parkings, des places, des marchés
 - Sur les principaux pôles : panneaux de composition commerciale des pôles avec une indication par famille d'activités
- Décliner la charte graphique du Pays

➤ **Contenu de l'action transversale d'envergure Pays :**

Réflexion sur cette signalétique adaptée et élaboration de la charte graphique et d'implantation des panneaux

- **Maître d'ouvrage :** GIP
- **Périmètre opérationnel :** Territoire du Pays du Val d'Adour
- **Calendrier :** 2012
- **Partenariat :** Communautés de Communes, Communes, Associations, consulaires, Commissions Développement Economique et Tourisme du Pays
- **Mise en œuvre :** prestataire extérieur
- **Coût année 3 :** 15 k€
- **Indicateur de suivi et d'évaluation:**
Respect de la charte dans les implantations locales

AXE I PROMOUVOIR L'EQUIPEMENT COMMERCIAL ET ARTISANAL DU PAYS	Mesure 2 : Valorisation et promotion des marchés hebdomadaires
	Référence aux schémas thématiques existants: Schéma de Développement Economique
	Liens avec les autres mesures de la stratégie commerciale et artisanale : Axe I Mesure 1 ; Axe III Mesure 2
	Articulation avec d'autres programmes :
PRESENTATION DE LA MESURE	
<p>☐ Contexte général</p> <p>Points forts</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Des marchés hebdomadaires actifs dans tous les pôles commerciaux contribuant à la convivialité des villes et à leur attractivité commerciale ○ Des marchés couverts témoins du patrimoine architectural du Pays ○ Un intérêt renouvelé de la clientèle sédentaire pour la fréquentation des marchés auquel s'ajoute l'engouement de la clientèle touristique ○ Une expérience dynamique de valorisation des marchés de pays dans le département des Hautes-Pyrénées <p>Points faibles</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Un niveau hétérogène d'équipement, d'organisation et de conformité aux normes ○ Un manque de communication et d'animation des marchés notamment sur les territoires gersois et béarnais ○ Des liaisons insuffisantes entre le commerce sédentaire et le commerce non sédentaire <p>☐ Objectifs stratégiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Optimiser le fonctionnement des marchés ➤ Renforcer leur attractivité et améliorer les synergies avec les commerces sédentaires ➤ Valoriser leur fonction commerciale et leur convivialité <p>☐ Contenu :</p> <p>Pour contribuer à l'animation, la convivialité des communes et à l'attractivité commerciale des pôles et de l'ensemble du Val d'Adour, le Pays peut s'appuyer sur cet élément identitaire commun que constituent les marchés hebdomadaires.</p> <p>Leur répartition géographique et temporelle en font un élément naturel et permanent d'animation commerciale auquel peut adhérer l'ensemble de la clientèle avec des motivations différentes : rencontre avec les hommes et découverte des produits du terroir pour la clientèle de passage, attachement traditionnel au commerce de proximité et habitudes de fréquentation pour certaines catégories de clientèles, nouvel intérêt pour les circuits courts d'approvisionnement ou recherche de qualité des produits, etc.</p> <p>Leur modernisation et leur valorisation contribuent également à la dynamisation de l'ensemble des activités commerciales.</p> <p>☐ Calendrier prévisionnel de mise en œuvre : 2011 - 2013</p>	

DESCRIPTIF DES ACTIONS ENVISAGEES

☐ Action 1.2.1 : Une déclinaison sur l'ensemble du Val d'Adour de la démarche « marché de Pays » engagée dans les Hautes-Pyrénées

La démarche expérimentée dans les Hautes-Pyrénées sera mise en œuvre en concertation avec les communes concernées des autres départements du Pays et comprendra les éléments suivants :

- S'assurer de la mise en application des principes d'aménagement, du respect des réglementations et des exigences de la démarche « marché de Pays » : volume et complémentarité de l'offre, organisation des bancs, accessibilité, déballage-remballage, stationnement forains et clientèle, hygiène, gestion et règlement du marché...
- Valoriser l'offre, les produits et le patrimoine architectural de ces marchés
- Mettre en place un plan d'animation et des supports de communication communs notamment par le biais d'une extension du site internet existant pour les marchés et du portail artisanat commerce du Pays (voir Axe I, Mesure 1, Action 1.1.2)
- Accompagner en termes de conseil les projets de modernisation, d'aménagement et de signalétique des marchés (voir Axe III, Mesure 2, Action 3.2.1)

⇒ Contenu de l'action transversale d'envergure Pays

Déclinaison de l'identité visuelle et de la charte graphique - Modifications et dépôt INPI - Plaquettes : format carte postale, distribuées dans tous les offices du tourisme et chez les partenaires (hôtels, campings,...) - Extension site internet existant : réalisation technique, reportages photos et textes et référencement - Ingénierie : mise en place d'une procédure (ou d'une charte), accompagnement des collectivités et des commerçants non sédentaires, centralisation des informations et lien avec l'agence de communication

- **Maître d'ouvrage** : Compagnies consulaires
- **Périmètre opérationnel** : Territoire du Pays du Val d'Adour
- **Calendrier** : 2011-2013
- **Partenariat** : Communautés de Communes, Associations de commerçants et artisans, Syndicat des commerçants non sédentaires, communes, Commission Développement Economique du Pays
- **Mise en œuvre** : Compagnies consulaires
- **Coût année 1** : 20 k€ (devis joint au dossier)
- **Indicateur de suivi et d'évaluation**:
Nombre de labellisations « marchés de Pays »
Nb d'outils de communication réalisés et diffusés

⇒ Contenu des actions locales

Modernisation et mises aux normes des marchés - Panneaux routiers d'entrée de ville sont de maîtrise d'ouvrage des communes et sont présentés dans l'axe 3 pour chacun des territoires concernés.

PREMIERS PROJETS PRE-IDENTIFIES (sur les trois prochaines années)

Communication et promotion des 9 marchés hebdomadaires du Pays :

- Vic en Bigorre, Rabastens de Bigorre et Maubourguet sont déjà intégrés dans la démarche des Hautes-Pyrénées
- Accompagnement nécessaire à l'appropriation de la démarche pour les marchés de Lembeye, Garlin, Marciac, Plaisance, Riscle et Aignan

Accompagnement et ingénierie des projets de modernisation et d'aménagement des marchés : Vic en Bigorre (2011) Rabastens de Bigorre (2012), Lembeye (2011), Plaisance du Gers (2012)

AXE I PROMOUVOIR L'EQUIPEMENT COMMERCIAL ET ARTISANAL DU PAYS	Mesure 3 : Promotion de l'artisanat
	Référence aux schémas thématiques existants: Schéma de Développement Economique
	Liens avec les autres mesures de la stratégie commerciale et artisanale : AXE I mesure 1
	Articulation avec d'autres programmes : Plan Climat Territorial
PRESENTATION DE LA MESURE	
<p>☐ Contexte général</p> <p>Points forts</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Une offre représentative de l'ensemble des activités artisanales, diffuses sur l'ensemble du territoire contribuant à une bonne couverture des besoins des habitants ○ Un secteur composé de petites entreprises mais permettant de maintenir un niveau d'activité économique et des emplois sur l'ensemble du territoire et plus particulièrement dans les communes rurales ○ Une motivation des professionnels pour participer à la promotion de leur secteur d'activité <p>Points faibles</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Une insuffisance d'action commerciale dynamique individuelle et collective en direction de la clientèle ○ Une image dévalorisée des métiers dits « manuels » notamment auprès des jeunes, frein à leur formation et orientation professionnelle vers ce type d'emplois ○ Des difficultés actuelles pour les entreprises à recruter du personnel qualifié et un risque à moyen terme de disparition d'entreprises et de savoir-faire et de perte de qualité des services à la clientèle <p>☐ Objectifs stratégiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Veiller à la pérennité des activités et des savoir-faire ➤ Attirer de nouveaux chefs d'entreprise et faciliter la reprise des entreprises ➤ Valoriser les entreprises, la qualité de leurs produits et leurs services, les emplois qu'elles proposent <p>☐ Contenu :</p> <p>Pour contribuer à la préservation des savoir-faire, à la transmission-reprise des entreprises, des activités et des emplois, pour assurer à l'avenir un niveau d'approvisionnement et de services de qualité à ses habitants, le Pays doit se mobiliser au côté des chefs d'entreprises artisanales pour, en amont, veiller à l'orientation des jeunes vers les métiers de l'artisanat, permettre aux entreprises de recruter du personnel qualifié et en aval faire émerger de nouvelles vocations de chefs d'entreprise.</p> <p>Bien que pour certains métiers il s'agisse de préserver des savoir-faire traditionnels, l'objet de cette promotion ne doit pas être passéiste mais doit au contraire valoriser la capacité des entreprises artisanales à s'adapter à de nouveaux modes de vie et de travail, à de nouvelles techniques, présenter de nouveaux métiers et des emplois modernes et valorisants.</p> <p>☐ Calendrier prévisionnel de mise en œuvre : 2011 - 2013</p>	

DESCRIPTIF DES ACTIONS ENVISAGEES

□ Action 1.3.1 : L'organisation concertée sur l'ensemble du Val d'Adour d'opérations de promotion et de rencontre

Les Chambres de Métiers en concertation avec les représentants locaux des professionnels et les associations de commerçants et artisans doivent être à l'initiative d'un plan de communication et d'événements permettant à la clientèle et à la population jeune de mieux connaître les entreprises de leur territoire, leur offre de produits ou de service, les emplois qu'elles proposent. Ces opérations pourront prendre diverses formes :

- Salons des métiers et des savoir-faire locaux
- Rencontres individuelles et collectives « découvertes des métiers »
- Promotion des métiers, des activités et des entreprises se déployant dans les secteurs de l'éco-construction, et plus largement en cohérence avec les objectifs de respect de l'environnement et du développement durable.

Une opération par département sera menée chaque année, sur l'un des 3 thèmes ci-dessus.

Les coûts affichés en année 1 sont supérieurs aux coûts affichés en années 2 et 3 car l'organisation de la 1^{ère} manifestation prendra plus de temps.

➤ Contenu de l'action transversale d'envergure Pays

Mobilisation des professionnels, élaboration et réalisation du plan de communication, conception et organisation des opérations.

- **Maître d'ouvrage** : Chambres de Métiers
- **Périmètre opérationnel** : Pays
- **Calendrier** : 2011-2013
- **Partenariat** : Pays du Val d'Adour, Communautés de Communes, Associations de commerçants et artisans, organisations professionnelles artisanales, Commission Développement Economique du Pays, Maison Commune Emploi Formation
- **Mise en œuvre** : Chambres de Métiers
- **Coût année 1** : 60 k€ (devis joint au dossier) / **années 2 et 3** : 40 k€
- **Indicateur de suivi et d'évaluation**:
Nombre d'opérations organisées, nombre de professionnels participants, fréquentation des événements

PREMIERS PROJETS PRE-IDENTIFIES (sur les trois prochaines années)

AXE 2 RENFORCER LES COMPETENCES DU TISSU ARTISANAL ET COMMERCIAL	Mesure 1 : Renforcement de l'accompagnement individuel des entreprises
	Référence aux schémas thématiques existants: Schéma de développement Economique
	Liens avec les autres mesures de la stratégie commerciale et artisanale : Axe I Mesure 1
	Articulation avec d'autres programmes : Plan Climat Territorial
PRESENTATION DE LA MESURE	
<p>☐ Contexte général</p> <p>Points forts</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Une répartition des entreprises équilibrée sur l'ensemble du territoire et conforme aux moyennes régionales ○ Des performances économiques satisfaisantes mais dont la dynamique exprimée par l'échantillon des répondants à l'enquête doit être confirmée ○ Des projets d'investissements liés à l'activité portant sur l'attractivité des points de vente mais également sur les outils de production <p>Points faibles</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Un tissu économique composé essentiellement de très petites unités ○ Un risque de disparition d'entreprises et d'activité compte tenu de la répartition démographique des chefs d'entreprise ○ Un décalage entre les nouvelles attentes de la clientèle (garanties de qualité, prise en compte de préoccupations écologiques, ...) et la réponse des entreprises <p>☐ Objectifs stratégiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Assurer la pérennité des activités, maintenir une offre diversifiée et de proximité et faciliter les relations cédants / repreneurs ➤ Consolider l'attractivité et le volume d'activité des entreprises ➤ Diffuser les démarches de développement durable dans les entreprises artisanales et commerciales <p>☐ Contenu :</p> <p>Les entreprises artisanales et commerciales sont majoritairement de très petites unités dans les quelles le chef d'entreprise cumule toutes les fonctions (gestion, production, action commerciale). Il ressent le besoin d'être accompagné pour avoir une vision plus prospective de l'évolution de son environnement et dans la mise en place de démarches structurantes dont l'impact est à moyen ou long terme.</p> <p>Les compagnies consulaires mènent à ce titre des opérations telles que :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Transmission – reprise ▪ Qualité commerce ▪ Démarche labels et certification ▪ Information sur les exigences réglementaires ▪ Sensibilisation sur les nouvelles attentes de la clientèle <p>Le Pays, au travers du programme commerce et artisanat souhaite amplifier l'impact de ces opérations en développant des moyens d'information et de conseil permettant d'être au plus près des entreprises.</p> <p>☐ Calendrier prévisionnel de mise en œuvre : 2011 - 2013</p>	

DESCRIPTIF DES ACTIONS ENVISAGEES

□ Action 2.2.1 : L'accompagnement spécifique à la reprise des entreprises

Plusieurs opérations soutenues par les régions et départements sont menées en faveur de la transmission-reprise par les compagnies consulaires.

Il s'agit ici de réaliser une opération ciblée sur la reprise d'entreprise par les salariés, en complément des diagnostics généralistes habituellement réalisés et financés par les régions.

Il s'agira donc de réaliser des diagnostics de compétences et ambitions des salariés de l'entreprise et de leur proposer un plan de reprise spécifique : formations, accompagnement du dirigeant sortant, recherche de financement.

⇒ Contenu des actions locales et/ou d'envergure Pays

Contacts individualisés avec les chefs d'entreprise et salariés, réalisation des diagnostics et plans de reprise

- **Maître d'ouvrage** : Compagnies consulaires
- **Périmètre opérationnel** : Communautés de Communes
- **Calendrier** : 2011-2013
- **Partenariat** : Pays du Val d'Adour, Communautés de Communes, Communes, Maison Commune Emploi Formation
- **Mise en œuvre** : Compagnies consulaires et prestataires extérieurs
- **Coût année 1** : 5 400 € (900 €/ diagnostic à raison de 2 diagnostics par département) (devis joint au dossier) / **années 2 et 3** : idem
- **Indicateur de suivi et d'évaluation**:
 - Nombre de professionnels contactés, nombre d'audits réalisés
 - Nombre de manifestations organisées
 - Nombre de reprises d'entreprises

Action 2.2.2 : L'accompagnement des entreprises dans à la mise en œuvre de démarches de progrès et de développement durable

La promotion des entreprises et de la qualité de leurs produits ou de leurs prestations doit s'accompagner de la part des commerçants et artisans d'un engagement dans des démarches de progrès. Les attentes grandissantes de la clientèle publique et privée de la prise en compte des problématiques liées au développement durable renforcent ce besoin des entreprises de garantir la qualité de leur prestation, de leur approvisionnement, de la gestion des déchets qu'ils génèrent... Ces engagements doivent être formalisés et doivent pouvoir aboutir à leur reconnaissance dans une charte qualité ou par l'obtention de label et certification.

- Répertorier les démarches adaptées aux entreprises du Pays et à leur activité
- Sensibiliser les professionnels et organiser la mise en œuvre des démarches sur le territoire
- Valoriser les entreprises impliquées, les expériences innovantes ou ayant valeur d'exemple
- Promouvoir les signes de reconnaissance
- Evaluer les besoins des entreprises en termes de formation liée aux démarches de développement durable et de qualité
- Sensibiliser / informer les professionnels sur les cycles de formation existants sur les démarches de développement durable et de qualité
- Développer et organiser des cycles de formation correspondant aux enjeux locaux : éco-construction, éco-conception, adaptation à la commande publique, réponse aux marchés publics, etc

⇒ Contenu des actions locales

Accompagnement local à la mise en œuvre de ces démarches dans les entreprises et conception des outils de promotion et de valorisation auprès de la clientèle du Pays, conception et organisation des sessions de formation, mobilisation des professionnels

- **Maître d'ouvrage** : Compagnies consulaires
- **Périmètre opérationnel** : Communautés de Communes
- **Calendrier** : 2011-2013
- **Partenariat** : Pays du Val d'Adour, Communautés de Communes, Communes
- **Mise en œuvre** : Compagnies consulaires et prestataires extérieurs
- **Coût année 1** : xxxxx k€ (devis joint au dossier) / **années 2 et 3** : xxxxx k€

- **Indicateur de suivi et d'évaluation:**

Nombre de professionnels sensibilisés
Nombre d'expériences diffusées
Nombre de supports d'information auprès des entreprises
Nombre de labels, certifications

Action 2.2.4 : L'accompagnement à la réalisation des programmes d'investissement

Des projets d'investissement ont été recensés sur le territoire dans différents secteurs d'activité et de différentes natures : investissement immobilier, achat de machines, modernisations des outils de production, équipement informatique.

Les Bilans Conseils comportent 3 parties : une présentation explicite du profil actuel de l'entreprise, son potentiel d'évolution en fonction de ses forces et faiblesses, une présentation du projet d'investissement (équilibre financier, analyse de la rentabilité, ...). Ce dossier permet au dirigeant d'avoir une vision évaluative et prospective de son entreprise et peut également être le support nécessaire à l'instruction des demandes d'aide financière à l'investissement envisagées dans le cadre du programme.

Les entreprises ayant bénéficié de ce bilan conseil en amont pourront avoir un suivi personnalisé pour la mise en œuvre des préconisations faites.

⇒ Contenu des actions locales

Recensement des projets des entreprises, réalisation des bilans conseil.

- **Maître d'ouvrage** : Compagnies consulaires
- **Périmètre opérationnel** : Communautés de Communes
- **Calendrier** : 2011-2013
- **Partenariat** : Pays du Val d'Adour, Communautés de Communes, Communes
- **Mise en œuvre** : Compagnies consulaires et prestataires extérieurs
- **Coût année 1 : bilan conseil** 800 € par entreprise soit 60 par an = 48 k€ et **suivi** 300€/entreprise soit 20 par an = 6 k€/ (devis joint au dossier) **années 2 et 3** : 24 000 €/an pour les bilans-conseils et 3 000 €/an pour les suivis.
- **Indicateur de suivi et d'évaluation** :
Nombre de bilans réalisés, nombre de projets d'investissement finalisés, nombre d'entreprises suivies

PREMIERS PROJETS PRE-IDENTIFIES (sur les trois prochaines années)

AXE 3 RENFORCER L'ATTRACTIVITE DES POLES COMMERCIAUX	Mesure 1 : Concertation sur le développement de l'offre commerciale
	Référence aux schémas thématiques existants: Schéma habitat Foncier Urbanisme Cadre de Vie
	Liens avec les autres mesures de la stratégie commerciale et artisanale : Axe III, Mesure 2
	Articulation avec d'autres programmes :
PRESENTATION DE LA MESURE	
<input type="checkbox"/> Contexte général	
Points forts <ul style="list-style-type: none"> ○ Une offre commerciale moderne en grandes surfaces alimentaires et spécialisées représentant 50% des surfaces de vente et répartie dans les différents pôles principaux ○ Une densification actuelle et venir susceptible de freiner l'évasion de la clientèle vers les pôles extérieurs et d'améliorer l'attractivité commerciale du Pays 	
Points faibles <ul style="list-style-type: none"> ○ Plusieurs projets en cours de réalisation ou de réflexion qui augmenteront sensiblement la densité m²/habitant ○ Un risque d'intensification de la pression concurrentielle entre enseignes, entre pôles commerciaux, entre formes de distribution ○ Densification souvent accompagnée d'un éloignement du centre-ville ayant un impact significatif sur les flux de clientèle 	
<input type="checkbox"/> Objectifs stratégiques : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Optimiser le développement de l'offre commerciale ➤ Réduire les évasions commerciales et renforcer les zones de chalandise ➤ Limiter les effets de concurrence entre les communes et les territoires 	
<input type="checkbox"/> Contenu : <p>En tenant compte des projets réalisés récemment (Marciac,) et d'autres décidés ou en cours de réalisation (Maubourquet, Vic en Bigorre, Rabastens de Bigorre) la densité de l'offre commerciale en grandes surfaces alimentaires et spécialisées est aujourd'hui globalement adaptée aux besoins de la population. La dynamique démographique actuelle et projetée est positive mais reste mesurée. L'intensification de l'offre peut, si elle se fait sans concertation, engendrée des tensions concurrentielles dommageables à un développement équilibré du territoire mais aussi à l'avenir de l'offre commerciale des centres-bourgs.</p>	
<input type="checkbox"/> Calendrier prévisionnel de mise en œuvre : 2011 - 2013	

DESCRIPTIF DES ACTIONS ENVISAGEES

□ Action 3.1.1 : L'organisation d'une concertation autour des projets de développement commercial sur le territoire du Val d'Adour

Organiser le recensement et l'identification des projets commerciaux et du foncier disponible
Envisager la réalisation d'études complémentaires pour valider l'opportunité et le calibrage de nouvelles implantations commerciales

Mettre en place la concertation pour mettre en cohérence et accompagner les projets de renforcement et de modernisation de l'équipement commercial : commission thématique composée d'élus et de techniciens

⇒ Contenu de l'action transversale d'envergure Pays

Organisation et formalisation des instances de concertation

- **Maître d'ouvrage** : GIP et Communautés de Communes
- **Périmètre opérationnel** : Territoire du Pays du Val d'Adour
- **Calendrier** : 2011-2013
- **Partenariat** : Compagnies Consulaires, Communes, Communautés de Communes
- **Mise en œuvre** : Pays
- **Coût** : temps/homme
- **Indicateur de suivi et d'évaluation**:
Nombre de réunions organisées, nombre de projets examinés

AXE 3 RENFORCER L'ATTRACTIVITE DES POLES COMMERCIAUX	Mesure 2 : Restructuration urbaine et consolidation commerciale des centres bourgs
	Référence aux schémas thématiques existants: Schéma Habitat Foncier Urbanisme Cadre de Vie
	Liens avec les autres mesures de la stratégie commerciale et artisanale : Axe III, Mesure 1
	Articulation avec d'autres programmes :
PRESENTATION DE LA MESURE	
<p>☐ Contexte général</p> <p>Points forts</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 11 pôles commerciaux, de taille et d'équipements différents, mais répartis sur le territoire et exerçant une attractivité sur une zone de chalandise plus ou moins large mais permettant une couverture de l'ensemble des besoins de la population de la zone de chalandise ○ Une diversité et une complémentarité de l'offre commerciale et artisanale en centre bourg contribuant à la convivialité et à la qualité de vie du Pays <p>Points faibles</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Des zones de chalandise contraintes limitées par l'attractivité des pôles extérieurs ○ Une attractivité inégale des différents pôles eu égard à leurs aménagements urbains, à la gestion du stationnement, à la vacance des locaux, à l'image des commerces ○ Des modifications dans les infrastructures routières et des implantations de certaines surfaces commerciales susceptibles de détourner les flux de clientèle des centres-bourgs <p>☐ Objectifs stratégiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➔ Maintenir l'attractivité des pôles et renforcer les liaisons entre les différents espaces commerciaux ➔ Eviter les ruptures dans les linéaires commerciaux, la vacance des locaux ou la perte de leur destination commerciale ➔ Répondre aux besoins de nouveaux baux commerciaux pour la création de nouvelles activités ou la reprise et la relocalisation d'activités existantes <p>☐ Contenu :</p> <p>Pour maintenir l'attractivité commerciale de l'ensemble du Val d'Adour et contenir l'évasion l'enjeu est au niveau de chaque pôle de veiller à l'équilibre entre les différentes formes de distribution et aux liens entre centre-ville et périphérie. Mais il s'agit également, au niveau du Pays, de préserver l'équilibre entre les différents pôles, d'éviter les concurrences intra-territoire en développant coopération et complémentarité et en contribuant à favoriser la restructuration urbaine des 11 pôles pour améliorer le fonctionnement des espaces marchands.</p> <p>☐ Calendrier prévisionnel de mise en œuvre : 2010 - 2013</p>	

DESCRIPTIF DES ACTIONS ENVISAGEES

□ Action 3.2.1 : Restructuration urbaine et consolidation commerciale des centres-bourgs

A partir de l'analyse du fonctionnement marchand et urbain des différents pôles, des préconisations ont été formulées en termes d'aménagements urbains (entrées de ville, places centrales, cheminements piétonniers, accessibilité aux personnes à mobilité réduite ...), de signalétique, de stationnement, de modernisation des halles et marchés, de valorisation de nouveaux espaces commerciaux.

⇒ Contenu des actions locales

Etudes préalables à de nouveaux aménagements. Investissements

- **Maître d'ouvrage** : Communes
- **Périmètre opérationnel** : Communautés de communes et Bourgs-centres
- **Calendrier** : 2010-2013
- **Partenariat** : Commission Développement Economique du Pays du Val d'Adour, Compagnies consulaires
- **Mise en œuvre** : Communes
- **Coût année 1** : Etudes 15 k€ par site étudié (devis joint au dossier) / **années 2 et 3** : idem
Travaux chiffrage réalisée par les communes après étude
- **Indicateur de suivi et d'évaluation**:
Etudes : Nombre de réunions, documents de restitution des prestataires
Nombre et nature des investissements

Action 3.2.2 : Disponibilité de locaux et fonds commerciaux et artisanaux

Certaines communes souhaitent mettre en place une démarche structurée leur permettant d'identifier les locaux disponibles ou susceptibles de perdre leur vocation commerciale mais ayant des emplacements intéressants commercialement pour les entreprises et importants pour l'image du pôle. Cette action doit être poursuivie par la recherche d'information sur les raisons de la vacance (liées au propriétaire, à la configuration du local, à l'activité précédemment exercée...), ou d'un risque de modification d'affectation.

Les communes doivent ensuite bénéficier d'un accompagnement et d'une étude sur :

- Les conditions de la mise en œuvre du droit de préemption et la définition d'un périmètre de sauvegarde du commerce et de l'artisanat
- La recherche de solutions juridiques, économiques et financières pour permettre l'installation de nouveaux exploitants ou d'une nouvelle activité, le maintien d'une activité commerciale ou artisanale

⇒ Contenu des actions locales

Evaluation des besoins, recensement des locaux concernés. Prestations de conseil aux communes avec études économiques et juridiques

- **Maître d'ouvrage** : Communes
- **Périmètre opérationnel** : Communautés de communes et Bourgs-centres
- **Calendrier** : 2010-2013
- **Partenariat** : Pays du Val d'Adour, Compagnies consulaires
- **Mise en œuvre** : Prestataires extérieurs
- **Coût année 1** : 600 €HT / local soit 6 K€ pour 10 locaux (devis joint au dossier) / **années 2 et 3** : idem
- **Indicateur de suivi et d'évaluation**:
Nombre de locaux traités par tranche
Nombre de communes accompagnées

PREMIERS PROJETS PRE-IDENTIFIES (sur les trois prochaines années)

		2011	2012	2013
Maubourguet (65)	Etude aménagement Place de la Libération (stationnement + point info) et rue Maréchal Joffre	22 K€		
	Aménagements urbains : bâches ronds-points, panneaux signalétique,, habillage de la halle		50,6 K€	
Vic en Bigorre (65)	Sonorisation CV et équipement du marché	150 k€		
	Aménagements urbains		300 k€	
	Aménagements paysagers		100 k€	
Rabastens de Bigorre (65)	Aménagement de la place centrale	Etude aménagement espaces commerciaux et modernisation du marché	Travaux	
	Réhabilitation immeuble Ders		Travaux	
Andrest (65)	?			
Garlin (64)	Réaménagement ancienne halles	Etude	Travaux	
Lembeye (64)	Aménagement place centrale et modernisation marchés	Etude	Travaux	
Marciac (32)	Sonorisation des couverts	Travaux		
	Réfection rue des Lilas		Travaux	
	Amélioration accessibilité		Travaux	
Plaisance (32)	Parking Arros	135 K€		
	Eclairage des couverts	Travaux		
	Réalisation d'une voie traversante		Travaux	
	Amélioration accessibilité		Travaux	
Villecomtal sur Arros	Aménagement d'un bâtiment avec locaux commerciaux	Travaux option commerce : 56,8 k€		
	Réhabilitation du centre commercial		Travaux	
CdC Vallées de Gascogne	Reconversion de bâtiments locaux artisanaux	Etude 202 k€	Travaux	
Riscle (32)	?			
Aignan (32)	?			

AXE 3 RENFORCER L'ATTRACTIVITE DES POLES COMMERCIAUX	Mesure 3 : Mobilisation des professionnels et mise en œuvre de programmes d'animation et de communication
	Référence aux schémas thématiques existants: Schéma de Développement Economique
	Liens avec les autres mesures de la stratégie commerciale et artisanale : Axe I, Mesure 2
	Articulation avec d'autres programmes :
PRESENTATION DE LA MESURE	
<p>☐ Contexte général</p> <p>Points forts</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Un intérêt manifesté par une partie des professionnels pour la création ou la relance d'unions commerciales, pour mettre en route une dynamique de groupe ○ Des attentes pour des actions visant à donner une image positive du commerce et de l'artisanat à la clientèle ○ Une motivation des professionnels pour participer à des actions d'animation et de promotion pour fidéliser, attirer la clientèle et contribuer à l'animation des villes. ○ Des ouvertures pour des partenariats entre pôles proches et complémentaires <p>Points faibles</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Une quasi absence de structuration collective des artisans et des commerçants ○ Une insuffisance d'action commerciale dynamique collective en direction de la clientèle ○ Une difficulté de mobilisation des professionnels à l'échelle du Pays mais des opportunités au niveau de chaque pôle <p>☐ Objectifs stratégiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Relancer ou favoriser l'impulsion d'une dynamique collective ➤ Faire émerger ou consolider des structures représentatives des professionnels à l'échelle des principaux pôles et communautés de communes ➤ Assurer la mobilisation collective des professionnels via les animations ➤ Fidéliser la clientèle actuelle, capter la clientèle jeune, les nouveaux habitants et la clientèle touristique <p>☐ Contenu :</p> <p>Pour contribuer à l'animation, la convivialité des communes et à l'attractivité commerciale des pôles et de l'ensemble du Val d'Adour, les communautés de communes et les communes doivent s'appuyer sur des structures associatives dynamiques et représentatives des professionnels. Celles –ci doivent élaborer des programmes d'animation et de promotion adaptés aux enjeux commerciaux, cohérents avec l'équipement commercial et artisanal du pôle et à la taille de la zone de chalandise qu'il attire et en synergie avec les autres partenaires organisateurs d'événements culturels, festifs, ... L'initiative doit donc être locale.</p> <p>Pour développer les coopérations entre pôles, éviter les concurrences et à l'inverse augmenter l'impact de ces opérations locales auprès de la clientèle et améliorer l'attractivité globale du Pays, ces opérations doivent être coordonnées et renforcer par des outils communs (cf axe 1 mesure1)</p> <p>☐ Calendrier prévisionnel de mise en œuvre : 2010 - 2013</p>	

DESCRIPTIF DES ACTIONS ENVISAGEES

□ Action 3.3.1 : Mobilisation des professionnels

Compte tenu de la faiblesse de la structuration des professionnels sur une grande partie du territoire cette action devra être engagée dès la première phase du programme dans un grand nombre de communautés de communes. Elle pourra comporter les éléments suivants :

- Coordination de l'action des Assistants Techniques des Compagnies Consulaires et des Animateurs de développement
- Implication dans l'action des responsables des associations existantes ou des personnes identifiées comme moteurs
- Information et sensibilisation des professionnels (avantages liés à la mise en place et à l'adhésion à une association) puis lancement d'un plan de relance à échéance régulière pour mobiliser de nouveaux adhérents et organisation des réunions régulières
- Structuration des associations, création de groupes de réflexion pour la création et la mise en œuvre des programmes annuels d'animations, des actions de promotion...
- Recherche de financements et de partenaires

⇒ Contenu des actions locales

Diffusion d'information, organisation de réunions, structuration des associations

- **Maître d'ouvrage** : Compagnies consulaires
- **Périmètre opérationnel** : Communautés de communes et bourgs-centres
- **Calendrier** : 2010-2013
- **Partenariat** : Pays du Val d'Adour, Communautés de Communes, Associations de commerçants et artisans,
- **Mise en œuvre** : Compagnies consulaires
- **Coût année 1** : 27 k€ (soit 2 700 €/ pôle soit pour 10 pôles : 27 K€ dont 3 dans les Hautes-Pyrénées, 5 dans le Gers, et 2 dans les Pyrénées-Atlantiques) (devis joint) / **années 2 et 3** : 13.5 k€/ an
- **Indicateur de suivi et d'évaluation**:
Nombre d'associations actives, nombre de professionnels adhérents,
Nombre de réunions d'information

Action 3.3.2 : Mise en œuvre des programmes annuels d'animation et de communication des territoires

Suite à la consolidation ou la création des associations de professionnels, il pourra être mis en place un plan d'actions annuel par Communauté de Communes :

- animations traditionnelles : fêtes de fin d'année, fête des mères,...
- animations ponctuelles en relation avec les manifestations culturelles, sportives, ... locales
- animations liées à la vocation touristique du territoire

Ce plan devra veiller à lisser les retombées en termes de fréquentation des commerces sur toute l'année et être cohérent avec une programmation harmonisée sur l'ensemble du Pays

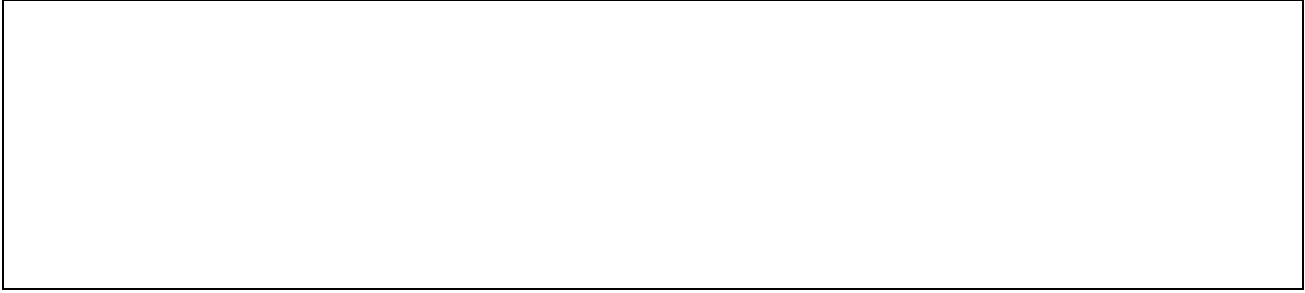
Le développement de l'utilisation de l'outil internet sera privilégié pour promouvoir les opérations collectives et faciliter les liaisons et la communication entre les associations locales, entre les commerçants, entre les commerçants et leur clientèle et leurs partenaires.

Les différents outils de communication mis en œuvre tiendront compte des éléments communs aux Pays (cf axe 1)

⇒ Contenu des actions locales

Organisation d'événements, d'opérations commerciales, publicité, promotion et communication

- **Maître d'ouvrage** : Association des commerçants et artisans
- **Périmètre opérationnel** : Communautés de communes et bourgs-centres
- **Calendrier** : 2010-2013
- **Partenariat** : Pays du Val d'Adour, Communautés de Communes, Compagnies consulaires
- **Mise en œuvre** Association des commerçants et artisans
- **Coût année 1** : 131,6 k€ soit 45 600 pour Maubourguet (65), 48 000 € pour Lembeye et Garlin (64), 38 000 € pour Marciac et Plaisance (devis joint) / **années 2 et 3** : 94 k€ (soit 38 000 € pour Vic en Bigorre (65), 56 000 € pour Riscle et Villecomtal (32) puis 66 K€ (soit 38 000 € pour Rabastens (65), 28 000 € pour Aignan (32)).
- **Indicateur de suivi et d'évaluation**:
Nombre d'opérations organisées, nombre de professionnels participants, fréquentation des événements



PREMIERS PROJETS PRE-IDENTIFIES (sur les trois prochaines années)

	2011	2012	2013
VAL D'ADOUR Maubourguet (65)	Cf dossier CCI		
VIC MONTANER Vic en Bigorre (65)	Mobilisation Structuration association	Plan d'action ?	Plan d'action
ADOUR RUSTAN ARROS Rabastens de Bigorre		Mobilisation Structuration association	Plan d'action
CANTON DE GARLIN Garlin (64)	Mobilisation Structuration association	Plan d'action 28 000 €	Plan d'action
CANTON DE LEMBEYE EN VIC BILH Lembeye (64)	Mobilisation Structuration association	Plan d'action 28 000 €	Plan d'action
MONTS ET VALLES DE L'ADOUR Riscle (32)	?	?	?
TERRES D'ARMAGNAC Aignan (32)	?	?	?
BASTIDE ET VALLONS DU GERS Marciac (32) Plaisance (32)	Mobilisation Structuration association	Plan d'action ?	Plan d'action
HAUTES VALLEES DE GASCOGNE Villecomtal sur Arros (32)	Mobilisation Structuration association	Plan d'action ?	

AXE 3 RENFORCER L'ATTRACTIVITE DES POLES COMMERCIAUX	Mesure 4 : Aide à la réalisation des investissements des entreprises
	Référence aux schémas thématiques existants: Schéma de développement Economique
	Liens avec les autres mesures de la stratégie commerciale et artisanale : Axe II Mesure 1
	Articulation avec d'autres programmes : Plan Climat Territorial
PRESENTATION DE LA MESURE	
<p>☐ Contexte général</p> <p>Points forts</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Une volonté affirmée du Pays et des Communautés de Communes de contribuer au renforcement et à la modernisation de l'activité économique et en particulier des entreprises artisanales et commerciales ○ Sur 100 entreprises ayant participé à l'enquête, 30 avaient des projets de développement ou de modification de leur activité. Pour une majorité, la réalisation de ces projets est conditionnée à la faisabilité d'un programme d'investissements <p>Points faibles</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Un contexte économique général peu favorable aux décisions d'investissement, à la prise de risque par les entreprises ○ Un niveau de rentabilité et des capacités d'autofinancement parfois insuffisants pour permettre la faisabilité des projets des entreprises <p>☐ Objectifs stratégiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Consolider les entreprises artisanales et commerciales et appuyer le développement de leur activité ➤ Inciter à la réalisation des investissements nécessaires en répondant aux besoins de financement des professionnels par des aides directes ➤ Élever le niveau qualitatif des linéaires, renforcer l'attractivité commerciale sur chaque pôle <p>☐ Contenu :</p> <p>Des aides financières sont mobilisées pour aider à la réalisation des investissements de entreprises en suivant les directives de la circulaire FISAC : éligibilité des entreprises (taille, activité, localisation), dépenses éligibles, taux de subvention...</p> <p>Ces aides sont attribuées après instruction du comité ad hoc sur présentation d'un dossier pour le montage duquel le chef d'entreprise peut être accompagné (action 2.2.4).</p> <p>☐ Calendrier prévisionnel de mise en œuvre : 2010 - 2013</p>	

DESCRIPTIF DES ACTIONS ENVISAGEES

□ Action 3.4.1 : Aide financière à la réalisation d'investissement des entreprises

L'objectif est d'accompagner les professionnels par le biais d'aides directes aux investissements et à la rénovation des façades commerciales (enseignes, devantures, stores, vitrines, éclairage) et des niveaux non commerciaux.

Cette action nécessite d'informer, inciter et accompagner les professionnels : élaboration du projet de modernisation, effets escomptés en terme d'accroissement du chiffre d'affaires, montage du plan de financement (lien avec l'axe 2 mesure 2)

La réflexion des entreprises sur leur projet sera également l'occasion d'impulser les possibilités d'intégrer des améliorations quant à l'impact environnemental de l'activité de l'entreprise, de développer les outils NTIC dans la gestion ou la démarche commerciale de l'entreprise

⇒ Contenu des actions locales des entreprises

Aide financière à la réalisation d'investissement : dépenses de modernisation, mise en conformité, rénovation, réhabilitation et sécurisation des locaux, mise en conformité pour l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite, ... (cf circulaire FISAC)

- **Maître d'ouvrage** : Entreprises
- **Périmètre opérationnel** : Pays
- **Calendrier** : 2011-2013
- **Partenariat** : Communautés de Communes, Compagnies consulaires
- **Mise en œuvre** : Entreprises
- **Coût année 1** : 30 K€ / entreprise sur la base de 60 entreprises dont 25 dans les Hautes-Pyrénées, 20 dans le Gers, 15 dans les Pyrénées Atlantiques **années 2 et 3** : 30 K€ / entreprise / an sur la base de 30 entreprises / an
A la fin des 3 tranches, ce sont 20 % des 600 entreprises du territoire soit 120 entreprises qui pourront être bénéficiaires du programme
- **Indicateur de suivi et d'évaluation** :
Nombre d'entreprises modernisées, montant des investissements réalisés

AXE 4 FACILITER L'EMERGENCE D'INITIATIVES LOCALES ET COORDONNER L'ACTION AU NIVEAU DU PAYS	Mesure 1 : Animation du programme
	Référence aux schémas thématiques existants: Schéma de développement Economique
	Liens avec les autres mesures de la stratégie commerciale et artisanale : toutes
	Articulation avec d'autres programmes :
PRESENTATION DE LA MESURE	
<p>☐ Objectifs stratégiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ mettre en place une structure à deux niveaux (technique et politique) assurant le suivi permanent du déroulement de l'opération. ➤ Assurer le suivi administratif du dossier et mobiliser les financements et assurer sa mise en œuvre opérationnelle et quotidienne, ➤ Assurer la coordination technique et financière des différentes phases et suivre le déroulement des opérations ➤ Mesurer le degré de réalisation des actions, leur pertinence par rapport à leur mise en place initiale et recadrer les actions et les réorienter si nécessaire <p>☐ Calendrier prévisionnel de mise en œuvre : 2011 - 2013</p>	

DESCRIPTIF DES ACTIONS ENVISAGEES
<p>☐ Action 4.1.1 : Mise en place d'un comité de suivi et d'un comité technique</p> <p>Il s'agira en premier lieu de reconduire le comité de pilotage de l'étude préalable, composé des DRCA, des préfectures de départements, des 2 régions, des 3 départements, des consulaires, des Communautés de communes, de la commission Développement Economique du Pays, de la Semadour. Réunir régulièrement ce comité de suivi pour déterminer les lignes directrices, valider les projets et réaliser les différentes évaluations.</p> <p>Ce comité de suivi mettra en place un comité technique, avec une composition adaptée (techniciens Semadour, Communautés de communes et consulaires et partenaires intervenant dans les actions) selon les thèmes abordés et se rassemblant lorsque le besoin apparaît. Le rôle de ce comité sera de :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Définir les modalités de mise en place technique et pratique des actions, ▪ Préparer les analyses et les évaluations, ▪ Examiner les dossiers présentés par les professionnels et porteurs de projets (aides, accompagnement, audit individualisé...). <p>Ces 2 comités seront donc chargés du suivi de l'ensemble de l'opération dans la durée :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Définir et mettre en place le programme d'actions, assurer les cofinancements des opérations, établir les tranches d'actions annuelles. ▪ Coordonner l'action des Communautés de communes ▪ Lancer les actions et procéder à leur évaluation à échéance régulière, recadrer et réorienter les programmes d'actions au besoin, procéder à l'évaluation définitive. <p>➤ Contenu de l'action transversale d'envergure Pays</p> <p>Mise en place et animation des Comités</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maître d'ouvrage : GIP • Périmètre opérationnel : Territoire du Pays du Val d'Adour • Calendrier : 2010-2013 • Partenariat : Communautés de Communes, Compagnies consulaires, Etat, Régions, Départements, bourgs centres, Maison Commune Emploi Formation, Commission Développement Economique du Pays • Mise en œuvre : Pays • Coût : Temps homme • Indicateur de suivi et d'évaluation: Tableaux de bords et compte-rendus de réunions

Action 4.1.2 : Mise en place des outils d'accompagnement nécessaires à la mise en œuvre du programme

3 niveaux d'intervention sont prévus pour la mise en œuvre du programme :

Maîtrise d'ouvrage : GIP

Calendrier : 2010-2013

- Coordination générale et programmation (élaboration de la programmation des tranches annuelles, mobilisation des financements, suivi technique et financier, conventionnement, gestion de l'enveloppe FISAC, évaluation, mise en œuvre des actions transversales de type communication, études, mise en œuvre de la concertation)

Périmètre opérationnel : territoire du Pays du Val d'Adour

Mise en œuvre : Semadour

Coût année 1 : xxxxx (devis joint)

Indicateurs de suivi et dévaluation :

Nombre de dossiers programmés

Montant des financements mobilisés

- Relais local auprès des bourgs centres et des professionnels : coordination et animation locale, information de 1^{er} niveau et accueil des associations et entreprises, montage des dossiers d'investissement des collectivités

Périmètre opérationnel : Communautés de communes

Mise en œuvre : Communautés de communes

Coût année 1 : xxxx (devis joint)

Indicateurs de suivi et dévaluation :

Nombre d'entreprises reçues

Nombre de réunions avec les associations de professionnels

- Accompagnement des entreprises : accompagnement et montage des dossiers des entreprises et des associations de professionnels

Périmètre opérationnel : Communautés de communes

Mise en œuvre : chambres consulaires

Coût année 1 : 37,8 K€ soit 14 628 € pour les Hautes-Pyrénées, 13 730 € pour le Gers, 9 453 € pour les Pyrénées Atlantiques (devis joint) Coût années 2 et 3 : 18 900 €/an

Indicateurs de suivi et dévaluation :

Nombre de dossiers d'entreprises/d'associations validés

Action 4.1.3 : Elaboration des outils d'évaluation

Le comité technique devra veiller à ce que, pour chaque action, les critères d'évaluation aient été définis en amont.

Des tableaux de bord seront mis en place pour chaque tranche et permettront de suivre en temps réel l'avancement des opérations : résultats attendus, résultats intermédiaires, écart par rapport à l'objectif, suivi du budget...

Il sera réalisé un bilan annuel de l'opération (actions menées, bilan financier, bilan observé sur le terrain, degré de satisfaction des destinataires des actions). Ce bilan annuel sera préparé par la Semadour en charge de la coordination générale de l'opération et les référents techniques chez les partenaires.

⇒ Contenu de l'action transversale d'envergure Pays

Mise en place des tableaux de bord, enquête de satisfaction des destinataires, bilans

- **Maître d'ouvrage** : GIP
- **Périmètre opérationnel** : territoire du Pays du Val d'Adour
- **Calendrier** : 2011-2013
- **Partenariat** : Communautés de Communes, Compagnies consulaires, Semadour

- **Mise en œuvre** : Prestataire extérieur
- **Coût année 3** : 30 k€
- **Indicateur de suivi et d'évaluation:**
Nombre de réunions.

AXE 4 FACILITER L'EMERGENCE D'INITIATIVES LOCALES ET COORDONNER L'ACTION AU NIVEAU DU PAYS	Mesure 2 : Plan de communication du programme
	Référence aux schémas thématiques existants: Schéma de Développement Economique
	Liens avec les autres mesures de la stratégie commerciale et artisanale : Axe I, Mesure 1
	Articulation avec d'autres programmes :
PRESENTATION DE LA MESURE	
<input type="checkbox"/> Objectifs stratégiques : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sensibiliser les professionnels et les collectivités / porteurs de projet et favoriser l'appropriation de l'opération par tous ➤ Informer les investisseurs potentiels ➤ Impliquer les associations de professionnels 	
<input type="checkbox"/> Calendrier prévisionnel de mise en œuvre : 2011 - 2013	

DESCRIPTIF DES ACTIONS ENVISAGEES
<input type="checkbox"/> Action 4.2.1 : Lancement du programme et communication sur son avancement Plusieurs supports de communication pourront être utilisés pour diffuser l'information de façon efficace en direction des destinataires du programme et des partenaires financiers et institutionnels : <ul style="list-style-type: none"> • Réaliser des réunions publiques : information et bilan d'étapes • Diffuser un document de synthèse sur l'avancement de l'opération • Recourir aux médias locaux • Utiliser le portail internet • Mobilisation du Journal Pays
➤ Contenu de l'action transversale d'envergure Pays Elaboration et réalisation du plan de communication <p>.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maître d'ouvrage : GIP • Périmètre opérationnel : territoire du Pays du Val d'Adour • Calendrier : 2010-2013 • Partenariat : Communautés de Communes, consulaires, bourgs centres • Mise en œuvre : Communautés de communes • Coût année 1 : Temps homme • Indicateur de suivi et d'évaluation: Nombre de réunions organisées Nombre d'articles parus dans la presse