

**Groupe séminaire LEADER**  
**Préparation de la candidature LEADER du Pays Carcassonnais**  
**Compte-rendu de la réunion du 16 avril 2015**

**Présents :**

Monsieur Régis BANQUET – Président Carcassonne Agglo  
Madame Sophie BONZOM – Carcassonne Agglo  
Monsieur J-P BOUISSET - Vice président CDC Montagne Noire  
Monsieur Alain DEDIES – Chambre d’Agriculture  
Madame Valérie DUMONTET – Carcassonne Agglo  
Monsieur André DURAND – Rapporteur Commission Tourisme Pays Carcassonnais  
Madame Isabelle FARGUES – Consultante SPL  
Madame Marie-Chantal FERRIOL – Rapporteur Commission Patrimoine Pays Carcassonnais  
Madame Bénédicte GOBBE – Rapporteur Commission Viticulture Pays Carcassonnais  
Madame Eva GUGGISBERG – CCI Carcassonne  
Madame Emilie GOUTELLE – Cabinet Sitelle  
Monsieur Philippe HORTALA – Vice président CDC Montagne Noire  
Madame Valérie LAFON – Directrice Pays Carcassonnais  
Madame Céline MARAIRE – Pays Carcassonnais  
Madame Catherine MARIE CALLEY – Sudfrance.fr  
Monsieur Damien MATRON – Carcassonne Agglo  
Monsieur Julien MOUSSET – CDC Montagne Noire  
Madame Guylaine PIGNOT – Carcassonne Agglo  
Monsieur Gwenaël PONTHER – CMA de l’Aude  
Madame Tamara RIVEL – Présidente Pays Carcassonnais  
Monsieur J-P VILLIE – Cabinet Sitelle

**Objectifs de la réunion :**

⇒ Valider et affiner la stratégie ciblée possible pour LEADER.

**Déroulement de la réunion :**

**1. rappel des principes LEADER**

Isabelle Farges, consultante chargée par le Conseil Régional d’accompagner le territoire dans sa candidature LEADER (Assistance à Maîtrise d’Ouvrage), rappelle en introduction les principes LEADER, et les principaux points de vigilance pour cette candidature.

**2. le projet de stratégie.**

Le cabinet Sitelle (chargé d’accompagner le territoire dans la rédaction de la candidature) expose la stratégie ciblée possible, au regard des éléments de diagnostic issus des précédentes réunions

(synthétisés à partir de l’outil tableau AFOM), et des documents stratégiques de cadrage existant sur le territoire.

→ cf. diaporama joint à ce document.

### **Enjeu :**

L’enjeu majeur auquel le Pays Carcassonnais doit faire face, est celui d’un développement rural équilibré fondé sur l’optimisation et la diffusion des retombées économiques liées à la fréquentation et à la notoriété de la Cité de Carcassonne, mais aussi du Canal du Midi, ainsi que sur les complémentarités entre les espaces qui composent le territoire.

La stratégie du programme LEADER doit alors viser à mettre en place les conditions permettant cette optimisation.

Suite à la réunion, les techniciens de Carcassonne Agglomération et de la communauté de communes de la Montagne Noire proposent d’ajouter une dimension économique à cet enjeu, qui peut être reformulé de la manière suivante :

→ Un développement rural équilibré fondé sur l’optimisation et la diffusion des retombées économiques liées à la fréquentation et à la notoriété de la Cité de Carcassonne, mais aussi du Canal du Midi.

→ Un développement économique s’appuyant sur les spécificités du territoire ainsi que sur les complémentarités entre les espaces et les acteurs qui le composent.

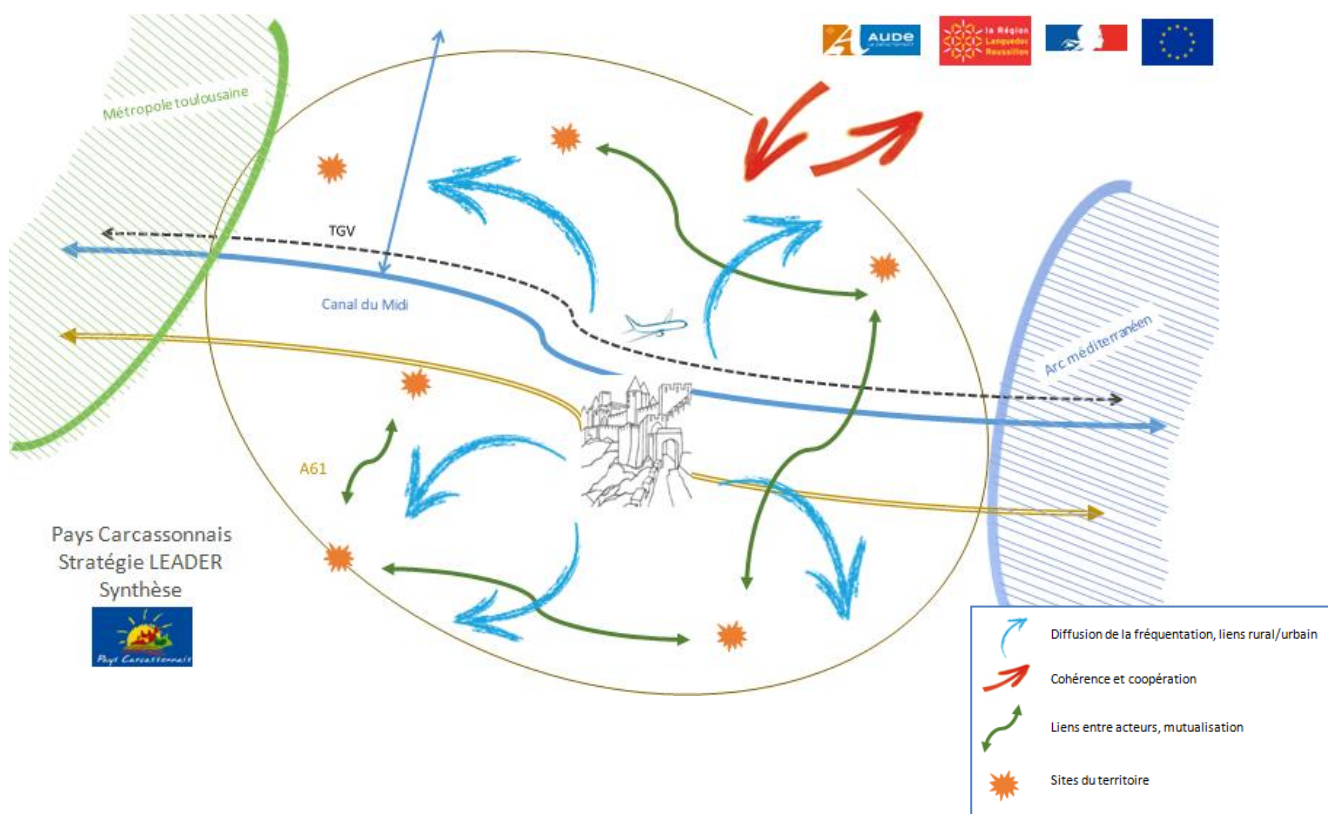
### **Stratégie :**

Pour répondre à ces enjeux, la question du lien apparaît alors centrale dans la stratégie LEADER :

- **lien rural / urbain :**
  - comment assurer la diffusion de la fréquentation touristique générée par la Cité de Carcassonne sur l’ensemble du territoire ?
  - comment renforcer une agriculture de proximité répondant à la fois aux enjeux touristiques et aux besoins des habitants ?
  - comment favoriser l’accès à la culture pour l’ensemble des habitants et faire de la culture un moyen d’appropriation du territoire et d’identification ?
- **lien public / privé :** comment renforcer les partenariats nécessaires au développement ?
- **lien entre acteurs** et mutualisation de moyens.
  - Ces deux points renvoient, entre autres questions, à l’organisation touristique (le schéma de développement économique de Carcassonne Agglo pointe la nécessité d’une réflexion pour simplifier la gouvernance autour du tourisme).
- **lien entre thématiques :** patrimoine / culture / œnotourisme / artisanat / agriculture / environnement / paysages / patrimoine naturel, etc.
- **lien entre l’arc méditerranéen et la métropole toulousaine.** Ce lien, traduit dans le paysage par le Sillon Audois, au sein duquel s’inscrit le canal du Midi, apparaît d’autant plus important à l’aube de la fusion des régions Languedoc Roussillon et Midi Pyrénées : le Pays Carcassonnais se situant à la charnière des deux.
- **enfin, le lien entre le Pays Carcassonnais et les autres niveaux territoriaux** (Département, Région, Etat) doit être une dimension sous-jacente à l’ensemble de la stratégie (« lien vertical ») :

- ⇒ il importe en effet d'inscrire la stratégie du Pays en cohérence avec les stratégies départementale, régionale, nationale, et européenne.
- ⇒ ce lien renvoie en outre directement au volet coopération du programme LEADER, lequel doit permettre au Pays Carcassonnais, dès l'engagement du programme, d'échanger avec des territoires français et européens soumis à des problématiques comparables et ayant engagé des dynamiques adaptées, puis de construire des projets communs (la coopération sera également sans doute à relier avec la fréquentation touristique d'origine européenne).

### Schéma de synthèse :



⇒ Cette stratégie, construite autour de la notion de « lien », est approuvée par les participants.

### 3. Proposition technique de Plan de développement :

Les chargés de mission de Carcassonne Agglomération et de la communauté de communes de la Montagne Noire proposent une déclinaison opérationnelle possible, structurée autour des 4 thématiques prioritaires proposées par la Région dans l'appel à projet LEADER.

- ⇒ **L'attractivité et la vitalité du territoire**, via l'accompagnement des professionnels agricoles et des professionnels du tourisme au travers d'actions concrètes de types :
  - Ingénierie, animation, accompagnement juridiques, visant à aider à la définition d'opportunités pour créer des liens entre professionnels,
  - Mettre en œuvre des actions promotionnelles : touristiques et agro-touristiques,
  - Equiper les territoires de nouvelles technologies,

- pour les produits agricoles : création d'une plateforme commerciale virtuelle et/ou physique, d'un site internet, d'une salle de ventes aux enchères, etc.
  - pour le tourisme : définition de techniques nouvelles et innovantes visant à faire connaître les atouts du territoire et les sites de renom, etc.
- ⇒ **Travailler à une autre gouvernance alimentaire**, via le développement des circuits courts et de la vente directe, avec des actions visant à :
- aider à la structuration des producteurs,
  - faciliter la circulation des produits, sur le territoire et hors territoire, en facilitant l'export (national et international) et la circulation des marchandises (problématique liée à la logistique des marchandises)
  - travailler sur deux types de produits :
    - de « niche » et/ou de « luxe » tels que le Vin, la Truffe et l'huile d'olive (et les produits dérivés),
    - de consommation courant, tels que les fruits, les légumes (les produits dérivés), le miel et la viande.
- ⇒ **Développer des projets agro-économique, agro-touristique et touristique, structurants via :**
- la mise en œuvre de projets de coopération avec des Pays frontaliers tel que l'Italie (Sienne), pour échanger sur du savoir-faire, du développement d'Image, du savoir-accueillir et du faire-venir,
  - la création et l'animation de « clusters » pour les filières définies ci-dessus : produits de « niche » et/ou de « luxe », et produits de consommation locale.
- ⇒ **la croissance verte :**  
Soutenir le développement de la filière bois et sa contribution au développement durable et au développement de l'économie circulaire sur le territoire.

#### 4. éléments de débat.

- ⇒ La contribution technique sera intégrée à la réflexion menée par le cabinet Sitelle. Il convient en effet de ne pas aborder la stratégie et le plan de développement à travers le prisme des 4 thématiques proposées par la Région, mais de repartir de la stratégie propre au territoire pour décliner des axes opérationnels spécifiques.

Il est en outre rappelé que la gouvernance alimentaire consiste à rendre le territoire plus résilient pour son alimentation propre et moins dépendant du pétrole, à travers une plus grande diversité locale de produits et des circuits courts suffisamment développés pour afin de renforcer l'indépendance du territoire sur le plan alimentaire. L'export à l'international ne correspond donc pas dans cette notion de gouvernance alimentaire.

- ⇒ La rapporteur de la commission patrimoine du Pays Carcassonnais intervient pointe la nécessité d'une sensibilisation autour du patrimoine : « Le développement touristique intelligent et pertinent du Pays Carcassonnais passe par la qualité patrimoniale des villages, point fort d'attraction touristique, que ce soit à partir du patrimoine religieux (églises, chapelles, croix...), du patrimoine civil et militaire (châteaux, remparts, écoles, gendarmeries, prisons, mairies...), du patrimoine industriel (forges, Manufactures Royales, moulins, caves coopératives...), du patrimoine rural ( patrimoine vernaculaire: lavoirs, fontaine, bornes...).

Un des moyens d'arriver à une valorisation de ce patrimoine est de sensibiliser tous les acteurs par une communication simple et percutante à partir de la charte architecturale et paysagère du Pays Carcassonnais. »

- ⇒ Les Chambres consulaires, comme les représentants de la Montagne Noire estiment qu'il convient d'ouvrir le plan de développement proposé en « *déconnectant le tourisme et l'agriculture afin que ce ne soit pas seulement en lien avec l'agriculture* ».
- Après discussion, il est convenu de construire un programme autour des thèmes suivants, fortement liés et très spécifiques au territoire :
- l'agriculture/l'agritourisme/la viticulture
  - le tourisme (intégrant la culture et le patrimoine).

Il s'agira toutefois de veiller à construire des fiches actions intégrant des critères précis, permettant de laisser une marge décisionnelle importante au comité de programmation, tout en guidant les choix sur des opérations structurantes pour le territoire et correspondant à la stratégie du GAL.

*« mettre en place des outils qui initient pour le long terme ».*

*« ne pas saupoudrer »*

*« trouver tous les liens qui vont permettre de faire rejaillir les flux touristiques ».*

*« attention à ne pas trop restreindre, il vaut mieux une marge importante et des discussions dans le comité de programmation ».*

#### Suites de la démarche :

- **Réunion territoriale** : permettant d'informer et d'associer plus largement les élus et les acteurs locaux à la définition de cette stratégie et à sa déclinaison opérationnelle : *28 avril à 17h30 à Leuc.*
  - **3<sup>ème</sup> réunion de la cellule ingénierie LEADER et du groupe séminaire LEADER** : précision du plan d'actions : *19 mai.*
  - **4<sup>ème</sup> réunion de la cellule ingénierie LEADER et du groupe séminaire LEADER** : maquette financière, gouvernance et méthode d'évaluation : *4 juin.*
- ⇒ **Le dossier de candidature du territoire pour le programme LEADER doit être déposé avant le 30 juin 2015.**