



FORMULAIRE DE CANDIDATURE

Nom du projet	Réalisation de films destinés à la promotion de la marque "Bourg-en-Bresse, la belle rencontre"
Nom du Porteur de projet	Communauté d'Agglomération du bassin de Bourg-en-Bresse
Structure Juridique du Porteur de projet	Communauté d'agglomération
Nom du GAL	GAL du bassin de Bourg-en-Bresse

THEMATIQUES DU PROJET

Faire des territoires ruraux des créateurs de nouvelles formes de services aux publics (<i>thèmes des projets : maintien / création services de bases à la population, revitalisation des centre-bourgs</i>)	<input type="checkbox"/>
Faire des territoires ruraux des territoires ouverts (<i>thèmes des projets : coopération transnationale, interterritoriale</i>)	<input type="checkbox"/>
Faire des territoires ruraux des vitrines d'une ruralité dynamique et attractive (<i>thèmes des projets : marketing territorial, valorisation du patrimoine, culture, tourisme</i>)	<input checked="" type="checkbox"/>
Faire des territoires ruraux des moteurs de développement économique (<i>thèmes des projets : développement économique, commerce et artisanat, numérique</i>)	<input type="checkbox"/>
Faire des territoires ruraux des espaces d'excellence en matière écologique, agricole et énergétique (<i>thèmes des projets : patrimoine naturel, transition écologique, agri-écologie, circuit-court</i>)	<input type="checkbox"/>

ELEMENTS BUDGETAIRES

Montant total du projet	30 000 € HT (36 000 € TTC)
Montant FEADER	19 200 €
Nom des cofinanceurs	Utilisation de l'autofinancement public de la Communauté d'Agglomération du bassin de Bourg-en-Bresse

INTRODUCTION DU PROJET

Présenter en quelques mots et de manière communicante le projet (ce paragraphe sera utilisé comme sous-titre). (150 mots maximum)

En 2018 la Communauté d'Agglomération a souhaité accentuer le développement de la marque territoriale « Bourg-en-Bresse, la belle rencontre » en réalisant des films non institutionnels promouvant le territoire qui s'étend sur un bassin de vie aux fonctions de bourg et de place de marché, reliant plusieurs « pays » aux identités propres et complémentaires, la ville et la campagne, la tradition et la modernité, les qualités de vie personnelle et professionnelle, les études, la recherche et l'emploi... Un territoire « à la rencontre des mondes » qui induit une promesse : celle d'une « belle rencontre ».

L'objectif de ces films est de véhiculer auprès des habitants et vers l'extérieur une image dynamique et partagée du territoire en montrant la richesse de celui-ci sous toutes ses composantes (économie, tourisme, résidentiel/art de vivre) au travers des « Belles Rencontres » que l'on peut y réaliser.

PRESENTATION RESUMEE DU PROJET

Présenter de manière concise le projet. (300 mots maximum)

Les sujets à évoquer sont entre autres :

- la localisation
- les éléments de contexte (besoin d'action / problématique)
- les objectifs
- les réalisations effectives ou attendues
- le rôle de LEADER dans le projet (financement, accompagnement, mise en réseau, etc.)

Lancée en février 2016, la marque territoriale « Bourg-en-Bresse, la belle rencontre » a été reprise au 1^{er} janvier 2017 par la Communauté d'Agglomération du bassin de Bourg-en-Bresse lors de la fusion de 7 intercommunalités et couvrant aujourd'hui 74 communes.

Cette fusion a renforcé le défi de créer un sentiment d'appartenance commun des 134 000 habitants à ce vaste périmètre de 1 300 km² qui regroupe à la fois la ruralité et l'urbain et couvre des territoires variés allant des plaines de Bresse aux massifs du Revermont, en passant par les étangs de la Dombes.

Cette diversité des territoires a également posé le défi de la communication vers l'extérieur : comment promouvoir un bassin de vie aux identités multiples afin d'attirer de nouveaux arrivants, investisseurs, visiteurs ?

Afin d'atteindre les objectifs de sentiment d'appartenance (« fédérer ») et de mise en avant du territoire (« rayonner »), les 3 vidéos réalisées permettent :

- une utilisation par une multitude d'acteurs permettant ainsi un maillage approfondi du territoire : les ambassadeurs de la marque territoriale, les communes, l'office du tourisme ...;
- une reprise totale ou partielle, avec ou sans modification des prises de vues, sur les différentes thématiques (économie, tourisme, résidentiel/art de vivre) ;
- une diffusion sur des supports multiples : sites internet et réseaux sociaux, au cinéma, lors des salons, congrès et manifestations, ou encore en projection en appui de rencontres,...

En faisant appel au programme LEADER, l'objectif était de réaliser une action qui soit partagée lors de sa réalisation (mobilisation d'acteurs multisectoriels) mais également au

travers de son mode de financement puisque le Comité de Programmation est composé de représentants du territoire au sein de collègues privé et public.

Le financement européen a permis d'augmenter les ambitions fixées pour le projet grâce à un budget plus conséquent.

LE CARACTERE EXEMPLAIRE / INNOVANT DU PROJET

Présenter le caractère innovant / exemplaire du projet. (200 mots maximum)

Pourquoi ce projet représente-t-il une priorité de LEADER dans votre stratégie ?

- Comment le projet a-t-il abordé un défi majeur de votre stratégie (par exemple, changement démographique, problèmes environnementaux, problèmes sociaux) ?
- Comment le projet pourrait-il être transféré à d'autres GAL ?

Les vidéos réalisées grâce à LEADER sont innovantes par :

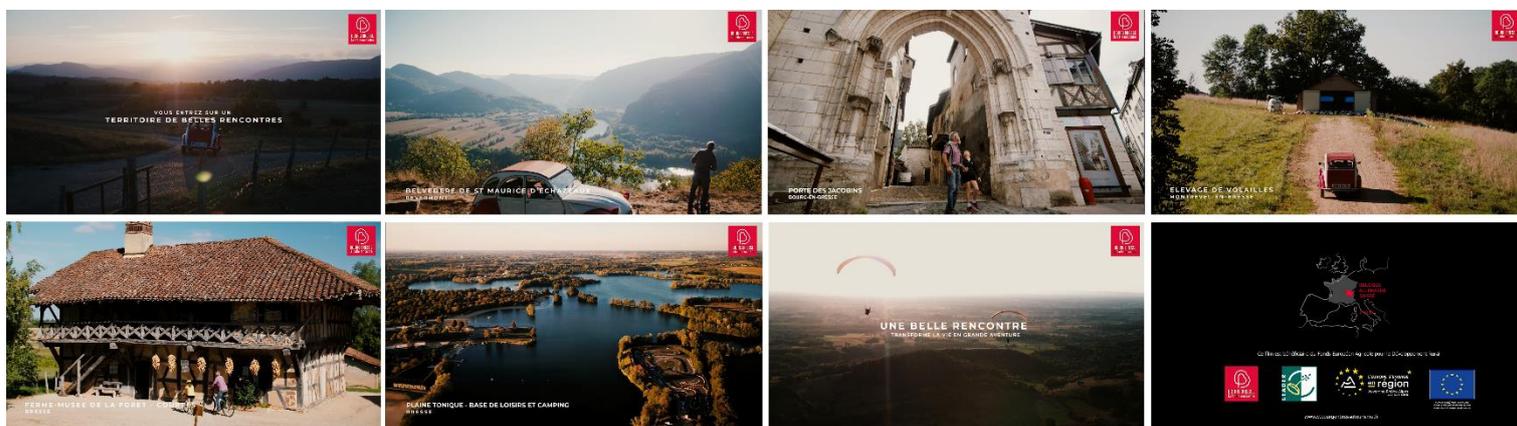
- le support : la marque territoriale n'avait pas jusqu'à présent communiqué sur le territoire en utilisant ce mode de promotion ;
- la réalisation : mobilisation des acteurs du territoire (et notamment des ambassadeurs de la marque) pour la réalisation des prises de vues ;
- le format : les films existent en version longue (≈ 2 mins) et courte (≈ 30s) pour permettre des utilisations variées ;
- la mise en avant multithématique ;
- la libre réutilisation des prises de vues réalisées par les acteurs locaux et notamment les communes, les ambassadeurs de la marque, l'office du tourisme ainsi que par les entreprises à des fins de communication et d'évènementiel, mais aussi par des acteurs et médias extérieurs.

Le projet répond à l'un des axes d'action du programme LEADER qui est de véhiculer une image partagée du territoire par des actions innovantes de communications multisectorielles, et notamment l'objectif d'utiliser la marque « Bourg-en-Bresse la belle rencontre » pour valoriser la diversité et assurer la visibilité des «savoir-faire» et de l'ensemble des composantes du territoire en travaillant de façon complémentaire sur les thématiques.

PHOTOS / ILLUSTRATIONS DE VOTRE PROJET

Insérer quelques photos ou illustrations du projet.

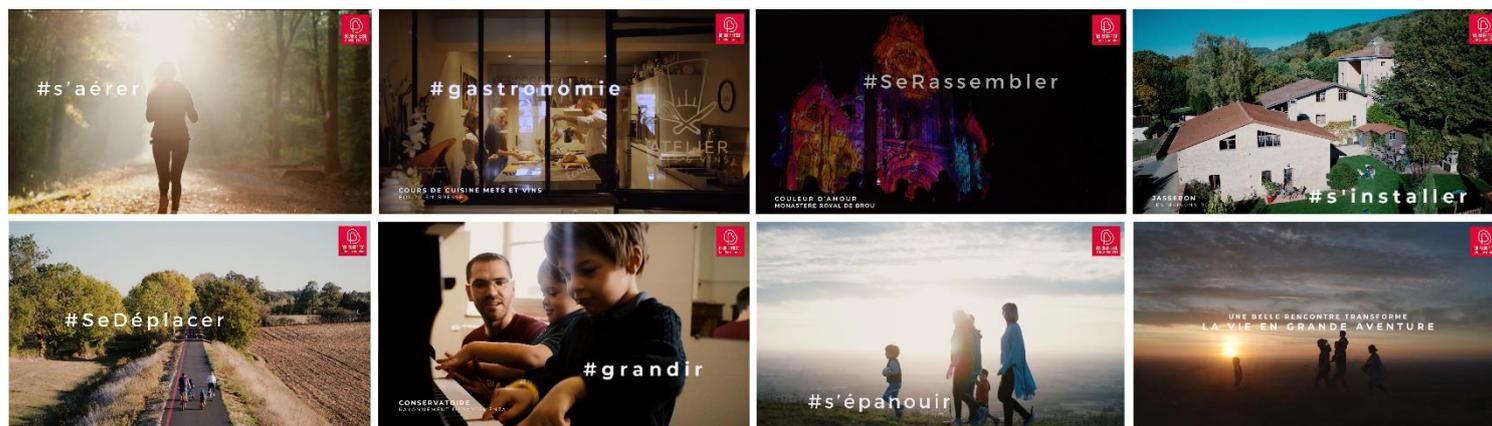
Extraits du film sur le thématique tourisme :



Association LEADER France

C/o Mairie de Ploec-l'Hermitage Place Louis Morel – Ploec-sur-Lié 22150 Ploec-l'Hermitage

Extraits du film sur l'art de vivre :



Extrait du film sur la thématique économique :



Les films sont visionnables au lien suivant :

<https://drive.google.com/drive/folders/1KYsoJFmxTmjNrBZYnhg79wAzVyx4tWA0?usp=sharing>