

# PETR DU PAYS DE SEINE EN PLAINE CHAMPENOISE

## PROJET DE TERRITOIRE

(Janvier 2017)

**Mobiliser les énergies, renforcer les synergies pour un territoire  
davantage identifiable, compétitif, solidaire et accueillant**



Vallée de la Seine



Moulins SOUFFLET  
Nogent-sur-Seine



Château de la Motte Tilly



Vignoble de Champagne  
Villenauxe-La-Grande

PREAMBULE.....	2
CONTEXTE ET DIAGNOSTIC DE TERRITOIRE .....	3
Photographie du territoire en 2016 .....	3
Diagnostic territorial : Etat des lieux des besoins et des enjeux du territoire .....	5
Synthèse et analyse de l'état des lieux.....	18
Bilan des actions de développement menées par le Pays depuis 2004.....	20
LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DU PROJET DE TERRITOIRE DU PETR SEINE EN PLAINE CHAMPENOISE.....	23
Objectif stratégique : Une identité à promouvoir, support d'un potentiel économique à développer.....	26
Objectif stratégique : Un potentiel de développement touristique à valoriser.....	27
Objectif stratégique : Une relance économique à construire autour d'une identité reconnue .....	29
Objectif stratégique : Une qualité de vie et des services à valoriser pour renforcer l'attractivité .....	30
Objectif stratégique : Coopérer avec d'autres territoires pour atteindre des objectifs communs et bénéficier des transferts d'expériences. ....	32
Un objectif transversal: Animer et mettre en place le projet de territoire.....	34
PLAN D' ACTIONS DU PROJET DE TERRITOIRE DU PETR SEINE EN PLAINE CHAMPENOISE .....	35
Fiche action n°1 : Promouvoir le territoire par une stratégie de communication intégrée (interne et externe) ciblée sur l'image et l'identité du territoire.....	36
Fiche action n°2 : préserver et mettre en valeur les patrimoines naturels, culturels et paysagers du territoire .....	38
Fiche action n°3 : diversifier l'offre et accompagner les investissements des opérateurs touristiques .....	40
Fiche action n°4 : structurer et fédérer l'offre et l'action des opérateurs touristiques et culturels sur le territoire et professionnaliser les acteurs touristiques et culturels .....	42
Fiche action n°5 : Initier et accompagner des dynamiques collectives et intersectorielles permettant l'impulsion de la création d'activités et la pérennisation des entreprises et leur développement .....	44
Fiche action n°6 : valoriser et promouvoir sur de nouveaux marchés les produits, productions et savoir-faire du territoire .....	46
Fiche action n°7: soutenir et développer une offre de mobilité adaptée à l'isolement des zones rurales.....	48
Fiche action n°8 : encourager l'inclusion des jeunes dans les projets solidaires du territoire .....	50
Fiche action n°9: soutenir toute action permettant de favoriser le bien vieillir et le maintien des liens entre les générations .....	52
ORGANISATION DU PAYS (PETR), PARTENARIAT, GOUVERNANCE, ET MISE EN ŒUVRE .....	54
Participation des acteurs locaux.....	54
Élaboration du diagnostic et de la stratégie.....	54
Composition et organisation PETR .....	55
ANNEXE AFOM ET ENJEUX THEMATIQUES .....	57

## PREAMBULE

Le Pays de Seine en Plaine Champenoise, créé en 2002, est l'émanation d'une volonté forte des élus locaux de développer leur territoire, non plus à l'échelle de leurs communes, mais avec une vision plus globale et prospective de l'espace « vécu ». L'idée fut alors de fédérer les acteurs et de favoriser tout type de relations à l'intérieur d'un bassin de vie identifié afin de créer et développer des solidarités. Là où chacun avait l'habitude de travailler de son côté, voire en compétition avec le village ou la ville voisine, des pratiques plus concertées, réfléchies et solidaires se sont mises en place au fil du temps. Le Pays a permis aux élus de travailler ensemble et a facilité la mise en place des intercommunalités qui n'existaient pas à l'origine (2002).

Le Pays s'est appuyé sur les compétences, connaissances, expériences et savoir-faire de tous les acteurs locaux (élus, associations, monde économique, institutions...), dans des domaines aussi variés que l'environnement, le tourisme, l'emploi, la santé, l'éducation, la culture etc...

Cette démarche ascendante a débouché sur la rédaction d'un document (la Charte du Pays) exprimant des objectifs ambitieux tels que l'attractivité du territoire ou le développement des solidarités à l'intérieur de ce territoire. Ces objectifs identifiés ont fait l'objet d'une réflexion sur la stratégie et sur les moyens pour y arriver qui eux même ont donné lieu à la rédaction d'un vaste programme d'actions prévues sur les dix années qui allaient suivre. Il s'est ainsi agi pendant ces dix dernières années de s'appuyer sur la charte de Pays pour orienter les décisions et actions de développement mises en place sur le territoire du Pays de Seine en Plaine Champenoise lors des différentes contractualisations avec les services de l'ETAT (CPER – FNADT), de la Région (durant trois contrats de Développement de 2004 à 2016), de l'Europe (à travers le FEADER). Les effets bénéfiques de la démarche ascendante et de ce travail de réflexion en amont se sont retrouvés dans la cohérence, la pertinence et l'efficacité des actions menées à l'échelle du territoire. Ce document stratégique et opérationnel a servi de cadre pour le territoire tout au long de ces années et a donné une certaine légitimité aux actions entreprises, puisque réfléchies ensemble, avec les élus et la société civile.

La préparation de la candidature aux futurs contrats de ruralité nous a permis de réunir à nouveau les acteurs socio-économiques et culturels de notre territoire, dans les domaines du développement économique, des services à la personne, de la culture, de l'environnement, de l'agriculture, des sports et loisirs, de l'enfance-jeunesse, du tourisme afin de travailler à la rédaction d'un nouveau projet de territoire en vue également de la transformation du Pays de forme associative en syndicat Mixte PETR.

Grâce au diagnostic partagé avec tous les acteurs, nous avons pu faire émerger un fil conducteur qui devrait permettre au territoire de s'appuyer sur ses atouts pour « **Mobiliser les énergies, renforcer les synergies pour un territoire davantage identifiable, compétitif, solidaire et accueillant** ». La stratégie locale de développement est organisée autour de ce fil conducteur.

Il s'agit de **renforcer l'attractivité** du territoire grâce à la mobilisation de tous les acteurs en valorisant les atouts naturels, culturels et humains et économiques. Les objectifs visés confortent et accentuent les politiques contractuelles déjà engagées par le territoire, en favorisant l'innovation, la coopération territoriale, le partenariat, la formation des acteurs et l'animation.

# CONTEXTE ET DIAGNOSTIC DE TERRITOIRE

## I. Photographie du territoire en 2016

Le **PETR du Pays de Seine en Plaine Champenoise** est un territoire **essentiellement rural** (42 hab/km<sup>2</sup>), situé au nord-ouest de l'aube, mais surtout, en frange de la Région Ile de France avec un potentiel de 10 millions de « consommateurs » dans un rayon de 200km.

Il regroupe 4 **Communautés de Communes** d'un seul tenant et sans enclave et correspond aux limites préfectorales de l'arrondissement de Nogent-sur-Seine. Ce territoire est un véritable bassin de vie avec une taille pertinente et cohérente dans une stratégie territoriale de développement.

**54 166 habitants - 79 communes – 4 Communauté de Communes\***

- **La Communauté de Communes de l'Orvin et l'Ardusson** (CCOA) (création et adhésion au Pays en 2003) : 25 communes et **8 486 habitants** (recensement 2015) (Avant-les-Marcilly, Avon-la-Pèze, Bercey-le-Hayer, Bourdenay, Charmoy, Dierrey-Saint-Julien, Echemines, Faux-Villecerf, Fay-les-Marcilly, La Fosse-Corduan, Marcilly-le-Hayer, Marigny-le-Châtel, Mesnil-St-Loup, Origny-le-Sec, Orvilliers-St-Julien, Ossey-les-trois-Maisons, Pouy-sur-Vannes, Prunay-Belleville, Rigny-la-Nonneuse, Saint-Flavy, Saint-Loup-de-Bufferigny, Saint-Lupien, Saint-Martin-de-Bossenay, Trancault, Villadin)
- **La Communauté de Communes des Portes de Romilly** (CCPRS) (création et adhésion au Pays en 2006) : 6 communes **18 510 habitants** (recensement 2015) (Crancey, Gélannes, Maizières-la-Grande-Paroisse, Pars-les-Romilly, Romilly-sur-Seine, Saint-Hilaire-sous-Romilly)
- **La Communauté de Communes du Nogentais** (CCN) (création et adhésion au Pays en 2006) : 23 communes et **17 042 habitants** (recensement 2015) (Barbuise, Bouy-sur-Orvin, Courceroy, Ferreux-Quincey, Fontaine-Mâcon, Fontenay-de-Bosseroy, Gumery, La Louptière-Thénard, La Motte-Tilly, Le Mériot, Marnay-sur-Seine, Montpothier, Nogent-sur-Seine, Périgny-la-Rose, Plessis-Barbuise, Pont-sur-Seine, La Saulsotte, Saint-Aubin, Saint-Nicolas-la-Chapelle, Soligny-les-Etangs, Trainel, La Villeneuve-au-Châtelot, Villenauxe-la-Grande).
- **La Communauté de Communes de Seine - Aube** (issue de la fusion au 1<sup>er</sup> janvier 2017 de la communauté de communes de Seine Fontaine Beauregard (créée en 2011 et adhésion au Pays en 2015) : 17 communes et **7 905 habitants** (recensement 2011)) avec la Communauté de Communes de Plancy-l'Abbaye (créée en 1993 et adhésion au Pays en 2015) : 8 communes et **2 223 habitants** (recensement 2015) (Bessy, Boulages, Champfleury, Chapelle Vallon, Charny-le-Bachot, Châtres, Chauchigny, Droupt-Saint-Basle, Droupt-Sainte-Marie, Etreilles-sur-Aube, Fontaine-les-Grès, Les Grandes Chapelles, Longueville-sur-Aube, Méry-sur-Seine, Mesgrigny, Plancy l'Abbaye, Premierfait, Rhèges, Rilly-Sainte-Syre, Saint-Mesmin, Saint-Oulph, Salon, Savières, Vallant-Saint-Georges, Viâpres le Petit).

Géographiquement, ce territoire appartient à la « **plaine champenoise** » (Champagne crayeuse), avec les caractéristiques liées à ce type de paysage : champs à perte de vue, agriculture variée essentiellement basée sur la céréaliculture les oléagineux, la betterave et la luzerne. On trouve du

**vignoble de champagne** sur l'extrémité nord du territoire offrant des paysages quelque peu vallonnés sur cette partie et apportant une notoriété indiscutable. **La Vallée de la Seine** est l'épine dorsale de ce territoire et le traverse d'Est en Ouest en abritant une faune et une flore exceptionnelle, protégées au sein d'une réserve naturelle nationale, **la « Bassée »** et d'une Zone Natura 2000 présente sur une partie de la Vallée de l'Aube. Cette épine dorsale s'organise autour **du bi-pôle Romilly-sur-Seine (14 671 hab.) / Nogent-sur-Seine (6 136 hab.)**, véritable centre nerveux du PETR. Des bourgs-relais complètent la structuration de cet espace (Méry-sur-Seine, Plancy-l'Abbaye, Villenauxe-la-Grande,



Source : ASPCD

Marigny-le-Châtel, Pont-sur-Seine, Traînel).

## II. Diagnostic territorial : état des lieux des besoins et des enjeux du territoire

### 2. DEMARCHE METHODOLOGIQUE ET PROCESSUS D'ACTEURS

Le diagnostic thématique qui a servi de base à l'élaboration du projet de territoire s'est fait en deux temps :

- **Mobilisation des ressources documentaires :**
  - Documentations thématiques : schéma régional éolien, cahiers conjoncturels aubois de la CCI, documentations du CESER sur l'emploi, l'environnement, la santé, site Internet : ARS, Pôle emploi, MDPH...
  - Des données globales nationales, régionales et territoriales: consultation de sites Internet du Conseil Régional, INSEE, du gouvernement, observatoire des territoires, GEOIDD, ARS, portrait de territoire.
  - Documents internes au territoire : Charte de Pays (2002), schéma des services à la population, diagnostic réalisé pour les deux tranches ORAC portées par la Pays, contrats de Région (2004 à 2014), schéma de développement touristique, GTEC portée par l'UPREN, bilans et statistiques internes.
- **Consultation territoriale :**

Nous avons ainsi réuni des groupes thématiques (cf. Gouvernance) et des rencontres spécifiques avec des « acteurs-ressource » du territoire. Près de 180 personnes ont été mobilisées tout au long de la démarche de diagnostic et d'élaboration de la stratégie et du programme d'actions.

Ainsi, nous avons pu obtenir un diagnostic multithématique, partagé par tous, s'appuyant sur des données tant quantitatives que qualitatives. Ce diagnostic nous a permis de dégager des enjeux spécifiques liés à l'identité de notre territoire.

### 3. UN TERRITOIRE RURAL AUX PORTES DE L'ÎLE-DE-FRANCE ET DE LA REGION GRAND EST

- Un territoire situé à 1h de Paris par le train, 1h30 en voiture
- 54 166 habitants<sup>1</sup>, hausse de de 3.2% de la population entre 2011 et 2015
- 79 communes
- 3 communes de plus de 2 000 habitants qui regroupent 41.7% de la population du Pays
- Une densité de population de 42 hab.km<sup>2</sup>, 2 fois moins élevée que celle de la France de Province (96.3 hab. /km<sup>2</sup>)
- une épine dorsale, la Vallée de la Seine, qui permet de conserver une unité et amoindrir le tiraillement de la région Ile-de-France et de Troyes.
- Un bipôle Romilly-sur-Seine, Nogent-sur-Seine, véritable force du Pays relayé par des bourgs-centre (Méry-sur-Seine, Plancy-l'Abbaye, Villenauxe-la-Grande, Marigny-le-Châtel, Pont-sur-Seine, Traînel)

#### a. *Une population en hausse mais vieillissante*

- Un indice de vieillissement<sup>2</sup> de la population élevé (77)

---

<sup>1</sup> INSEE 2015

<sup>2</sup> Indice de vieillissement : nombre de personnes de 65 ans et plus pour 100 personnes de moins de 20 ans.

- Une variation de la population moyenne entre 2006 et 2012 de +0.7% (contre 0% en Champagne-Ardenne et +0.3% pour le département de l'Aube) due au solde migratoire (+0.5%) (-0.3% pour la Champagne-Ardenne et 0% pour l'Aube)
- Une évolution du nombre de naissances entre 2003 et 2013 de +16.4% (-3.7% pour la Champagne-Ardenne, +0.2% pour le département de l'Aube)
- nombreux départs de jeunes dus, entre autres, à l'image négative du territoire (les données disponibles donnent des flux migratoires négatifs entre 2003 et 2008, entre les départs et les arrivés pour les 15-24 ans le solde est de -797). Nous n'avons pas pu disposer de données plus récentes mais la consultation territoriale auprès des acteurs économiques amène à penser que cette tendance n'a pas évolué.

### Une population peu qualifiée, vieillissante avec un taux d'emploi inférieur à la moyenne France de Province

- Un taux d'emploi<sup>3</sup> de 60,7% (62.9% pour la France de Province, 61.9% pour la Champagne-Ardenne, 61.7% pour l'Aube)
- La population active sur notre territoire est majoritairement composée d'ouvriers (32% des actifs contre 24% en France de Province, et 28% en Champagne-Ardenne). Les cadres et les professions intermédiaires y sont peu représentés (8% des actifs, 11% en Champagne-Ardenne, 7% en France de Province).
- Un vieillissement des actifs à l'horizon 2020 très marqué<sup>4</sup>

#### Répartition de la population de l'arrondissement de Nogent-sur-Seine selon l'âge

	Arrondissement de Nogent-sur-Seine		Champagne-Ardenne
	2011	%	%
<b>Ensemble</b>	<b>54 008</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
<b>Moins de 25 ans</b>	<b>15 872</b>	<b>29,4%</b>	<b>30,5%</b>
<b>De 25 ans à 34 ans</b>	<b>6 311</b>	<b>11,7%</b>	<b>11,7%</b>
<b>De 35 ans à 44 ans</b>	<b>7 005</b>	<b>13,0%</b>	<b>13,2%</b>
<b>De 45 ans à 54 ans</b>	<b>7 192</b>	<b>13,3%</b>	<b>13,8%</b>
<b>De 55 ans à 64 ans</b>	<b>7 331</b>	<b>13,6%</b>	<b>13,4%</b>
<b>65 ans à 74 ans</b>	<b>4 774</b>	<b>8,8%</b>	<b>8,2%</b>
<b>75 ans et plus</b>	<b>5 523</b>	<b>10,2%</b>	<b>9,2%</b>

Source : OPEQ, 2014

<sup>3</sup> Taux d'emploi : rapport entre le nombre d'actifs de 15 à 64 ans en emploi et l'ensemble de la population correspondante.

<sup>4</sup> 16% des actifs auront 55 ans et plus, contre 12% en 2011.

- **En bref :** Une courbe de démographie en hausse mais un vieillissement de la population.
- Un taux d'emploi plus faible que la moyenne nationale, régionale et départementale
- *Développer une image de territoire, une identité, un sentiment d'appartenance permettra de consolider des liens entre les nouvelles populations urbaines et rurales.*

### **Un accès à la propriété facilité par des espaces et des terrains disponibles à faible coût**

- Hausse du nombre de logements de 5.4% en 5 ans avec une hausse de la population sur la même période de 3.2%
- Des logements de qualité (Opérations de Rénovations Urbaines au sein de la ville de Romilly-sur-Seine, Opérations programmées de l'Amélioration de l'Habitat au sein des Communautés de Communes de l'Orvin et l'Ardusson, de la Communauté de Communes des Portes de Romilly)
- Une modification de la structure même des ménages (plus petits et plus nombreux)
- Un accès à la propriété facilité par un prix du marché assez faible (65.8% de propriétaires contre 57.5% sur l'ensemble de la France).

- **En bref :** Un territoire souffrant d'une image diffuse, qui efface le caractère attractif du coût du foncier, pourtant vecteur potentiel d'implantation de nouvelles entreprises, de nouveaux ménages...

### *b. Une offre culturelle et patrimoniale riche et des associations dynamiques*

Notre territoire possède une offre culturelle riche et variée, méconnue mais mise en avant par de nombreuses associations locales. Au niveau de l'offre culturelle, nous pouvons noter la présence de spectacles d'envergure nationale au sein des villes de Nogent-sur-Seine et de Romilly-sur-Seine. Une programmation culturelle annuelle est organisée avec 4 manifestations au minimum par mois. Les communes environnantes organisent également des manifestations et des festivals. Malgré ce dynamisme, la fréquentation de ces événements est décevante (problèmes de coordination entre les différents événements organisés, problèmes de mobilité, de diffusion de l'information...).

Concernant le patrimoine, nous avons 2 châteaux, 9 sites religieux remarquables, 5 musées dont 1 d'envergure nationale à venir. En effet, le Musée Camille Claudel, situé à Nogent-sur-Seine, dont l'ouverture est prévue en mars 2017, prévoit d'accueillir près de 60 000 visiteurs/an. Nous avons également d'autres lieux culturels, des résidences d'artistes, 7 parcours culturels, 6 parcs et jardins, 2 parcs animaliers, 10 circuits cyclo touristiques ; 10 circuits de randonnée pédestre balisés, 1 halte fluviale à Nogent-sur-Seine. Nous avons également de nombreuses offres de loisirs atypiques<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> **Activités nautiques :** Canoë (MJC Romilly), Cercle d'Aviron Nogentais, Canoë-Kayak (Méry-sur-Seine)  
**Equitation - balades équestres :** Romilly, Méry, Longuepierre (ferme équestre « à Califougeon »)  
**Sports aériens :** Montgolfière, para-moteur



Le manque de notoriété et d'identité du territoire ne permettent pas de valoriser cette offre.

### **Une vie associative très dynamique**

Plus de **600 associations** existent au sein du PETR, soit 1 association pour 90 habitants. Le tissu associatif est donc important sur l'ensemble du territoire, témoignant ainsi d'un réel investissement des habitants dans la vie de leur commune. Par ailleurs, les thèmes abordés par ces différentes associations sont très variés, permettant une grande diversité de choix et d'activités pour les habitants. Notons la présence de clubs sportifs importants tels que le Football Club Nogentais, 1<sup>er</sup> club aubois en nombre de licenciés et deuxième du championnat derrière Reims. Nous avons aussi des associations sportives regroupant de nombreuses disciplines. Par exemple, le RS 10, avec 21 sections, l'Espérance Nogent avec 13 sections, La MJC de Marigny qui regroupe 13 sections... Notre territoire possède le plus grand nombre de licenciés sportifs de la Région Champagne-Ardenne.

### **Des équipements culturels et sportifs bien répartis sur le territoire**

- Notre territoire est bien doté en équipements culturels et sportifs (près d'une salle polyvalente par commune, 2 cinémas, près de 30 bibliothèques, médiathèques, point lecture, 1 théâtre à Nogent-sur-Seine, 5 MJC, un conservatoire à Romilly-sur-Seine, 2 écoles de musique (1 à Nogent-sur-Seine et une à Plancy-l'Abbaye), 2 cercles hippiques, 2 piscines et de nombreux terrains de sport...

### **Une valorisation des activités culturelles grâce à des bénévoles et des professionnels de qualité**

- Notre patrimoine culturel est mis en valeur par de nombreuses associations locales (association Camille Claudel, Association Romilly Patrimoine...). De nombreux professionnels mais aussi des bénévoles proposent un éventail d'activités variées (danse, musique, théâtre, arts du cirque...). Nous avons également des artistes qui s'impliquent sur le territoire (la Grange aux histoires, CAMAC...), mais aussi des artisans d'art (ébénistes, facteur d'accordéons, céramistes...).
- De nombreuses manifestations sont régulièrement organisées au sein des communes du territoire.

#### **En bref :**

- Une offre et des équipements en nombre suffisant sur le territoire, soutenus par des associations et des acteurs dynamiques mais souffrant d'un manque de coordination et d'un manque de notoriété du territoire.
- Des acteurs associatifs dynamiques et impliqués mais de moins en moins nombreux
- L'offre culturelle a du mal à rencontrer son public.
- Un territoire dépourvu d'identité commune, source d'actions hétérogènes au succès mitigé.

---

**Pêche** : AAPPMA Nogent, Romilly, Méry, gravière du parc de la Béchère, guide de pêche.

**Piscine** : Nogent-sur-Seine, Romilly-sur-Seine

**Cinéma** : Nogent-sur-Seine, Romilly-sur-Seine

**Parc de loisirs de Romilly**: (Bowling, laser-game, discothèque...)

### *c. Des services à la population nombreux et de qualité mais une action à coordonner et répartir*

La consultation territoriale, renforcée par le schéma des services à la population, démontre que sur le territoire, les habitants sont à moins de 10 minutes des services dits « essentiels » (boulangerie, boucherie...).

#### **Des services pas encore tout à fait suffisants pour la petite enfance**

- Notre territoire est doté de 3 pôles petite enfance relayés par 405 assistantes maternelles et également 2 RAM se déplaçant sur l'ensemble du territoire.
- Romilly-sur-Seine : 45 berceaux, 20 sur liste d'attente. 85 assistantes maternelles sur la ville.
- Au sein de la Communauté de Communes des Portes de Romilly, 129 assistantes maternelles se partagent 340 places agréées.
- Nogent-sur-Seine : 39 berceaux, 65 sur liste d'attente. Ce mode de garde est privilégié et complété par 180 assistantes maternelles au sein de la Communauté de Communes du Nogentais.
- Communauté de Communes de l'Orvin et de l'Ardusson = Saint-Lupien : 20 berceaux. Bonne complémentarité avec les assistantes maternelles.
- Il manque une structure d'accueil collectif à Villenaux-la-Grande
- Il n'existe pas de structure d'accueil collectif actuellement au sein de la Communauté de Communes Seine- Aube et le besoin se fait ressentir.

#### **Une offre de qualité en matière de scolarité**

- Notre territoire possède une répartition des écoles et des collèges homogène sur le territoire. Environ la moitié des communes du Pays dispose d'au moins une classe. De nombreux RPI ont déjà eu lieu permettant la mutualisation des moyens et des bâtiments, proposant ainsi de meilleures conditions d'accueil des enfants au sein des écoles.
- Présence d'un lycée professionnel à Romilly : Diderot 420 élèves en 2014. Un lycée général également à Romilly (980 élèves avec un taux de réussite au BAC de 95% et 100% pour les élèves internes (50 filles et 20 garçons).

#### **Les NAP, un enjeu pour l'avenir**

- Les Nouvelles Activités Périscolaires ne sont pas uniformisées sur le plan national. De ce fait, chaque commune s'organise selon ses moyens et ses orientations. Pour les communes de Romilly-sur-Seine, Nogent-sur-Seine, Marigny-le-Châtel, Villenaux-la-Grande, Plancy-l'Abbaye, ces activités sont gratuites mais ce n'est pas le cas dans toutes les communes (exemple : RPI Faux-Villecerf). Les activités proposées sont généralement de l'aide aux devoirs, des activités sportives, culturelles ou ludiques. Ces activités sont encadrées soit par des ATSEM pour les maternelles ; pour les primaires, suivant les thématiques, ce sont des bénévoles ou des professionnels.
- Les NAP permettent aux enfants défavorisés d'accéder à des activités qu'ils ne pourraient pas pratiquer en dehors de ce cadre.

#### **Une répartition de l'accueil extrascolaire inégale au sein du territoire**

Le maillage est conséquent, excepté dans la partie centrale du Pays, avec des « densités » particulièrement importantes ; en périphérie urbaine de Romilly ; sur un axe Marcilly-le-Hayer-Maizières-la-Grande-Paroisse. Environ 1/3 des communes propose un service très complet aux

familles : grandes vacances, petites vacances, mercredi. Dans les autres communes l'accueil est plus souvent limité à 1 mois l'été. Au sein du territoire, l'offre en faveur de la jeunesse est essentiellement issue des activités accessibles dans les associations locales, très nombreuses et très diversifiées. A côté de ces activités associatives, il existe un certain nombre d'initiatives locales relevant de réelle politique jeunesse (PIJ et Espace Jeunesse à Romilly, Passeport Jeunes à Romilly et Nogent, Bourse aux permis à Nogent, CGAM à Marigny-le-Châtel...). Mais les propositions en faveur des adolescents restent assez pauvres et ne permettent pas de les impliquer dans la vie locale.

### **Des équipements de qualité pour les séniors mais pas suffisants**

Notre territoire est doté de :

- 2 unités de Soins Longue Durée,
- 12 Etablissements d'Hébergements pour Personnes Agées Dépendantes (EHPAD) répartis au sein de 8 communes (397 lits) : Nogent-sur-Seine 49 lits, Villenauxe-la-Grande 80 lits, Pont-sur-Seine 61 lits, Trainel 68 lits, Marcilly-le-Hayer 45 lits (flux tendu), Romilly-sur-Seine (6 EHPAD pour 268 lits), Fontaine-les-Grès (103 lits), Méry-sur-Seine (71 lits)
- 1 foyer logement à Nogent-sur-Seine
- 2 résidences sénior à Ossey-les-Trois- Maisons et à Méry-sur-Seine avec 18 pavillons occupés. Ce type d'hébergement est de plus en plus demandé par les personnes vieillissantes au sein des villes du territoire qui ont de meilleurs accès aux services et aux soins que les communes plus rurales.
- Présence d'unités Alzheimer de jour au sein des EHPADS des Jardins de Romilly, Pasteur et Méry-sur-Seine (en création). France Alzheimer accompagne 50 familles et propose des activités pour les « aidés » et « aidants ». En moyenne, sur notre territoire, une personne par semaine est déclarée atteinte de la maladie d'Alzheimer.

### **Des services à domiciles à développer pour rompre l'isolement des personnes âgées tout en les maintenant à leur domicile**

- Sur notre territoire, nous pouvons noter la présence d'associations telles que Relai-Service à Romilly-sur-Seine, la Croix-Rouge, l'Aide à Domicile en Milieu Rural (ADMR), Familles Rurales ... qui proposent des services d'aide à domicile. Les CCAS de Romilly et Nogent interviennent également sur ces domaines, notamment en proposant des services de portage de repas. Un traiteur privé de Romilly assure également ce service.
- L'ensemble de ces structures essaie de favoriser le lien social, de rompre l'isolement en organisant des sorties ou des manifestations pour les personnes âgées (ateliers de loisirs créatifs, thés dansants, sorties sur Paris...).

### **Un manque de services d'accompagnement et de logements pour les adultes handicapés**

- 5 établissements d'accueil du public handicapé existent sur notre territoire : IME Maizières-la-Grande-Paroisse (63 usagés), IMPro Mesnil-saint-Loup (39 usagés), ESAT de Nogent-sur-Seine (51 usagés), APAJH de Romilly-sur-Seine avec un foyer de vie (60 usagés) et un foyer d'accueil médicalisé (36 usagés), un ESAT à Romilly-sur-Seine (42 usagés).
- Présence d'une seule structure d'hébergements pour 10 adultes handicapés au sein de l'ESAT de Nogent-sur-Seine alors que les besoins sont plus importants selon la MDPH. Le schéma départemental du handicap a d'ailleurs mis en exergue le fait que notre arrondissement manquait de structures d'hébergements et de solutions d'accompagnements pour les adultes handicapés (SAVS).
- Il n'existe, actuellement aucune structure d'accueil pour les enfants handicapés de moins de 6 ans.

## Un secteur de la santé en grande difficulté sur le territoire

- Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2008, les hôpitaux de Romilly et Nogent sont regroupés au sein du "Groupement Hospitalier Aube-Marne", avec l'hôpital de Sézanne. Si chaque établissement a ses spécificités, force est de constater que ce Centre Hospitalier de Romilly occupe une place de premier rang au niveau de l'offre de soins du groupement.
- Romilly-sur-Seine est le pôle principal du territoire en matière de santé. 60% des médecins libéraux généralistes sont installés dans l'Unité Urbaine de Romilly-sur-Seine.
- Notre territoire compte 32 médecins généralistes libéraux ce qui représente une densité de 1 médecin généralistes pour 2 000 habitants alors que la moyenne en France est de 6 médecins pour 2 000 habitants.
- En terme de prospective, il convient de noter que 59% des médecins généralistes installés aujourd'hui sur le territoire ont plus de 55 ans.
- Afin d'attirer de nouveaux professionnels de santé, notre territoire s'est doté de deux maisons de santé pluridisciplinaires (1 à Romilly-sur-Seine, 1 à Marigny-le-Châtel). Nogent-sur-Seine et Villenauxe-la-Grande ont chacune un projet en cours.
- 1 maison médicale de garde à Romilly-sur-Seine

### En bref :

- problème d'accès pour les populations isolées et âgées : concentration des services sur les villes principales et manque de personnels. Par ailleurs, concurrence des villes proches extérieures au territoire plus attractives et mieux équipées en services.
- Des établissements scolaires en nombre suffisant sur le territoire mais des pôles petite enfance au maximum de leurs capacités d'accueil.
- Un territoire dont l'identité est à préserver pour consolider les liens entre les générations à travers la transmission de ses valeurs et de ses savoir-faire.
- Déficit de médecins généralistes et spécialistes.

### *d. Une économie majoritairement industrielle et centrée sur deux pôles urbains*

- 77% de TPE et PME
- Près de 7 établissements sur 10 n'ont aucun salarié.
- Un taux de chômage supérieur à la moyenne nationale (14.5% contre 10.2%)
- Des besoins en renouvellement de main d'œuvre dûs au vieillissement de la pyramide des âges des actifs
- Une évolution économique (fermeture d'usines) qui induit un besoin en adaptation des compétences
- La part des cadres et des professions intermédiaires est inférieure à la moyenne France de province (8% contre 14%).
- Les pôles d'emploi sur notre territoire sont essentiellement sur la commune de Romilly-sur-Seine et Nogent-sur-Seine.
- Nogent-sur-Seine possède un pôle d'emploi important avec la présence de deux grandes entreprises d'envergure nationale (Soufflet, 900 emplois) et la centrale nucléaire (850 agents dont 150 résidents à Nogent sur Seine. Au-delà des 850 agents, la centrale fait travailler environ 300 sous-traitants. Lors des arrêts de tranche (tous les 15 mois), 800 personnes

supplémentaires en moyenne travaillent sur le site. EDF va injecter près de 1 milliard d'euros sur le territoire à l'occasion des arrêts de tranches liés au Grand carénage<sup>6</sup>). L'entreprise POK (55 salariés) est également une entreprise locale à portée internationale (1<sup>er</sup> fabricant de matériel de lutte contre l'incendie en France).

- Concernant Romilly-sur-Seine, les pôles d'emplois principaux sont le technicentre Société Nationale des Chemins de Fer (SNCF) de Romilly-sur-Seine (550 emplois) mais fermeture prévue en 2019, sur 550 salariés, près de 350 personnes sont amenées à être reclassées en dehors du territoire ; Le Groupement Hospitalier Aube Marne (GHAM avec 452 emplois) suivi par Cycleurop (261 emplois). Concernant, la Communauté de Communes de l'Orvin et de l'Ardusson et la Communauté de Communes Seine-Aube, les volumes d'emplois sont nettement plus faibles. Les principaux employeurs sont situés au sein des villes principales (la SIRC à Marigny-le-Châtel avec 104 emplois, Terres de France à Méry-sur-Seine avec 61 emplois, les cars Collard à Plancy-l'Abbaye avec 30 emplois ou encore Plancy Meca avec 28 emplois).

#### En bref :

- Un territoire qui n'arrive pas à valoriser ses atouts pour accueillir de nouvelles entreprises (présence des services, hôpitaux, lycées, crèches, équipements et clubs sportifs et culturels divers, ZRR, cadre de vie...).
- Des niveaux de formations et de compétences qui ne correspondent pas aux besoins des entreprises dynamiques locales.
- Des pôles et des filières de compétence performantes et innovantes mais une structuration à consolider.
- Un niveau de salaire plus intéressant par rapport au coût de la vie mais qui ne suffit pas à capter une main d'œuvre qualifiée et un encadrement compétent en raison du manque d'attractivité du territoire.

#### e. *Le tourisme, un secteur clé de l'économie territoriale*

- Le territoire possède de nombreux atouts touristiques basés sur la richesse de son patrimoine bâti, culturel, historique et environnemental (Musée Camille Claudel, vignoble de champagne, Château de la Motte Tilly, Jardin botanique, Vallée de la Seine-Bassée, Espace Vivant de la Bonneterie, Plan d'eau du Monteuil, Parc de la Béchère...). Ces atouts ont permis au tourisme de se développer ces dernières années (+39% de visiteurs au sein de l'Office de Tourisme du Nogentais et de la Vallée de la Seine (OTNVS) entre 2003 et 2014. Malgré une évolution croissante des capacités d'hébergement (39 structures en 2003 pour 2 300 lits, 105 structures (hôtels, gîtes, campings...) pour 3058 lits en 2015) le territoire souffre encore d'un déficit en structures d'accueil de qualité. La venue massive de prestataires extérieurs prévue dans le cadre du grand carénage de la centrale risque de poser des difficultés. La capacité d'hébergement sur notre territoire a fortement évolué mais elle demeure insuffisante au vu de l'augmentation du nombre de touristes sur le territoire. Ces structures ont des taux de remplissage moyens supérieurs au Département et à la France : hôtels (62% de taux de

---

<sup>6</sup> Le grand carénage du parc nucléaire d'EDF vise à maintenir les performances de ce parc en termes de sûreté et de compétitivité, et à préparer une demande de prolongation de la durée de vie, au-delà de 40 ans, des réacteurs à l'Autorité de sûreté nucléaire (ASN).

remplissage, 60% dans l'Aube et 60% dans la France) ; Gîtes (76%, 50% dans l'Aube, 43% en France) ; campings (80%, 31% dans l'Aube, 36% en France).

- Notre territoire est doté d'un réseau d'acteurs du tourisme (professionnels, bénévoles...) tous fédérés au sein d'un Office de Tourisme de pôle très dynamique coordonnant de nombreuses actions collectives à l'échelle du territoire (OTNVS = Office de Tourisme du Nogentais et de la Vallée de la Seine).
- Parallèlement, nous avons un bon maillage sur le territoire des associations de mise en valeur du patrimoine (fédérées elles aussi au sein de l'OTNVS).
- Problème des liaisons des centres d'intérêts touristiques entre eux (liaison Nogent/Motte Tilly ; Nogent/Villenauxe). Un potentiel de plusieurs millions de visiteurs à une heure en train mais une fois arrivés en gare de Nogent ou de Romilly, difficile de circuler sur le territoire. Il faut développer les circulations douces et navettes de liaison.

#### **En bref :**

- Des atouts touristiques importants sur le territoire : patrimoine naturel et culturel, très bonne desserte mais un manque de notoriété certain qui pourra toutefois être pallié par l'ouverture du Musée Camille Claudel d'envergure nationale, voire, Internationale !
- Des acteurs du tourisme très professionnels, fédérés autour d'une offre diversifiée et structurée au sein de l'OTNVS.
- Insuffisance d'infrastructures en termes d'hébergements, de transports et des lieux d'accueil à renforcer.
- Malgré la proximité de Paris, capitale mondiale du tourisme, et de Provins (patrimoine classé au patrimoine Mondial de l'UNESCO) un manque d'attractivité qui entraîne une grande difficulté à capter ces flux touristiques.

#### *f. L'agriculture et l'agro-industrie, des secteurs d'activités performant sur notre territoire*

##### **Une agriculture performante mais en manque de vitalisation**

A l'image de l'ensemble du département de l'Aube, le territoire de la plaine champenoise est dominé par des paysages de grandes cultures (céréales, oléagineux, betteraves...) aux rendements performants et à l'origine d'une agro-industrie (industrie du grain à Nogent sur Seine, production de farine, sucre...) génératrice de valeur ajoutée. Malgré la richesse de sa production agricole, entre la vocation « champagne » de la Marne et les grandes exploitations céréalières de la Brie, le secteur suit la tendance générale de concentration des exploitations avec une diminution du nombre d'exploitations (difficultés de reprise, coût du foncier, pénibilité du travail) et de la part globale de SAU. Dans ce contexte de monoproductions intensives, se dessinent des tentatives de diversification intéressantes qui laissent présager de nouvelles possibilités de développement pour l'agriculture. Ainsi la relance de la viticulture à Villenauxe-la –Grande dont la superficie classée en vignoble a augmenté de 49% en 31 ans passant de 40ha en 1979 à 97 ha en 2010. Les producteurs proposent également différentes prestations auprès des visiteurs (champagne BIO, visite de caves, pressoir et dégustation...) D'autres alternatives apparaissent comme le maraîchage, l'agriculture biologique et l'essor des circuits

courts qui confortent la tendance à la recherche d'une valeur ajoutée comme gage de pérennité des exploitations. En 2010, nous pouvons ainsi noter sur notre territoire que 80 exploitations sur 493 ont une activité de diversification, 52 exploitations (hors viticulture) commercialisent en circuit court, 6 exploitations ont une certification BIO.

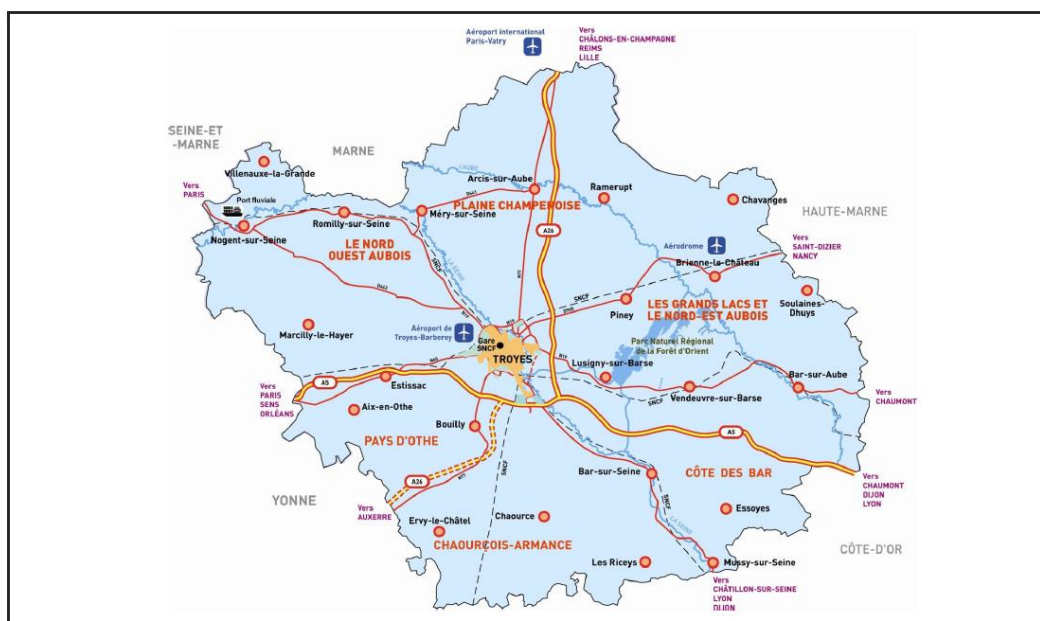
#### En bref :

- Une agriculture très performante mais souffrant d'une image pénalisante.
- Une profession structurée mais des produits agricoles peu diversifiés et pas assez valorisés au sein même du territoire.

#### g. Un réseau d'infrastructures performant mais une desserte interne insuffisante

#### Mobilité

La carte suivante présente le réseau routier de l'Aube. Nous pouvons noter la présence d'un réseau d'infrastructures desservant facilement l'extérieur du territoire. En revanche, en interne, c'est plus difficile.



Source : INSEE 2011, réalisation OPEQ 2014

### **Un réseau d'infrastructures desservant facilement le territoire à l'extérieur**

- Le territoire est essentiellement structuré par des infrastructures orientées « est/ouest » qui suivent la Vallée de la Seine (axe RD 619 qui relie Troyes-Paris et la ligne RFF Paris-Bâle en cours d'électrification).
- Depuis plus d'un siècle, Nogent-sur-Seine développe sa vocation de port fluvial. Aujourd'hui, les installations portuaires sont principalement spécialisées dans l'expédition des produits agricoles et les extractions des carrières. 80% de ces exportations sont dirigées vers Paris.
- Le canal<sup>7</sup> fait actuellement l'objet d'un projet de mise à grand gabarit dont les travaux sont prévus pour 2017 et une mise en service en 2023.
- A noter également la présence d'une plateforme tri modale à Nogent-sur-Seine

### **Un réseau de transports urbain- péri-urbain et rural insuffisant**

Notre territoire n'est pratiquement pas équipé en transports en commun. Cette situation renforce la précarité, notamment celles des jeunes. En effet, la Mission Locale note que de nombreux jeunes n'ont pas de moyens de transport et donc ne peuvent pas se rendre aux entretiens d'embauche ou en formation. Pas de desserte des points touristiques du Nogentais et de la Vallée de la Seine à partir des villes de Nogent-sur-Seine et Romilly-sur-Seine.

La Communauté de Communes des Portes de Romilly met en place des actions :

- Ligne régulière journalière du lundi au vendredi sur les communes de Romilly-sur-Seine, Maizières-la-Grande-Paroisse, Pars-lès-Romilly avec 30 points d'arrêt afin d'assurer un maillage complet du territoire urbain de Romilly.
- TAD (transport à la demande), sur les communes de Gélannes, Saint-Hilaire et Crancey du lundi au vendredi assurant un service de porte à points sur tout le territoire de la CC.
- création d'une future Rodeo Sud, en cours, afin de faciliter la circulation des véhicules dans les communes de Maizières et Romilly et de redonner un caractère urbain avec la création de voies douces sur l'emprise de la RD 619.

- **En bref : Un territoire très bien desservi à l'extérieur mais un réseau de desserte interne à développer afin de favoriser la création d'une image de territoire accessible.**

---

<sup>7</sup> . Le projet, situé en Seine Amont, vise à étendre le réseau navigable à grand gabarit du bassin de la Seine. Il s'agit d'aménager un tronçon de 27 kilomètres à partir de l'écluse de la Grande Bosse (à l'aval immédiat de Bray-sur-Seine) de telle sorte que les péniches à grand gabarit (2500 tonnes) puissent accéder aux ports de Nogent-sur-Seine.



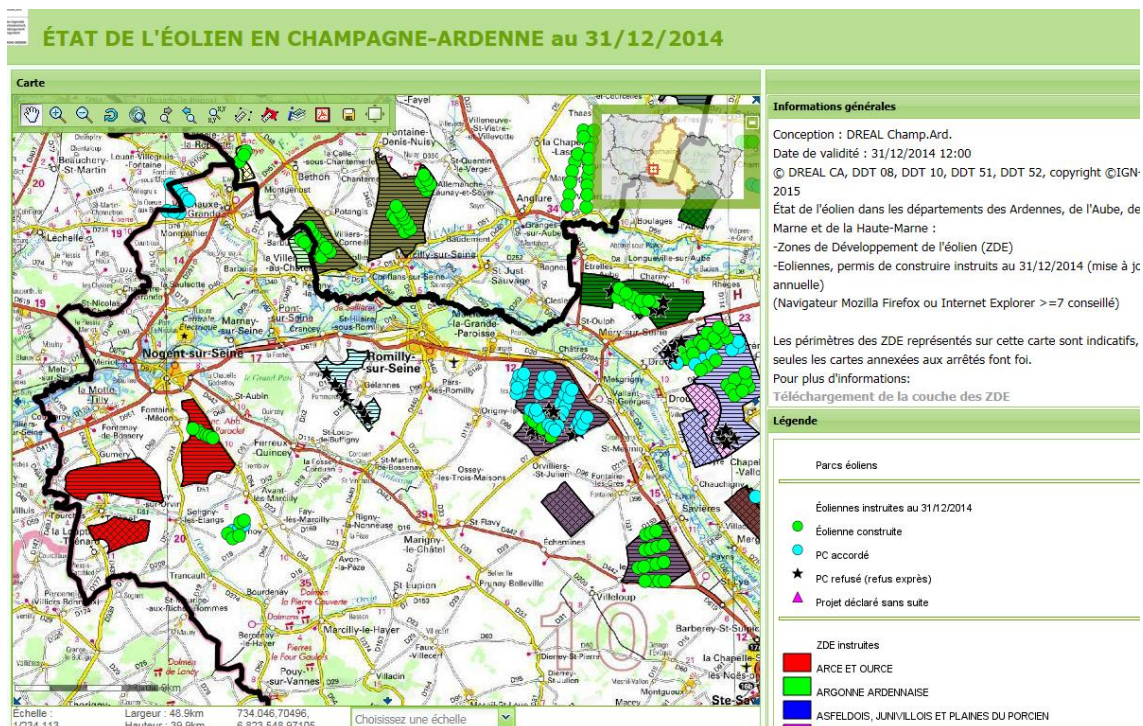
## h. Des espaces naturels à préserver et de nouvelles énergies à produire

### Un patrimoine naturel remarquable et unique

- Notre territoire se caractérise par un paysage que l'on peut scinder en trois secteurs : la champagne crayeuse (paysage marqué par la craie), le nogentais (zone tampon entre la Brie et la Champagne crayeuse), la Bassée (zone humide), qui s'insère dans les deux précédents.
- Il se situe ainsi principalement dans la Bassée, territoire d'exception en termes de biodiversité (ex. : Pelouse de Montacran, Pelouse de Saint-Nicolas-la-Chapelle, Réserve de la Prée...). Il abrite un large panel de milieux naturels typiques de grandes vallées inondables du nord-est de la France : prairies humides, boisements alluviaux, marais, tourbières, noues, bras morts... Ces zones humides abritent des espèces animales et végétales rares ou menacées, dépendantes de la ressource en eau mais également du maintien de leurs habitats naturels.
- L'influence de la Seine et de l'Aube qui traversent le territoire marque également le paysage de vallées fluviales, riches de biodiversité qui donne lieu au classement en ZNIEFF 2 de 2 zones fonctionnelles et une sur les milieux naturels secondaires. Le territoire compte par ailleurs 11 Zones Naturelles d'Intérêt Ecologique Faunistique et Floristique (ZNIEFF)<sup>8</sup> de type 1 et une Zone d'Importance pour la Conservation des Oiseaux (ZICO). Un Schéma Directeur d'Aménagement et de Gestion des Eaux est actuellement en cours de réalisation. Un projet de réserve biologique est également à l'étude sur la pelouse de Jaillac au niveau de la Motte-Tilly.

### Un territoire tourné vers le développement des énergies renouvelables

- Notre territoire est doté de 7 Zones de Développement de l'Eolien qui représentent une puissance de 161 mW soit 10.8% de la production régionale.



Source : DREAL

- La Communauté de Communes des Portes de Romilly a implanté sur 22 ha une centrale solaire de 100 000 panneaux photovoltaïque permettant de produire l'équivalent de la consommation électrique annuelle d'environ 3 700 habitants.
- L'usine Emin-Leydier de Nogent-sur-Seine utilise une unité de traitement des eaux qui épure selon le procédé de méthanisation, une autre entreprise également à Méry-sur-Seine utilise ce même procédé.

#### En bref :

- Une image de territoire à créer autour de la préservation des espaces naturels et d'une biodiversité remarquable.
- Une activité associative importante pour la sensibilisation et l'éducation de la population grâce à des acteurs de l'environnement bien fédérés et mis en réseau.
- Une image de territoire à construire autour des ressources locales qui permettent l'exploitation de nouvelles formes d'énergie : éolien, centrales solaires, bioéthanol, méthanisation...).

### III. Synthèse et analyse de l'état des lieux

Cette synthèse est présentée sous la forme d'un tableau d'analyse des ATOUTS et des FAIBLESSES issus du diagnostic territorial et constatés sur le territoire, ainsi que d'un travail de réflexion prospectif sur ce qui apparaît comme une MENACE ou une OPPORTUNITE pour le développement durable du Pays, tout en considérant le contexte dans lequel il évolue.

ATOUTS	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Territoire bien desservi pour l'extérieur par un réseau de voie de communication diversifié</li><li>• Plateforme trimodale (bonne desserte)</li><li>• Grand carénage</li><li>• Pôles et filières de compétences</li><li>• Espaces et terrains disponibles et à faible coût</li><li>• UPREN fédérant les entreprises industrielles et les acteurs du territoire à travers la GTEC</li> <li>• Bon maillage des services, des équipements sportifs, culturels et socioculturels sur le territoire</li><li>• Travail en réseau de plus en plus développé au sein des différents secteurs d'activités</li><li>• Etablissements scolaires en nombre suffisant sur le territoire</li> <li>• Patrimoine naturel et culturel diversifié, riche</li><li>• Des ressources locales permettant l'exploitation de nouvelles formes d'énergie</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Problème de mobilité interne sur le territoire</li> <li>• Une création importante de microentreprises qui n'arrivent pas à s'agrandir</li><li>• Insuffisance des réseaux de desserte locale spécialement dans les zones rurales isolées</li><li>• Economie et emploi peu diversifié reposant essentiellement sur 3 grandes entreprises (EDF, Soufflet, SNCF)</li><li>• Faible compétitivité des entreprises</li> <li>• Problème d'accessibilité aux services pour les populations isolées et âgées</li><li>• Concentration des services sur les villes principales</li><li>• Manque de personnels dans certains secteurs (ex : santé)</li><li>• Des pôles petites enfance au maximum de leur capacité d'accueil sur Nogent, maque d'un pôle à Méry-sur-Seine et Villenauxe-la-Grande</li><li>• Vieillessement de la population</li><li>• Problème de mixité sociale (lien ruraux/ urbains)</li><li>• Population locale encore peu sensibilisée aux richesses du territoire dans tous les domaines (environnement, culture...)</li> <li>• Déficit d'image identitaire du territoire</li><li>• Manque de produits phares et identitaires du terroir hormis le Champagne</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Image positive du Champagne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manque d'infrastructures d'accueil et d'hébergement touristiques</li> <li>• Manque de coordination des programmations et de la diffusion des spectacles</li> <li>• Peu d'activités culturelles dans les villages et zones rurales isolées</li> </ul>
<b>OPPORTUNITES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proximité de l'Ile-de-France</li> <li>• Tendance socio-économique qui favorise la silver économie</li> <li>• Electrification de la ligne Paris-Bâle</li> <li>• Mise à grand gabarit de la section Bray-Nogent</li> <li>• Ouverture du Musée Camille Claudel</li> <li>• Grand Carénage de la centrale nucléaire de Nogent-sur-Seine</li> </ul>	<b>MENACES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Des actifs pouvant être « captés » par l'attractivité de l'Ile-de-France</li> <li>• Une forte concurrence touristique des territoires limitrophes (Provins, Troyes...)</li> <li>• Une réforme territoriale qui éloigne les centres de décision et donc risque d'isoler d'avantage le territoire</li> <li>• La proximité de grands centres d'activité économique (Ile-de-France) qui risque de transformer le territoire en périphérie résidentielle</li> </ul>

Constat global sur le territoire :

- **Un territoire bien desservi (plateforme trimodale) mais un maillage interne de services et de transport très inégal avec un isolement des communes rurales.**
- **Une activité économique reposant sur des pôles et des filières de compétences dynamiques peu diversifiées (3 entreprises principales SNCF, EDF, Soufflet) et donc fortement exposée aux aléas inhérents à ces activités.**
- **Un déficit de notoriété du territoire malgré un environnement naturel et un patrimoine culturel remarquable.**
- **Un potentiel touristique basé sur des atouts naturels, historiques et culturels riches et diversifiés mais une activité touristique à consolider et à promouvoir.**
- **Malgré une qualité de vie et une offre de loisirs significative (sports, culture), le territoire n'arrive pas à retenir ses jeunes populations et à attirer de nouvelles activités.**
- **Une démographie en hausse grâce, notamment, à l'arrivée de nouvelles populations, mais qui se construit sur des clivages (jeunes/personnes âgées, citadins/ruraux...) qui fragilisent la cohésion sociale.**

#### IV. Bilan des actions de développement menées par le Pays de Seine en Plaine Champenoise (PETR) depuis 2004

Depuis la création du Pays en 2002, nous avons contractualisé régulièrement avec les services du Conseil Régional afin que le territoire puisse répondre au mieux aux besoins des habitants. En effet, le territoire, il y a 15 ans, souffrait d'un manque important de services à la population. Nous nous sommes doté en 2008 d'un schéma des services à la population qui nous a permis de repérer les services à améliorer et à développer au sein du territoire (par exemple : manque de pôle petite enfance, d'Esat, de maisons de santé...) .Ainsi, au fur et à mesure des contractualisations, en respectant les règles du Conseil Régional, grâce également au volet territorial du CPER et des fond FNADT dans le cadre de l'appel à projets pour les services à la population, grâce au FISAC dans le cadre de 2 tranches ORAC portées par la Pays (PETR)grâce au FEADER, le territoire a pu développer et étoffer une offre de services dans différents domaines prioritaires pour le territoire. Entre 2007 et 2014, notre territoire a contractualisé à 2 reprises avec les services de l'aménagement du territoire du Conseil Régional de Champagne-Ardenne.

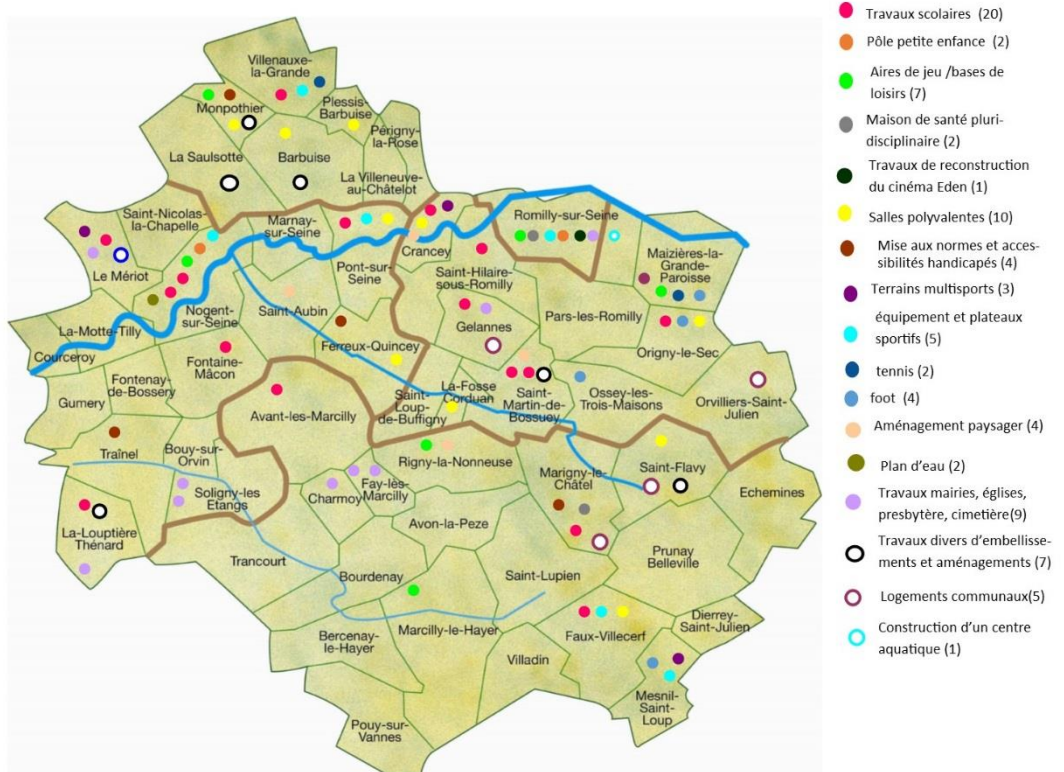
- 2004 -2006 : une convention aménagement de 1 736 670 €
- 2007-2010 : une convention aménagement de 2 453 135 €.
- 2012-2016 : un contrat de développement territorial de 1 832 299 €.

Au total, ce sont près de 6 022 104 € provenant du Conseil Régional et plus de 2 000 000 d'euros du FEADER et FNADT, qui nous ont permis de soutenir près de deux cents projets dans les domaines suivants:

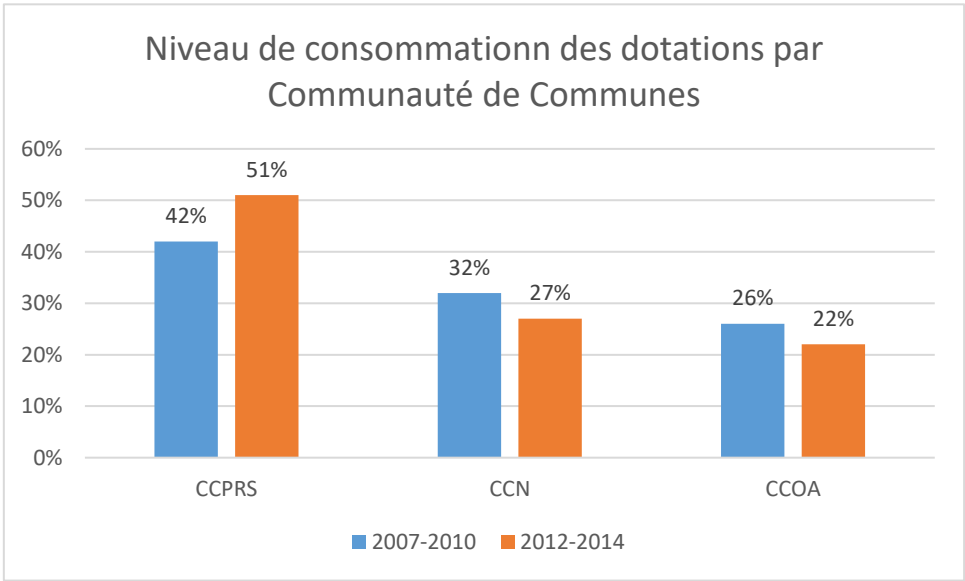
- Petite enfance : 2 pôles petite enfance créés (1 à Romilly-sur-Seine et 1 à Nogent-sur-Seine) qui viennent en complément du pôle petite enfance de Saint-Lupien (financé dans le cadre d'une précédente contractualisation 2004-2007, avec les services du Conseil Régional)
- Enfance : 20 équipements scolaires soutenus.
- Terrains multisports : près de la moitié des équipements du territoire ont bénéficié d'un soutien. (8 équipements sur les 22 référencés) mais également 4 équipements liés à la pratique du foot, 2 pour le tennis, 1 skate-park....
- Santé : 2 maisons de santé ont été créées : une à Romilly-sur-Seine et une à Marigny-le-Châtel. Ce sont près de 33% de l'enveloppe du CDT 2012-2014 qui ont été fléchés sur ces deux projets d'envergure pour le territoire. Le Pays a monté les dossiers de demande de financement dans le cadre du FEADER également.
- Equipements culturels : 20% des salles socioculturelles du territoire ont bénéficié d'aides avec une répartition territoriale équilibrée. En effet, malgré la présence d'un bi pôle Romilly-Nogent, le Pays (PETR), a toujours, su garder une équité territoriale qui a permis à l'ensemble des communes du territoire de bénéficier de ces différents fonds publics.

La carte suivante présente les différents équipements qui ont bénéficié de subventions grâce aux différentes contractualisations passées par le Pays de Seine en Plaine Champenoise (PETR). La Communauté de Communes Seine-Aube n'a pas pu bénéficier de l'appui du Pays qu'elle n'a intégré que depuis 2016.

88 Infrastructures financées dans le cadre des contractualisations avec le Conseil Régional



Source : ASPCD



Source : ASPCD

- L'Opération Programmée d'Amélioration de l'Habitat (OPAH) pour la Communauté de Communes des Portes de Romilly a permis d'améliorer la qualité de 128 logements Propriétaires Occupants et 16 logements Propriétaires Bailleurs.

- Les deux ORAC du Pays de Seine en Plaine Champenoise a permis de soutenir près de 210 artisans et commerçants dans le cadre de la première tranche par le biais d'actions individuelles ou collectives.

## LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DU PROJET DE TERRITOIRE DU PETR SEINE EN PLAINE CHAMPENOISE

Suite au diagnostic, les élus du Pays (PETR) ont choisi de retenir 4 enjeux prioritaires pour ce nouveau projet de territoire. La stratégie envisagée est basée sur ces 4 enjeux forts pour le territoire:

- **Renforcer l'attractivité du territoire en améliorant son image et en favorisant toute action permettant sa promotion.**
- **Accompagner les activités économiques (agriculture, industrie, artisanat-commerce, tourisme...).**
- **développer l'offre structurante de services de proximité afin de renforcer et créer de nouveaux liens entre populations pour contribuer à plus de cohésion sociale (offre de mobilité adaptée) et rompre l'isolement.**
- **Soutenir l'activité associative pour un meilleur accès aux activités culturelles, sportives et de loisirs.**

Ces 4 enjeux prioritaires sont transversaux aux différentes thématiques abordées dans le diagnostic (tourisme, développement économique, services à la population, culture...). Avoir l'ambition d'y répondre grâce au programme d'actions du projet de territoire permettra, de plus, d'exercer un effet levier sur l'ensemble des interventions publiques mises en place par ailleurs sur le territoire (Champagne-Ardenne 2020, Charte de la Biodiversité, Plan climat, pacte de la Ruralité, contrat de ruralité, FEADER...)

De nombreux progrès ont été faits au cours des 10 dernières années dans les domaines de la petite enfance, de l'accueil extra et périscolaire, de l'accueil des personnes handicapées, de l'amélioration des infrastructures, de la valorisation des commerces au niveau des bourgs centres (ORAC), mais aussi au niveau de la mutualisation des moyens, du « vivre ensemble » et du « travailler ensemble ». Toutefois, cette évolution doit être consolidée.

Le Pays, créé en 2002, a toujours été un espace de réflexion et a permis aux communes et intercommunalités du territoire de bénéficier d'aides financières grâce aux différentes contractualisations.

Le Pays (PETR) participe également activement aux travaux menés par l'UPREN (Union Patronale de la Région de Romilly et Nogent) dans le cadre de la GTEC.

### **Le choix du fil conducteur**

A l'issue du diagnostic, deux ambitions majeures se sont dégagées, revenant sans cesse dans les discussions lors de la consultation territoriale menée :

- **Faire ressortir « les images » positives du territoire et le rendre plus « visible » et « identifiable »** (afin de le rendre plus attractif, que les habitants se l'approprient mieux et y « vivent mieux », qu'il soit mieux connu et reconnu à l'extérieur, que ses atouts soient d'avantage valorisés...).

Malgré les faiblesses mises en évidence lors du diagnostic, nous nous sommes rendus compte que les participants avaient une certaine fierté lorsqu'ils parlaient de ce qui fonctionnait bien sur leur territoire et faisaient eux-mêmes ressortir des qualités qu'ils reconnaissaient au territoire : «solidarités »,

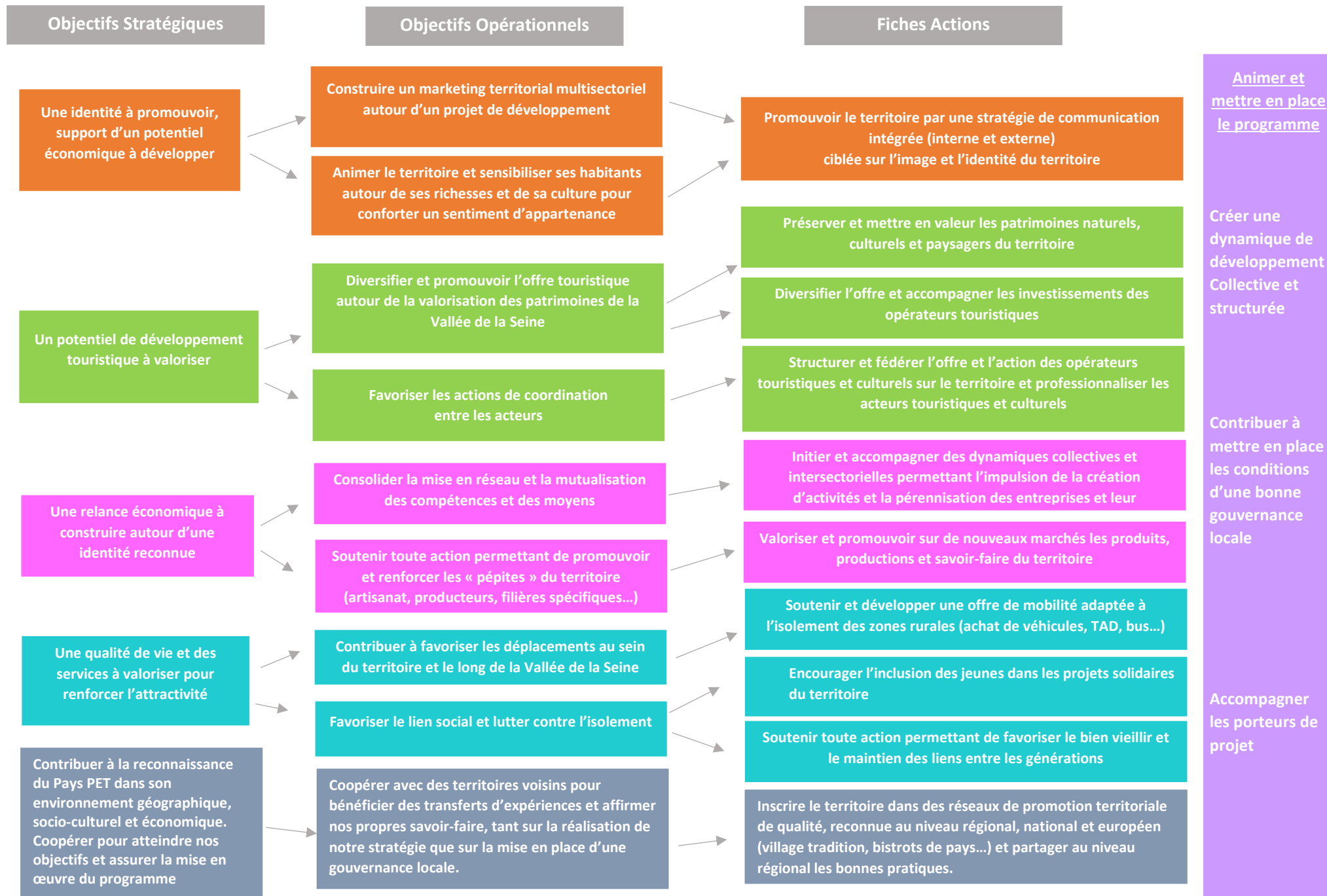


« accueil », « savoir-faire », « diversité et dynamisme des associations », « proximité »... La société civile et les élus qui ont participé à ces discussions se sont retrouvés autour de ces valeurs et qualités communes pouvant être le fondement d'une stratégie permettant de développer le potentiel de ce territoire.

- **Améliorer la compétitivité du territoire en se donnant des outils et des moyens supplémentaires** (toujours dans le but de le rendre plus attractif, d'avoir plus de cohésion et d'être toujours plus réactifs face aux opportunités de développement économique qui peuvent se présenter dont le tourisme a été identifié comme un axe à fort potentiel).

Ainsi, petit à petit, le fil conducteur de notre stratégie s'est dessiné à partir de ces deux volontés fortes, de donner une image positive de notre territoire et de développer sa compétitivité :

**« Mobiliser les énergies, renforcer les synergies pour un territoire davantage identifiable, compétitif, solidaire et accueillant. »**



## I. Objectif stratégique : Une identité à promouvoir, support d'un potentiel économique à développer

Construire une image pour le territoire afin de s'affirmer passe par la définition et l'appropriation d'une identité commune. Cette identité existe et est le fruit, par exemple, d'un passé, d'une histoire commune, d'un espace géographique « vécu », de valeurs partagées etc...

Toute la difficulté réside dans le fait de faire émerger cette identité sur le territoire du Pays de Seine en Plaine Champenoise (PETR), de la définir, de la qualifier et de mettre en avant nos différences qui devront être une force pour nous démarquer des autres territoires, pour être « plus que... ».

A partir de cette identité et de l'image que le territoire souhaite véhiculer, il sera plus aisé de communiquer vers l'extérieur sur « qui sommes-nous ? » et « pourquoi venir chez nous ? ».

Afin d'y arriver, deux objectifs opérationnels ont été retenus dans la stratégie :

- **Construire un marketing territorial multisectoriel autour d'un projet de développement**
- **Animer le territoire et sensibiliser ses habitants autour de ses richesses et de sa culture pour conforter un sentiment d'appartenance.**

Les habitants deviendront les « ambassadeurs » de leur territoire en mettant davantage en valeur leurs atouts (accueil, compétences, qualification, savoir-faire, dynamisme...), ceux des « forces vives » du territoire (services, commerces, entreprises, artisanat, association, tourisme...), ceux propres à la localisation géographique du territoire (environnement et espaces naturels, infrastructures, proximité de pôles urbains, structuration des bassins de vie...).

Ce qui est ressorti également lors des groupes de travail, c'est la volonté de s'appuyer sur nos différences et nos spécificités pour augmenter notre visibilité au sein d'une identité régionale déjà fortement marquée par le Champagne. Nous sommes un territoire rural avec les avantages que cela représente en termes d'environnement naturel et de qualité de vie et un de nos atouts majeurs est la proximité de Paris. Notre territoire, s'il était plus connu et repérable, peut offrir à la population parisienne une alternative aux lourdeurs d'une vie en très grande ville. Il s'agit non seulement de proposer une échappatoire en termes de loisirs et de qualité de vie (espaces naturels de la Bassée, musée Camille Claudel...) mais aussi une opportunité à la création d'entreprises grâce à l'attractivité du prix de l'immobilier, du foncier et du coût de la main d'oeuvre sur notre territoire, des ZRR etc.... Cette capacité à attirer de nouvelles populations dynamiques et de nouvelles activités doit être travaillée, confortée, mise en évidence, promue et consolidée. Il s'agit ainsi en premier lieu de renforcer notre image autour d'une nouvelle identité rurale mais moderne et en mouvement. Pour cela les autres axes de notre stratégie s'attacheront à lutter contre les effets négatifs de cette ruralité: vieillissement de la population, isolement des zones éloignées, fragilité de l'emploi, accès aux services... Au préalable, cet objectif stratégique vise avant tout à construire les bases de son attractivité par le biais d'une identité affirmée et partagée qui incite les habitants à s'investir pour leur territoire, d'une image à promouvoir pour permettre à la plaine champenoise de valoriser ses atouts.

Notre ambition, à termes, est d'être en capacité d'accueillir de nouveaux touristes, de nouveaux clients, de nouveaux médecins, de nouvelles entreprises, de nouveaux habitants. Situé entre Troyes (magasins d'usine : 4.5 millions de visiteurs/an) et Provins (1 million de visiteurs/an, classé au patrimoine mondial de l'Unesco), le territoire une formidable opportunité de tirer partie de cette proximité. Pour cela, il doit communiquer mieux et d'avantage sur ses atouts.

Le marketing territorial aura pour effet, non seulement de promouvoir une image, une identité à l'extérieur du territoire, mais permettra également de resserrer les liens entre les habitants et les structures socioprofessionnelles de ce territoire.

**Nos objectifs en résumé :**

- Développer un marketing territorial afin de promouvoir une image positive du territoire en direction de l'Île de France notamment (bassin de 10 millions d'habitants à proximité). « Faire venir » et « faire rester » de nouvelles populations permettant le développement de l'économie du territoire.
- Affirmer notre identité pour plus de cohésion entre les habitants à l'intérieur du territoire et développer les solidarités.

## II. Objectif stratégique : Un potentiel de développement touristique à valoriser

Le potentiel touristique du territoire identifié dans le diagnostic territorial et le poids économique de ce secteur d'activité sont à l'origine d'un axe stratégique prioritaire de notre stratégie de Développement. Il s'agit de « renforcer et pérenniser les bases existantes d'un tourisme durable » à travers deux objectifs opérationnels :

- diversifier et promouvoir l'offre touristique autour de la valorisation des patrimoines de la Vallée de la Seine
- favoriser les actions de coordination entre les acteurs

### **Diversifier et promouvoir l'offre touristique autour de la valorisation des patrimoines de la Vallée de la Seine**

Malgré des atouts patrimoniaux et naturels exceptionnels (Châteaux, Vallée de la Seine, églises remarquables, vitraux, statuaire, vignoble de Champagne...) le territoire souffre d'un manque de notoriété. Manque identifié dans la structuration de l'offre culturelle (circuits thématiques, parcours, routes touristiques mettant du lien entre ces différents sites culturels ou naturels d'intérêt touristiques), dans la production d'outils de communication (« faire savoir », « faire connaître », « faire découvrir »). Le potentiel est là, mais pas assez exploité pour être accessible au plus grand nombre.

Ce patrimoine, pour être mis en valeur, peut nécessiter des actions de restauration, de préservation et doit faire également l'objet de sensibilisation des publics. La création d'itinéraires thématiques (vitraux, artisans d'art, Thibaud de Champagne...) de circuits d'interprétation naturalistes, de circuits de randonnée, de guides, de sites internet sont autant d'outils pouvant être des moyens de promotion, de sensibilisation et de mise en valeur de ces richesses.

Diversifier l'offre touristique passe par la possibilité de développer de nouvelles activités ou sites d'accueil. Le territoire doit faciliter l'émergence de « nouveaux » projets touristiques qui induiront une activité économique supplémentaire. Accompagner financièrement les projets permettant d'apporter une valeur ajoutée à l'activité touristique du territoire permettra d'avoir un effet levier et attractif envers les investisseurs. Les nouveaux équipements et infrastructures viendront renforcer et étoffer l'offre actuelle. En matière d'hébergements par exemple, la consultation territoriale a démontré que les capacités d'accueil augmentaient, certes, mais ne suffisaient pas à répondre à une demande croissante. Il s'agit là d'anticiper l'avenir et de prendre en considération l'ouverture en 2017 à Nogent-sur-Seine du musée « Camille Claudel » labellisé « Musée de France » d'envergure internationale, qui risque de drainer des dizaines de milliers de visiteurs par an (d'après les études réalisées en amont).

La création d'hébergements touristiques pourra également servir ponctuellement pour les grands chantiers entrepris au sein du territoire tels que les arrêts de tranche et le grand carénage de la Centrale Nucléaire de Nogent-sur-Seine ou encore la mise à grand gabarit du canal de la Haute-Seine, par exemple.

Il est donc important de pouvoir anticiper et augmenter les capacités d'hébergements de ce territoire afin d'accueillir les flux touristiques et ne pas voir s'échapper la manne financière que cela peut représenter (en termes d'emplois et de chiffre d'affaire dans l'économie locale) vers les territoires limitrophes.

### **Favoriser les actions de coordination entre les acteurs touristiques et culturels**

La coordination des acteurs dans ces deux domaines va permettre de structurer une offre plus lisible et plus facile à promouvoir. Leur professionnalisation et leur mise en réseau agiront sur leur réactivité et leur efficacité face à une concurrence importante située aux portes du territoire : Provins et Troyes. La volonté de capter les flux émanant de ces deux pôles à proximité passe par la mise en place d'outils de formation, de promotion et de communication.

A l'intérieur même du territoire, la consultation territoriale a permis de démontrer que les habitants ne connaissent pas leur propre patrimoine et ne sont pas toujours au courant de ce qui se passe en terme d'animations culturelles (difficulté à mobiliser les publics, manque d'information, de coordination, problèmes de mobilité). Ils ont du mal à participer aux animations et événements qui se produisent sur leur territoire, pourtant nombreux (cf. diagnostic). Là encore, la stratégie retenue va nous permettre de développer des actions de médiation et d'animation culturelles pour rendre la culture et le patrimoine accessibles au plus grand nombre (coût, mobilité, accessibilité...)

De même, la mise en réseau des acteurs en renforçant leurs compétences à travers des actions de formation communes et mutualisée peut être un moyen de structurer une offre de meilleure qualité et plus adaptée à la demande des publics actuels (tourisme ou culture).

La valorisation des structures par une meilleure lisibilité grâce aux labels nationaux gages de qualité peut être un atout en termes d'image pour le territoire également.

Ainsi, toutes les actions qui tendront à mettre en réseau ces acteurs, à les professionnaliser, à développer la qualité de leurs prestations, à développer une offre structurée, à développer des projets communs multisectoriels, à mettre en place des outils communs de promotion et de communication coordonnés, à faire valoir les événements culturels ou touristiques construits collectivement... et bien toutes ces actions contribueront à donner une meilleure image du territoire, à faire venir les publics et clientèles et à faire parler du territoire.

#### Nos objectifs en résumé :

- Mettre en valeur d'avantage le patrimoine existant, favoriser la création de nouvelles structures et activités touristiques afin d'enrichir, organiser l'offre, et être prêts à répondre à la demande.
- Favoriser le développement des compétences à travers la formation et la professionnalisation des acteurs dans le but de multiplier les actions de coopération entre les structures et d'être plus visibles (mutualisation, coordination, « l'union fait la force » !).
- Développer la notoriété du territoire grâce à l'envergure internationale du Musée « Camille Claudel », entre autres.
- Profiter de la proximité de l'Île de France pour capter la clientèle touristique

### III. Objectif stratégique : Une relance économique à construire autour d'une identité reconnue

Deux priorités se sont dégagées des groupes qui ont travaillé sur ce sujet primordial de la relance économique :

- **Consolider la mise en réseau et la mutualisation des compétences et des moyens.**
- **Soutenir toute action permettant de promouvoir et renforcer les « pépites » du territoire (artisans, producteurs, filières spécifiques...)**

Il s'agit de mettre en place des réseaux forts et structurés de développer les compétences au sein du territoire et de développer la formation et de favoriser les échanges multisectoriels.

**« Initier et accompagner des dynamiques collectives et intersectorielles permettant l'impulsion et la création d'activités et accompagner la pérennisation des entreprises et leur développement »** constitue une des priorités dans notre stratégie. Toutes les actions qui permettront de mettre en avant nos savoir-faire (qui font aussi la fierté des habitants et contribuent à construire notre « image de marque ») seront soutenues.

De même, il est essentiel d'anticiper les besoins en compétence des entreprises afin d'éviter les démarches curatives. La GTEC (Gestion territoriale des Emplois et compétences) mise en place sur notre territoire va permettre, entre autres, de mettre en cohérence l'offre et la demande d'emplois et notre stratégie, pour cet axe, s'appuiera sur une complémentarité des actions mises en place dans le cadre de cette GTEC (actions de mise en réseau et mutualisation des compétences et des expériences, forums...).

Le maillage artisanal et commercial constitue l'une des richesses du territoire. Or, dans un contexte économique difficile (baisse des carnets de commande, problématiques du dernier commerce dans les villages, difficultés liées à la transmission-reprise des entreprises, etc.), la compétitivité des très petites entreprises et industries constituent plus que jamais un des objectifs cruciaux du territoire.

Renforcer leur compétitivité revient à renforcer l'image du territoire dans son ensemble. Promouvoir les labels de qualité, soutenir leurs investissements, rendre visibles à l'extérieur les opportunités de reprise d'activité afin d'attirer les investisseurs, ou encore communiquer de façon accrue auprès des chefs d'entreprises du territoire sont, de ce fait, et dans l'optique de favoriser un développement véritablement durable, une nécessité.

Notre territoire rural ayant une population de « senior » d'avantage représentée va nécessiter une attention particulière dans la façon de répondre au « bien vieillir ». Malgré les efforts réalisés depuis une dizaine d'années, le niveau des services (santé, loisirs, transports...) reste insuffisant pour rompre l'isolement et se sentir bien « chez nous ». Les personnes qui en ont les moyens financiers migrent vers des zones mieux organisées et équipées. Notre ambition est de permettre, non seulement, à « nos » personnes âgées de bien vivre chez elles avec des niveaux d'équipements en services et loisirs suffisants et adaptés, mais aussi de devenir attractif pour les populations vieillissantes des autres territoires. Par la suite, le concept de « Silver Economie » (économie dédiée au service des personnes âgées) pourrait devenir une opportunité de développement pour notre territoire.

**« Valoriser et promouvoir sur de nouveaux marchés les produits, productions et savoir-faire du territoire »** constitue une seconde action que le Gal du Pays de Seine en Plaine Champenoise souhaite développer. Le territoire possède de nombreuses pépites, industrielles (« textiles intelligents »), ou liées à l'artisanat d'art, l'agriculture, la viticulture, les énergies renouvelables, sur lesquelles il doit s'appuyer pour développer sa compétitivité et se démarquer. Ces marchés doivent se développer grâce aux circuits courts sur le territoire mais pas seulement. Les actions permettant de faire connaître nos productions et savoir-faire sur le sol national mais aussi à l'étranger permettront de véhiculer une image très positive du territoire et devront être accompagnée dans le cadre de notre stratégie (actions de promotion – communication transversale grâce à la construction d'une « image de marque » identifiée en particulier grâce à la mise en œuvre de l'objectif stratégique 1).

**Nos objectifs en résumé :**

- Développer les entreprises du territoire et créer de nouveaux emplois.
- Faciliter la mise en réseau des acteurs locaux, les inciter à travailler en réseau pour impulser une nouvelle dynamique locale.
- Anticiper les besoins en compétences des entreprises.
- Développer nos marchés à l'intérieur du territoire grâce aux circuits courts
- Promouvoir notre savoir-faire en dehors du territoire

#### **IV. Objectif stratégique : Une qualité de vie et des services à valoriser pour renforcer l'attractivité**

##### **Contribuer à favoriser les déplacements au sein du territoire et le long de la Vallée de la Seine**

Afin d'atténuer les déséquilibres existants ressortis dans le diagnostic concernant l'accès aux services, à l'emploi, aux soins, aux commerces, à la culture..., il s'agit de mettre en place de nouveaux moyens pour faciliter la mobilité sur le territoire et éviter l'isolement des senior et des « jeunes », publics particulièrement touchés par ces problèmes de mobilité et d'accessibilité.

Hormis quelques dessertes (ligne de bus interne à la ville de Romilly-sur-Seine reliant les différents quartiers à certaines heures de la journée ; ligne de bus reliant 5 villages à Romilly-sur-Seine, cars scolaires...), le territoire est très mal organisé en termes de possibilité de déplacements si l'on ne possède pas son propre véhicule. Nous nous sommes rendus compte que cela freinait nettement la pratique de loisirs, la fréquentation des événements culturels, et surtout pour les jeunes, la possibilité de rechercher et trouver un emploi.

## **Favoriser le lien social et lutter contre l'isolement**

A partir de la consultation territoriale nous avons dégagé deux axes de travail que nous souhaitons développer dans notre programme d'actions permettant de recréer du lien social et d'amoindrir l'isolement de certaines populations comme les seniors et les jeunes. Tout comme les solutions à la mobilité de ces populations permettront de réduire les inégalités et de développer la cohésion sociale, nous pensons que les deux pistes proposées ci-dessous contribuent à réaliser le même objectif :

- **Encourager l'inclusion des jeunes dans les projets solidaires du territoire**
- **Soutenir toute action permettant de favoriser le bien vieillir et le maintien des liens entre les générations**

Les jeunes se sentent exclus des projets lancés « pour eux » mais « sans eux ». S'ils sont de plus en plus connectés aux réseaux sociaux qui se démultiplient, on se rend compte que le lien social est quasiment « rompu » physiquement avec leur entourage. Il s'agit à travers cette action d'impulser et de favoriser toutes les initiatives qui permettront de mener des actions collectives en faveur de liens intergénérationnels par exemple, en faveur de leur épanouissement social et culturel, afin qu'ils se sentent bien sur leur territoire. Ceci permettra aux jeunes de se retrouver dans les valeurs identitaires du territoire (solidarité, mixité, tolérance...) et de devenir les acteurs de ce territoire. Il est également important de soutenir le développement des équipements sportifs et de loisirs permettant de favoriser les rencontres et les échanges, toujours pour plus de cohésion.

De même, l'accroissement du nombre de seniors prévu dans les années à venir doit être anticipé et les actions menées doivent permettre de « bien vieillir » sur notre territoire. De nouvelles formes de services, d'animations, de prise en charge, d'accompagnement doivent être développées.

Comme tous les territoires ruraux, nous observons un manque cruel de professionnels de santé qui risque à terme de poser de sérieux problèmes au vu de l'évolution démographique observée dans le diagnostic faisant ressortir justement la présence croissante d'une population de seniors. Des infrastructures (pôles santé) font encore défaut dans certaines zones du territoire. Les actions envisagées dans le projet de territoire auront un effet de cercle vertueux car grâce au marketing territorial et aux actions visant à rendre notre territoire plus attractif nous pourrions avoir l'ambition d'attirer d'avantage de professionnels de la santé, par exemple, et améliorer ainsi les services de santé.

### **Nos objectifs en résumé :**

- Améliorer la mobilité au sein du territoire pour plus d'égalité et de cohésion sociale dans les échanges.
- Inciter les jeunes à s'approprier leur territoire et contribuer à améliorer leur cadre de vie (qu'ils aient envie d'y « grandir » et d'y « vivre » (sous-entendu y rester ou y revenir après leurs études).
- Avoir une attention particulière envers les populations vieillissantes, anticiper les besoins et services de demain.



## V. Objectif stratégique : Coopérer avec d'autres territoires pour atteindre des objectifs communs et bénéficier des transferts d'expériences.

Le Pays (PETR) souhaite développer des partenariats avec d'autres territoires. Au stade de réflexion actuel, nous avons dégagé plusieurs pistes de coopération. C'est en se rencontrant et en discutant que nous nous sommes rendus compte que nous partageons les mêmes enjeux de développement. Ces rencontres n'excluent cependant pas les opportunités nouvelles qui viendront. Tout en approfondissant la réflexion avec les contacts déjà en cours nous restons ouverts à d'autres propositions qui pourraient aider le territoire à mieux atteindre ses objectifs de développement ou à consolider sa gouvernance.

- Les pistes retenues sont les suivantes :

### **Développement de la marque « Villages of tradition »,**

Cette action initiée depuis dix ans par cinq GAL italiens, sept GAL portugais et trois GAL espagnols, permet la promotion des villages européens possédant un patrimoine architectural, naturel et gastronomique exceptionnel. Nous présentons déjà quelques villages susceptibles de répondre aux objectifs de la marque au niveau de notre pays (PETR) (Villenauxe-la-Grande, Pont-sur-Seine, Marnay-sur-Seine, La Motte Tilly...). Ces villages ont des intérêts touristiques majeurs pas assez mis en valeur (Champagne, la Seine, vitraux...). La stratégie de « Village of Tradition » basée sur un système d'offre touristique ayant pour objet d'améliorer la visibilité du patrimoine historique, architectural et environnemental afin de diffuser et de faire rayonner une image positive à l'extérieur du territoire, correspond tout à fait aux objectifs stratégiques et opérationnels retenus dans notre candidature. Nous voyons là, en nous appuyant sur l'expérience d'autres territoires, un moyen d'atteindre notre objectif de développement touristique mais aussi et surtout une opportunité de conforter notre identité, d'améliorer, par la promotion, la valeur ajoutée de nos produits locaux et de nos savoir-faire.



### **Itinéraire culturel européen « Destination Napoléon »**

D'autres pistes sont à explorer comme des partenariats à nouer avec les GAL concernés par la thématique de l'itinéraire Culturel Européen « Destination Napoléon ». Notre territoire a participé à la commémoration du bicentenaire de la Campagne de France qui a donné lieu à de nombreux échanges dans la phase préparatoire avec d'autres territoires et qui a abouti sur un programme riche de manifestations et de mise en valeur du patrimoine lié à cette thématique (circuits touristiques, visites guidées, forfaits hébergement, inauguration de stèles et plaques commémoratives). Parallèlement, l'association « 1814 » (dont le Pays fait partie) qui a porté ce projet de commémoration de la campagne de France au niveau national a décidé de ne pas en rester là et de prolonger les coopérations au sein de cet itinéraire Culturel Européen (reconnu au mois de mai 2015 par le Conseil de l'Europe) grâce à la fédération européenne des cités napoléoniennes qui elle-même a reconnu le travail que nous avons réalisé puisqu'elle a proposé la thématique de la campagne de France dans cet ICE.



## **Valorisation touristique de la Vallée de la Seine, coopération avec le GAL du Pays de Brie et Champagne**



Le Gal du Pays de Brie et Champagne est situé également le long de la Vallée de la Seine et se situe à côté de notre territoire. Le Canal de la Haute-Seine qui va de Troyes à Nogent-sur-Seine et se prolonge en Seine-et-Marne jusqu'à Paris, passe sur nos deux territoires. Le Conseil Départemental de l'Aube a créé une infrastructure (vélo-voie) le long de ce canal et le département de la Marne, sur le territoire du Gal du Pays de Brie et Champagne doit prolonger cette vélo-voie. Ceci est pour nous l'occasion de réfléchir ensemble à la mise en valeur touristique de la Vallée de la Seine, de préparer les conditions d'accueil des touristes qu'une infrastructure telle que cette vélo-voie pourrait attirer. Des coopérations sont prévues dans un premier temps dans la mise en place de circuits de randonnée pédestre. Cette action permettra d'apprendre à se connaître, à travailler ensemble autour d'un thème fédérateur qu'est celui de la randonnée pour mettre en valeur notre patrimoine naturel et culturel de façon commune et réfléchie.

### **Nos objectifs en résumé :**

- **Accroître la notoriété du territoire, développer son image.**
- **Développer l'attractivité touristique du territoire**
- **Développer les réseaux grâce à la coopération et au partage d'expériences**

## VI. Un objectif transversal: Animer et mettre en place le projet de territoire

Ainsi que le diagnostic territorial l'a mis en évidence, notre territoire souffre, au-delà d'un problème d'image, d'un manque d'investissement de ses habitants dans un projet de territoire commun et partagé, porté par un sentiment d'appartenance qui lui fait défaut. Il s'agit non seulement de construire une identité mais de mettre en place l'animation nécessaire à créer une dynamique de développement autour d'elle. L'équipe d'animation du Pays (PETR) est là pour accompagner les porteurs de projets, les collectivités qui en sont membre mais également pour créer du lien, provoquer une reconnaissance tant du territoire que de la stratégie portée, qui induira la confiance des acteurs et l'émergence des projets.

L'animation du projet de territoire est donc un axe transversal à l'ensemble des objectifs stratégiques. Elle est le socle sur lequel va se faire l'émulsion nécessaire pour impulser les actions :

- Des réunions régulières avec des groupes thématiques pour travailler concrètement sur les projets à mettre en place (circuits, guides, sites internet).
- L'accompagnement des collectivités, des associations, des privés, dans la réalisation de leurs projets et les demandes de financements (Europe, Etat, région, département)
- La mise en place, l'animation et le suivi des actions collectives répondant à la stratégie mise en place par les élus du Pays (PETR).
- L'évaluation des actions menées

Ainsi, l'équipe se compose d'un chargé de mission généraliste et d'un chargé de mission tourisme pour mener à bien ce projet mais pourra être renforcée en fonction des besoins ressentis.

**PLAN D' ACTIONS DU PROJET DE TERRITOIRE DU PETR**  
**SEINE EN PLAINE CHAMPENOISE**

## FICHE ACTION N°1 : PROMOUVOIR LE TERRITOIRE PAR UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION INTEGREE (INTERNE ET EXTERNE) CIBLEE SUR L'IMAGE ET L'IDENTITE DU TERRITOIRE

- **Objectif stratégique** : accompagner et valoriser l'émergence d'une image territoriale support d'une identité collective.
- **Objectifs opérationnels** :
- Construire un marketing territorial multisectoriel autour d'un projet de développement
- Animer le territoire et sensibiliser ses habitants à ses richesses et ses spécificités culturelles pour conforter un sentiment d'appartenance

*Pour pouvoir répondre à ces deux objectifs qui ciblent un public interne et externe au territoire, la consultation territoriale a montré la nécessité d'une stratégie marketing appropriée. La communication en particulier est le point faible des stratégies de développement local portées par le territoire. Un plan marketing et un plan de communication doivent être construits autour d'une image identitaire trouvée et partagée. Une fois les grandes lignes tracées, il s'agira d'élaborer des outils de communication pertinents véhiculés par une charte commune et consensuelle afin de rassembler les habitants autour d'une image territoriale et d'en faciliter la reconnaissance à l'extérieur : sites Internet, des magazines culturels, des achats de publicités, la réalisation d'un film promotionnel... Cette image sera l'étendard d'une identité commune, vecteur de lien social et support de son attractivité pour induire un développement économique durable*

### 1 – Description des types d'opération

- Etude stratégique pour la construction d'une image et d'une identité visuelle
- Création, diffusion, achat d'outils de marketing territorial
- Opérations immatérielles de communication autour de l'image positive du territoire.
- Exemple : site Internet, magazine, film promotionnel, achat de publicités partagées, création de bases de données accessibles, forums, salons....
- 

### 2 – Bénéficiaires

Collectivités, associations, entreprises, ...

### 3 – Dépenses éligibles

- Etudes, animation, sensibilisation, formation, actions de groupes, actions de communication, mise en réseau, diffusion, création d'outils de communication, achat de produits permettant la communication...
- 

### 4 – Critères de sélection des projets

Les projets privilégiés seront ceux qui :

- Projets concernant plusieurs acteurs
- Les démarches éco-compatibles seront privilégiées.
- 

### 9 – Indicateurs

Indicateurs de réalisation :

- Nombre de projets financés

- Nombre d'outils de communications diffusés

Indicateurs de résultat :

- Taux de fréquentation des lieux touristiques
- Degré de notoriété du territoire auprès des habitants (à construire ultérieurement avec les partenaires du programme)

## Fiche action n°2 : préserver et mettre en valeur les patrimoines naturels, culturels et paysagers du territoire

- **Objectif stratégique** : renforcer et pérenniser les bases existantes d'un tourisme durable
- **Objectif opérationnel** : diversifier et promouvoir l'offre touristique autour de la valorisation des patrimoines de la plaine champenoise

*Le Pays de Seine en Plaine Champenoise est riche d'un patrimoine naturel et bâti remarquable mais non suffisamment mis en valeur ce qui nuit à son image et à sa reconnaissance en tant que destination touristique ou lieu de qualité de vie. Il représente cependant un potentiel d'attractivité indéniable que les opérations prévues dans cette fiche action contribueront à renforcer. La valorisation et la préservation de ce patrimoine territorial permettra également de construire une diversité d'offre culturelle et de loisirs pour assurer le développement d'un tourisme durable à destination des visiteurs extérieurs mais aussi des populations locales. Des projets tels que les circuits de la route Thibault de Champagne, la Route Napoléon ou encore des circuits pédagogiques orientés vers la sensibilisation aux espaces naturels contribueront ainsi à améliorer la qualité de vie des habitants et serviront de base au développement d'un tourisme durable. Par ailleurs le patrimoine culturel, architectural et naturel est un marqueur du territoire, la préservation et la mise en valeur de ces richesses sont une condition nécessaire à l'affirmation de son identité génératrice de dynamique territoriale et de développement.*

### 1 – Description des types d'opération

- Investissements liés à l'entretien, à la restauration, à la réhabilitation et à la mise en valeur du petit patrimoine bâti architectural (par exemple : lavoirs...) et naturel des villages, des territoires ruraux et des sites à haute valeur naturelle, y compris les aspects socio-économiques et les actions de sensibilisation environnementale.
- Action in situ reprenant le patrimoine matériel ou immatériel oublié (aspect fluvial, templiers, fonderie d'art (Claudé)... (par exemple : à l'image de l'Hermione ou Guédelon).
- Création, aménagement et valorisation d'itinéraires touristiques thématiques, circuits d'interprétation naturaliste, circuits randonnée, signalétique des circuits (par exemple : circuit des vitraux, route Thibault de Champagne)...
- Développement des liaisons entre les sites touristiques d'intérêt (Musée Camille Claudé)

### 2 – Bénéficiaires

Collectivités, propriétaires privés, associations...

### 3 – Dépenses éligibles

- **Investissements**
  - Travaux de restauration et de réhabilitation du patrimoine bâti
  - Travaux de préservation et de protection des sites naturels (élagage, nettoyage...)
  - Travaux d'aménagements extérieurs et intérieurs : signalétique...
  - Achat d'équipements
- frais de communication et de promotion, signalétique, actions de sensibilisation.... (par exemple : guide, rallye, catalogue, évènement, mini site internet ...)
- **Dépenses inéligibles :**
  - fonctionnement traditionnel et/ou quotidien de structure
  - les travaux de VRD
  - les prestations intellectuelles
  - les mobiliers non spécifiques et consommables
  - les travaux préparatoires comme l'installation de chantiers, les démolitions préalables...
  - les dépenses diverses liées à la passation de marchés (publicité, éditions...), les révisions de prix liées aux marchés publics...

## 4 – Critères de sélection des projets

### **Les projets privilégiés :**

- Prise en compte des initiatives similaires sur le territoire (cohérence et complémentarité des projets)
- Les projets relevant d'une profession touristique structurée et organisée seront privilégiés. Par conséquent, la priorité sera donnée aux adhérents de l'OTNVS.
- Concernant la restauration du petit patrimoine bâti, la priorité sera donnée aux projets s'inscrivant dans une dynamique de territoire ou de circuit touristique.
- Seuls les projets ayant prévu une communication à destination de tous les publics seront retenus (diffusion sur site @, accessibilité physique du patrimoine restauré).
- Une attention sera également portée sur la capacité financière des porteurs de projets

## 5 – Prise en compte des priorités

- Développement durable
- Faire face aux changements démographiques

## 6 – Indicateurs

### Indicateurs de réalisation :

- Nombre d'actions programmées
- Nombre de projets de restauration ou de réhabilitation du patrimoine

### Indicateurs de résultat :

- Nombre de personnes, ou de communes impactées par les actions de promotion
- Taux de fréquentation des sites naturels ou bâtis du territoire
- Emplois créés



## Fiche action n°3 : diversifier l'offre et accompagner les investissements des opérateurs touristiques

- **Objectif stratégique** : renforcer et pérenniser les bases existantes d'un tourisme durable
- **Objectif opérationnel** : diversifier et promouvoir l'offre touristique autour de la valorisation des patrimoines de la plaine champenoise

*Il est important de développer et renforcer l'offre touristique du territoire. Créer de nouveaux équipements et infrastructures permettra de renforcer la diversité d'activités et d'étoffer l'offre touristique répondant ainsi à la demande des touristes. Pour que les touristes viennent sur le territoire et restent quelques temps, le territoire doit surtout améliorer son offre en matière d'hébergements. La consultation territoriale a démontré que les capacités d'accueil augmentent, certes, mais ne suffisent pas à répondre à la demande grandissante. En effet, le territoire est doté de petites structures mais manque de structures à forte capacité. L'ouverture du musée Camille Claudel labellisé musée de France, d'envergure internationale, en 2016 devrait permettre de voir le nombre de visiteurs, et par conséquent, de demande en hébergements augmenter.*

### 1 – Description des types d'opération

- Création de nouveaux équipements et infrastructures renforçant la diversité des activités touristiques.
- Aide à la création d'hébergements touristiques de qualité
- Aide au développement des résidences d'artistes, des structures d'animation culturelle et d'accueil du public

### 2 – Bénéficiaires

*Collectivités, associations, entreprises touristiques adhérentes à l'OTNVS, chambres consulaires, EPCI...*

### 3 – Dépenses éligibles

- Investissements
- équipements
- frais de communication et de promotion, d'animation, signalétique, actions de sensibilisation... (par exemple : guide, rallye, catalogue, évènement, mini site internet ...) permettant d'apporter une plus-value au site et d'en augmenter leur fréquentation.
- Formation
  
- Dépenses inéligibles :
  - fonctionnement traditionnel et/ou quotidien de structure
  - les travaux de VRD
  - les prestations intellectuelles
  - les mobiliers non spécifiques et consommables
  - les travaux préparatoires comme l'installation de chantiers, les démolitions préalables...,
  - les dépenses diverses liées à la passation de marchés (publicité, éditions...), les révisions de prix liées aux marchés publics...

### 4 – Critères de sélection des projets

Les projets privilégiés seront ceux qui :

- Adhésion à l'OTNVS
- Les structures d'hébergements touristiques de plein air et/ou insolites permettant de disposer au minimum de 10 lits supplémentaires par structure (minimum 5 chambres), hors hôtellerie.

- Seuls les hébergements touristiques qui auront entrepris une démarche d'adhésion à un écolabel seront financés.

## 5 – Indicateurs

### Indicateurs de réalisation :

- Nombre de projets réalisés
- Volume financier programmé

### Indicateurs de résultat :

- Nombre d'hébergements créés et nombre de lits supplémentaires
- Nombre de structures touristiques et/ ou activités nouvelles créées.
- Emplois créés

## Fiche action n°4 : structurer et fédérer l'offre et l'action des opérateurs touristiques et culturels sur le territoire et professionnaliser les acteurs touristiques et culturels

- **Objectif stratégique** : renforcer et pérenniser les bases existantes d'un tourisme durable
- **Objectif opérationnel** : favoriser les actions de coordination entre les acteurs du patrimoine

*La consultation territoriale a montré que le territoire disposait d'une offre touristique et culturelle, mais que celle-ci était encore anarchique. Actuellement, il n'existe aucune coordination entre les structures existantes. De même, la communication reste limitée à la commune dans laquelle se déroule l'évènement. Développer l'image du territoire passe par la fédération des acteurs du monde culturel et touristique autour de projets d'envergure, représentatifs du territoire*

### 1 – Description des types d'opération

- Action de promotion de l'offre touristique (producteurs, artisanat local, musée Camille Claudel, œnotourisme...)
- Evènements culturels permettant de lier plusieurs domaines artistiques et toucher plusieurs cibles de population (par exemple : parcours touristiques avec animations ponctuelles, manifestations autour d'un même thème...)
- Evènementiels : organisation de festivals culturels ou fêtes thématiques
- Aide à la création de liens entre les structures et apportant une nouvelle offre culturelle représentative du territoire.
- Actions de formation, de transmission de compétences, mise en réseau des professionnels et bénévoles du secteur touristique.
- Opérations, outils de promotion permettant le développement de labels nationaux, régionaux, départementaux de qualité. Par exemple : Maître-restaurateur, la Champagne à vélo, Gites de France, Clévacances...)

### 2 – Bénéficiaires

Collectivités, associations, privés, entreprises touristiques adhérentes à l'OTNVS, chambres consulaires, EPCI, organismes de formation agréés...

### 3 – Dépenses éligibles

- frais de communication et de promotion, signalétique, actions de sensibilisation.... (par exemple : flyers, affiches, guide, rallye, magazine, évènement, mini site internet ...)
- cachet d'artistes, frais de personnels spécifiques aux manifestations

#### Dépenses inéligibles :

- aucune subvention à du fonctionnement traditionnel et/ou quotidien de structure ne sera éligible hors frais de formation...

### 4 – Critères de sélection des projets

Les projets privilégiés seront ceux qui :

- Les projets faisant intervenir plusieurs acteurs du territoire.
- Permettront l'accessibilité de la manifestation au plus grand nombre
- Prise en compte des initiatives similaires sur le territoire (cohérence et complémentarité des projets)
- Formations proposées par l'OTNVS

- Les projets relevant d'une profession touristique structurée et organisée seront privilégiés. Par conséquent, la priorité sera donnée aux adhérents de l'OTNVS.

## 5 – Indicateurs

### Indicateurs de réalisation :

- Nombre de projets réalisés
- Volume financier programmé

### Indicateurs de résultat :

- Fréquentation des évènements
- Nombre d'emplois créés

## FICHE ACTION N°5 : INITIER ET ACCOMPAGNER DES DYNAMIQUES COLLECTIVES ET INTERSECTORIELLES PERMETTANT L'IMPULSION DE LA CREATION D'ACTIVITES ET LA PERENNISATION DES ENTREPRISES ET LEUR DEVELOPPEMENT

- **Objectif stratégique** : accompagner la relance d'une activité économique locale et créatrice d'emplois
- **Objectifs opérationnels** : consolider la mise en réseau et la mutualisation des compétences et des moyens
- Soutenir toute action permettant de promouvoir et renforcer les « pépites » du territoire (artisanat, producteurs, filières spécifiques...)

*A travers cette fiche-action, le territoire souhaite consolider la mise en réseau et la mutualisation des compétences et des moyens. Mettre en place un réseau fort et structuré, développer les compétences au sein du territoire et développer la formation permet, en effet, de mettre en place des actions d'autant plus fortes et vectrices de résultats qu'elles auront été initiées avec un véritable souci d'optimisation par les acteurs concernés (concertation, mutualisation des moyens, cohérence des plans, etc.). Avec pour conséquence un effet « boule de neige » sur le territoire qui permettra de répondre au fil conducteur. Lors de la consultation territoriale, nous avons noté la présence importante de TPE au sein du territoire qui ont du mal à se développer, certaines entreprises ont également des difficultés à trouver un repreneur.*

### 1 – Description des types d'opération

- soutien aux actions de formations, de mises en réseau permettant la mutualisation des objectifs et finalités recherchés, et l'optimisation de l'utilisation des ressources afférentes (par exemple : transmission et échange de compétences, remontée d'expériences, forums, petits déjeuners d'entreprises, salons...)
- soutien aux actions permettant d'impulser la création d'activités et leur développement au sein du territoire.
- Actions permettant de pérenniser et de favoriser le développement des TPE et des TPI en accroissant leur compétitivité (soutien aux labels...).
- Soutien à l'investissement dans les outils, les capacités de production et de commercialisation.
- Favoriser les actions permettant la reprise d'entreprises (par exemple : accès à des BDD recensant les espaces disponibles, les locaux vacants...)

### 2 – Bénéficiaires

Collectivités, entreprises, organisations professionnelles, associations...

### 3 – Dépenses éligibles

- actions de sensibilisation, frais de formation, petits équipements...
- investissement
- communication
- Dépenses inéligibles : aucune subvention à du fonctionnement traditionnel et/ou quotidien de structure ne sera éligible hors frais de formation...

## 4 – Critères de sélection des projets

Les projets privilégiés seront ceux qui :

- S'appuyant sur des institutions existantes œuvrant déjà sur le territoire.
- Prise en compte des initiatives similaires sur le territoire (cohérence et complémentarité des projets)
- Caractère durable et prouvé du programme par un business plan
- Solidité financière de l'entreprise
- 

## 5 – Indicateurs

Indicateurs de réalisation :

- Nombre d'actions programmées
- Nombre d'entreprises accompagnées

Indicateurs de résultat :

- Nombre de nouvelles activités créées ou maintenues
- Nombre d'emplois créés ou préservés

- **Objectif stratégique** : accompagner la relance d'une activité économique locale et créatrice d'emplois
- **Objectif opérationnel** : soutenir toute action permettant de promouvoir et renforcer les « pépites » du territoire (artisanat, producteurs, filières spécifiques...)

*Au cours de la consultation territoriale, il est apparu important de pouvoir encourager la propension à consommer localement pour favoriser l'économie de proximité. La consommation locale participe de la promotion du territoire et de l'amélioration de son image. Par ailleurs la mise en place de circuits courts de transformation, commercialisation ou distribution permet des gains de valeur ajoutée qui renchériront sur l'activité de l'entreprise et consolideront sa pérennité.*

## 1 – Description des types d'opération

- Opérations permettant d'encourager la propension à consommer localement pour favoriser l'économie de proximité et les circuits courts.
- Actions de mise en valeur des productions locales,
- Aide à l'émergence de nouvelles productions innovantes (évolution des entreprises existantes, installation de nouvelles (par exemple : textile intelligent, communication publicitaire circulaire et éthique, silver économie et adaptation aux contraintes liées à la gestion des grands seniors, exosquelettes...)
- Recyclage, développement filière à vocation d'insertion : bois, papier, carton, informatique...
- Mise en valeur de productions locales devenant identitaires
- Actions permettant de conserver la valeur ajoutée dans la transformation des matières premières (par exemple : colza avec saipol)
- Aide aux entreprises pour accéder à l'exportation

## 2 – Bénéficiaires

Collectivités, associations, entreprises, chambres consulaires ...

## 3 – Dépenses éligibles

- investissements (construction et aménagement d'espaces d'accueil, d'information, de sensibilisation et de vente des productions locales...) ...
- frais de communication et de promotion, signalétique, actions de sensibilisation (circuits courts)....
- évènementiels (marchés nocturnes, artisanal, producteurs locaux...)
- formation
- Dépenses inéligibles :
  - aucune subvention à du fonctionnement traditionnel et/ou quotidien de structure ne sera éligible
  - les travaux d'entretien, de remise en état et de rénovation des locaux et matériels existants
  - les travaux de VRD
  - les prestations intellectuelles
  - le simple renouvellement à l'identique
  - les mobiliers non spécifiques et consommables,

travaux préparatoires comme l'installation de chantiers, les démolitions préalables..., dépenses diverses liées à la passation de marchés (publicité, éditions....) révisions de prix liées aux marchés publics...

## 4 – Critères de sélection des projets

Les projets privilégiés seront ceux qui :

- Les projets de mutualisation entre professionnels du domaine seront privilégiés.
- Prendront en compte les initiatives similaires sur le territoire

## 5 – Indicateurs

Indicateurs de réalisation :

- Nombre de projets et démarches accompagnés
- Nombre de structures économiques accompagnées

Indicateurs de résultat :

- Nombre d'emplois créés ou sauvegardés
- Nombre de nouveaux circuits courts créés
- Augmentation du nombre de consommateurs en circuits courts



## Fiche action n°7: soutenir et développer une offre de mobilité adaptée à l'isolement des zones rurales

- **Objectif stratégique** : améliorer la qualité de vie et les services afin de rompre l'isolement et fixer les populations en milieu rural
- **Objectif opérationnel** : contribuer à favoriser les déplacements sur le territoire

*Le territoire souffre d'un manque d'image et d'attractivité car il est perçu comme enclavé et souffrant d'un manque d'accessibilité. Les services sont présents et de qualité, en revanche, le problème de mobilité est récurrent dans tous les domaines. En effet, que ce soit pour des déplacements dans les domaines de l'accessibilité aux soins, l'accès à la culture, le développement touristique, sans véhicule personnel, il est très difficile de se déplacer au sein de la vallée. Renforcer l'offre de mobilité des associations, des collectivités afin que les populations se rencontrent, échangent, créer du lien est un enjeu pour le territoire.*

### 1 – Description des types d'opération

- Achat de véhicules
- Signalétique
- Actions d'information et de promotion des nouvelles mobilités, transport alternatif

### 2 – Bénéficiaires

Collectivités, associations, organismes professionnels, entreprises ...

### 3 – Dépenses éligibles

- Aide à l'investissement et/ou participation à toute initiative permettant d'améliorer la mobilité des personnes sur le territoire.
- Investissement en petit équipement, véhicule, signalétique, parking, outils de communication et de promotion
- Dépenses de formation
- Dépenses inéligibles :
  - dépenses diverses liées au marché (publicité, éditions...) révisions de prix liées à la passation de marchés publics
  - aucune subvention à du fonctionnement traditionnel et/ou quotidien de structure ne sera éligible...

### 4 – Critères de sélection des projets

Les projets privilégiés seront ceux qui :

- seront innovants (en termes financier, organisationnel, stratégique, juridique...)
- Prendront en compte les initiatives similaires sur tout ou partie du territoire
- Seront en cohérence avec la stratégie de développement économique territoriale.
- Les moyens de locomotion choisis s'inscrivant dans le développement durable seront privilégiés.
- L'éco-comptabilité
- Une attention particulière sera portée sur l'accessibilité de tous publics (handicapés, personnes âgées...)

## 5– Indicateurs

### Indicateurs de réalisation :

- Nombre de projets soutenus
- Volume financier programmé
- Superficie du territoire concernée

### Indicateurs de résultat :

- Nombre de véhicules mis à disposition de la population
- Organisation spatiale des dessertes (couverture du territoire)
- % de population desservie

## FICHE ACTION N°8 : ENCOURAGER L'INCLUSION DES JEUNES DANS LES PROJETS SOLIDAIRES DU TERRITOIRE

- **Objectif stratégique** : améliorer la qualité de vie et les services afin de rompre l'isolement et fixer les populations notamment en milieu rural
- **Objectif opérationnel** : favoriser le lien social et lutter contre l'isolement

*La consultation territoriale a montré que les jeunes se sentent de plus en plus exclus des projets lancés pour eux sans eux. Les jeunes sont également, de plus en plus connectés aux réseaux sociaux qui créent du lien virtuel mais pas de lien social. Ces derniers sont ainsi de plus en plus éloignés de la société, et donc ne cherchent même pas à développer une culture commune. Afin que ces derniers deviennent, des ambassadeurs du territoire, nous souhaitons soutenir les projets émergents d'eux-mêmes qui pourraient permettre, par exemple, de valoriser le patrimoine, créer du lien intergénérationnel... L'accent sera également donné aux projets permettant de donner plus de moyens aux structures jeunes (ex : Mission Locale, CGAM, PIAJ...) du territoire. Pour que les jeunes se rencontrent et échangent, il est également important de soutenir le développement des équipements sportifs et de loisirs permettant de favoriser l'échange direct entre eux et avec les autres générations.*

### 1 – Description des types d'opération

- Soutien aux actions d'inclusion des jeunes et permettant la création d'un projet initié par eux sur tout ou partie du territoire (par exemple : valorisation du patrimoine culturel, projet intergénérationnel, projet d'animation culturelle...)
- Soutien aux infrastructures et équipements sportifs et de loisirs

### 2 – Bénéficiaires

Collectivités, associations, établissements scolaires, organismes de formation...

### 3 – Dépenses éligibles

- gros œuvre, second œuvre, équipements...
- frais de communication et de promotion, signalétique, actions de sensibilisation, frais de formation, d'animation ....
- Dépenses inéligibles :
  - fonctionnement traditionnel et/ou quotidien de structure
  - mise aux normes sanitaires ou pour accessibilité handicapés
  - les travaux de VRD,
  - les prestations intellectuelles,
  - les mobiliers non spécifiques et consommables,
  - les travaux préparatoires comme l'installation de chantiers, les démolitions préalables...,
  - les dépenses diverses liées à la passation de marchés (publicité, éditions....), les révisions de prix liées aux marchés publics...

## 4 – Critères de sélection des projets

Les projets privilégiés seront ceux qui :

- Les retombées de l'action devront concerner au moins l'échelle d'une intercommunalité.
- Favoriser les projets permettant le développement des activités sportives, culturelles ou de loisirs au sein du territoire.
- Les projets innovants (en termes financier, organisationnel, stratégique, juridique...)
- Prise en compte des initiatives similaires sur le territoire (cohérence et complémentarité des projets)

## 5 – Indicateurs

Indicateurs de réalisation :

- Nombre de projets réalisés
- 

Indicateurs de résultat :

- Nombre de nouvelles activités proposées en direction des jeunes
- Nombre d'acteurs impliqués
- Public ciblé par les actions
- Emplois créés

## FICHE ACTION N°9: SOUTENIR TOUTE ACTION PERMETTANT DE FAVORISER LE BIEN VIEILLIR ET LE MAINTIEN DES LIENS ENTRE LES GENERATIONS

- **Objectif stratégique** : améliorer la qualité de vie et les services afin de rompre l'isolement et fixer les populations
- **Objectif opérationnel** : favoriser le lien social et lutter contre l'isolement

*L'identité d'un territoire passe avant tout par la transmission d'expérience et de savoir entre générations. La tendance identifiée par le diagnostic territorial montre que le nombre de seniors tend à augmenter dans les années à venir, l'isolement social et géographique d'une grande partie de cette population empêche la construction des liens intergénérationnels qui autrefois se créaient spontanément au sein de la famille. C'est ainsi toute la mémoire du terroir qui ne peut être transmise (en partie celle des savoir faire traditionnels) et ne peut donc cimenter un sentiment d'identité déjà tenu. Le territoire se doit de mettre en place des projets permettant de rompre l'isolement, de favoriser le lien social et la transmission. Afin d'anticiper les besoins de demain, les groupes de travail ont souligné l'importance montrée qu'il est important de développer des actions en faveur du bien vieillir, génératrices par ailleurs d'activité économique et d'emploi (animations, activités innovantes et intergénérationnelles, accès aux nouvelles technologies...).*

*Bien évidemment, le bien vieillir passe également par un soutien aux investissements dans le domaine de la santé. En effet, le territoire souffre d'un manque de professionnels de santé, mais aussi d'infrastructures dans certains secteurs. Il est important de se doter d'atouts dans ce domaine afin de favoriser le vieillissement de la population dans les meilleures conditions possibles. Développer une identité de territoire passe forcément par un accès aux soins de qualité. Pour cela, il est nécessaire de faciliter l'installation de nouvelles équipes médicales.*

### 1 – Description des types d'opération

- Soutien aux opérations et actions permettant de rompre l'isolement social [par exemple : sensibilisation aux NTIC, organisation d'activités déconcentrées (par exemple : portage de repas, manifestations culturelles...), opérations favorisant les liens intergénérationnels et la transmission de savoir-faire...]
- Soutien aux opérations permettant l'implantation d'activités et de structures liées au domaine de la santé et du bien vieillir.
- Favoriser toute action innovante et exemplaire permettant le maintien à domicile des personnes âgées

### 2 – Bénéficiaires

Collectivités, entreprises, organismes de formation, associations...

### 3 – Dépenses éligibles

- équipements, investissements matériels...
- frais de communication et de promotion, actions de sensibilisation...
- formation, animation
- Dépenses inéligibles :  
fonctionnement traditionnel et/ou quotidien de structure  
les travaux de VRD,

les prestations intellectuelles,  
les mobiliers non spécifiques et consommables,  
les travaux préparatoires comme l'installation de chantiers, les démolitions préalables...,  
les dépenses diverses liées à la passation de marchés (publicité, éditions...), les révisions de prix  
liées aux marchés publics...

## 4 – Critères de sélection des projets

Les projets privilégiés seront ceux qui :

- Nombre de bénéficiaires des actions mises en œuvre
- Concernant les maisons de santé, seuls les investissements ayant l'aval de l'ARS seront retenus.
- Les projets innovants (en termes financier, organisationnel, stratégique, juridique...)
- Prise en compte des initiatives similaires sur le territoire (cohérence et complémentarité des projets)
- Les projets mettant en avant le lien intergénérationnel

## 5 – Indicateurs

Indicateurs de réalisation :

- Nombre d'actions menées
- Nombre de partenaires impliqués

Indicateurs de résultat :

- Evolution du nombre de professionnels de santé sur le territoire
- Nouveaux services proposés
- Nombre d'emplois créés
- Nombre de bénéficiaires des nouveaux services proposés

# ORGANISATION DU PAYS (PETR), PARTENARIAT, GOUVERNANCE, ET MISE EN OEUVRE

## 1. PARTICIPATION DES ACTEURS LOCAUX

Le Pays (PETR), depuis sa création, s'appuie sur le Conseil de Développement, organisé en commissions de travail thématiques (environnement, seniors, jeunesse, tourisme, culture, agriculture ...). Nous réunissons régulièrement ces commissions pour mettre en place des actions. Nous nous sommes appuyés en grande partie sur ces personnes, ressources au sein de ces commissions, pour réaliser le diagnostic partagé.

Nous avons travaillé avec de nombreux acteurs, mobilisés à chaque phase du projet de territoire : diagnostic, stratégie et programme d'actions.

- mobilisation d'un COTECH :Le COTECH, nous a permis de préparer, d'anticiper, et d'organiser les réunions des groupes de travail ainsi que les comités de pilotages. Ce COTECH est composé des deux chargées de mission du Pays.

--Groupes de travail : En nous basant sur les membres du conseil de développement puis sur les listings professionnels dont disposait le Pays ainsi que ceux proposés par les chambres consulaires, nous avons constitué des groupes de travail thématiques pour mettre en œuvre la phase de consultation lors du diagnostic territorial. Puis nous avons réunis les personnes qui souhaitent davantage s'impliquer pour la construction de la stratégie et la mise en place des fiches actions. En parallèle, nous avons réalisé de nombreux entretiens individuels. Ces entretiens nous ont permis à la fois de valider les problématiques soulevées mais également de mettre en perspective les dispositifs pressentis au regard des attentes des acteurs locaux.

Comité de pilotage: Nous avons créé un Comité de Pilotage spécifique. Celui-ci, au départ était composé de tous les membres du Bureau du Pays, soit 11 personnes du secteur public auquel nous avons intégré 7 personnes du secteur privé issus des groupes de travail réunis à l'occasion de la construction de la stratégie du Pays (PETR). L'adhésion de nouvelles Communautés de Communes en cours de mise en place du projet de territoire, nous a amené à modifier cette répartition afin d'avoir une répartition équilibrée territorialement. Afin d'être plus efficaces, nous avons ensuite réduit notre comité de pilotage et avons passé à 15 le nombre de représentants.

## 2. ELABORATION DU DIAGNOSTIC ET DE LA STRATEGIE

Afin d'élaborer le diagnostic, nous avons commencé par mobiliser les ressources documentaires existantes, comme évoqué précédemment. Ces ressources ont été la base de nos supports de communication pour animer les groupes de travail. En effet, nous avons choisi de présenter les premiers éléments que nous avons en notre possession, puis d'en discuter avec les personnes ressources du territoire afin d'avoir une base commune et partagé de réflexion. Nous avons choisi, afin

d'être le plus constructif possible, de réunir plusieurs groupes de travail thématiques pour élaborer le diagnostic.

- Commission « services à la personne » (12 participants)
- Commission « culture » (12 participants)
- Commission « sports et loisirs » (9 participants)
- Commission « enfance-jeunesse » (10 participants)
- Commission « agriculture » (5 participants)
- Commission « environnement-cadre de vie » (14 participants)
- Commission « développement économique » s'appuyant sur l'UPREN et la GTEC (8 participants)
- Commission « tourisme » s'appuyant sur l'Office de Tourisme du Nogentais et de la Vallée de la Seine (30 participants)

A la suite, de ces premières consultations territoriales, des entretiens téléphoniques et individuels ont également eu lieu. Afin de compléter et d'enrichir le contenu du diagnostic, nous avons rencontré différents acteurs qui n'ont pas pu participer aux différents ateliers. Nous avons mobilisé près de 180 personnes pour élaborer le diagnostic de territoire partagé par tous.

A la suite de ces réunions, nous avons adressé à l'ensemble des membres les supports de communication, afin que ces derniers puissent compléter, modifier les éléments présentés.

Un premier comité de pilotage s'est réuni pour valider, à l'unanimité, le diagnostic de territoire. Il a également défini une quinzaine d'enjeux découlant du diagnostic. A partir de ces enjeux, le COPIL a effectué un travail de synthèse afin d'en sélectionner 4 prioritaires. Il a également défini son fil conducteur.

La stratégie globale a été adressée à tous les membres des groupes de travail. Nous avons profité de l'Assemblée Générale du Pays pour présenter cette stratégie à tous les membres présents.

#### En bref :

- Des acteurs du secteur privé et public impliqués à chaque étape de la rédaction du projet de territoire.
- 4 groupes de travail formés
- 13 réunions avec les acteurs socioéconomiques du territoire pour mettre en œuvre le diagnostic, la stratégie et le programme d'actions.
- 5 COPIL avec les élus du Pays (PETR) permettant de valider chaque point d'étape.

### 3. Composition et organisation PETR

La transformation des statuts associatifs du Pays de Seine en Plaine Champenoise en Syndicat Mixte PETR, nous a amenés à rédiger un nouveau projet de territoire. Les sièges au sein du PETR sont répartis en fonction du poids démographique des EPCI avec au moins un siège par EPCI au sein du Comité syndical (aucun EPCI ne peut avoir plus de la moitié des sièges). Proposition de 2 délégués de 1 à 5000 hab. et par tranche de 5000 hab. commencée, soit, 26 représentants au total.

Le Pays était composé de 3 Communautés de Communes, mais avec la consultation territoriale, la sollicitation faite auprès des communes, ont provoqué une dynamique territoriale permettant ainsi



l'adhésion des Communautés de Communes de Sein Fontaine Beauregard et Plancy-l'Abbaye qui ont fusionné toutes deux au 1<sup>er</sup> janvier 2017. Le pays (PETR) couvre ainsi maintenant la totalité de l'arrondissement de Nogent-sur-Seine.

- 1 Comité syndical avec avis décisionnaire réunissant toutes les Communautés de Communes adhérentes au PETR et au syndicat, par Le fait.

- 1 Conférence des Maires (chaque commune qui compose les EPCI est représentée) = avis consultatif, se réunit au moins une fois/an.

- 1 Conseil de développement (groupes de travail thématiques, représentants des acteurs économiques, sociaux, culturels, éducatifs...) = avis consultatif. Ce dernier est basé sur les membres de l'ancien conseil de développement du Pays avec intégration des nouvelles Communautés de Communes et personnes ressources ayant participé à l'élaboration de notre candidature.

# **ANNEXE**

**(AFOM ET ENJEUX THEMATIQUES)**

