



### **OSONS LE PAYS DE LANGRES**

INNOVONS POUR UN TERRITOIRE DURABLE ET SUSCITONS L'ENVIE

#### PROJET DE TERRITOIRE

2014-2024 DU PAYS DE LANGRES

Stratégie et Plan d'Action

### Sommaire

Vision du territoire ...2024

Les ambitions d'ici à 2024

La stratégie : Osons le pays de Langres Innovons pour un territoire durable et suscitons l'envie Osons nos atouts locaux
Plans d'actions 6

Mi<mark>s</mark>ons sur l'équilibre et la proximité de nos pôles de vie

Plans d'actions 22

Ouvrons le pays de Langres vers l'extérieur

35 Plans d'actions

Favorisons la coopération entre les communautés de communes

44 Plans d'actions



### ... suite du diagnostic

### Vision du territoire ... d'ici à 2024

#### Qu'est-ce que l'on souhaite que le territoire devienne d'ici à 2024 ?

Le territoire est organisé en Pôle d'équilibre territorial et rural (PETR), soit une structure fédérative des six Communautés de communes du pays de Langres (Auberive-Vingeanne-Montsaugeonnais / Pays de Chalindrey / Grand Langres / Bassigny / Vannier - Amance / Région de Bourbonne-les-Bains).

Le PETR a pour rôle l'animation du Projet de territoire, vecteur d'une vision collective du territoire.

Le pays de Langres est un territoire accueillant, valorisé et attractif auprès des actifs, des touristes de passage et de court séjour, des résidents secondaires.

Le pays de Langres, en valorisant ses atouts, crée de la richesse (emplois, compétences, etc.).

Il capte de nouveaux revenus (touristes, retraités, résidents secondaires, navetteurs).

Son environnement de qualité est conforté par la création des deux parcs : national à l'ouest et régional à l'est.

Le territoire est organisé en Pôles de vie avec un objectif de rationalisation communale. Dans cette organisation, la Ville de Langres est la locomotive du territoire.

#### Quel est le ciment fédérateur des six communautés de communes ?

Le patrimoine lié à l'eau, ressource protégée :

- ✓ Eau, porteur de bien-être,
- ✓ Eau potable et assainissement des eaux usées,
- ✓ Réglementation sur l'utilisation des produits phytosanitaires,
- ✓ Resource en eau et patrimoine bâti, naturel et paysager lié à l'eau (lacs, rivières, fleuve (Meuse), sources, canal, thermes, lavoirs...),
- ✓ Lien avec l'Encyclopédie de Diderot.

Priorisation: valorisation du patrimoine ayant un impact économique (tourisme, résidentiel).

#### Quels sont les résultats attendus ?

Le pays de Langres connaitra une augmentation de sa population et du nombre d'actifs occupés.

Le pays de Langres sera un territoire accueillant, ouvert sur le monde, connu et reconnu par ses habitants. Les habitants en seront fiers.

Le pays de Langres sera exemplaire, reconnu en tant que territoire de projets.

### Les valeurs qui se dessinent pour y parvenir

Faire lien : favoriser le lien social local, toutes formes de coopération visant une meilleure interconnaissance des acteurs, la solidarité territoriale.

OSEZ : oser l'expérimentation, l'innovation, la créativité, la proximité ; avoir une vision moderniste et renouvelée et pas sur la défensive ou la nostalgie.

Y croire : avoir de l'ambition, avoir confiance en son territoire, croire aux potentialités de ce territoire.



### Les ambitions d'ici à 2024

Travailler une stratégie, c'est l'occasion de mettre l'accent sur quelques objectifs forts et de concentrer les efforts sur ces objectifs prioritaires, afin de ne pas disperser l'action du territoire et d'en réduire l'efficacité. C'est aussi à cette condition que les effets seront plus fortement visibles.

L'ambition portée par les élus du territoire s'articule autour de trois volontés d'ici à 2024 :

#### LE PAYS DE LANGRES, TERRITOIRE D'ACCUEIL

Le pays de Langres souhaite être un territoire accueillant, valorisé, de qualité environnementale et attractif auprès des actifs, des touristes de passage et de court séjour, des résidents secondaires d'ici à 2024.

#### LE PAYS DE LANGRES, TERRITOIRE ÉCONOMIQUE

Le pays de Langres veut créer de la richesse grâce à ses atouts (emplois, compétences, etc.) et grâce à la captation de nouveaux revenus (touristes, retraités, résidents secondaires, navetteurs) d'ici à 2024.

#### LE PAYS DE LANGRES, TERRITOIRE DE SER-

Le pays de Langres veut être organisé en Pôles de vie avec un objectif de rationalisation territoriale. Dans cette organisation, la Ville de Langres sera la ville identitaire du territoire.

Pour y parvenir, il s'agit de faire du pays de Langres, un territoire qui auto-génère de la richesse localement. La ligne politique choisie est donc axée sur **la valorisation économique des atouts locaux, créatrice de valeur ajoutée et d'emplois dans une logique de développement durable.** Il s'agit donc de prendre en compte simultanément l'équité sociale, l'efficacité économique et la qualité environnementale. La stratégie profite aux habitants du territoire et permet d'attirer de nouvelles populations cibles : les actifs et les touristes.

La stratégie 2014-2024 est organisée autour de : une ambition, 4 orientations, 10 objectifs généraux, 22 plans d'actions.

L'ambition choisie est

## OSONS LE PAYS DE LANGRES

Innovons pour un territoire durable et suscitons l'envie



### OSONS LE PAYS DE LANGRES

Innovons pour un territoire durable et suscitons l'envie

La stratégie 2014-2024 est organisée autour de quatre orientations, déclinées

en 10 objectifs généraux et 22 plans d'actions :



Osons nos atouts locaux

Misons sur l'équilibre et la proximité de nos pôles de vie





3. Ouvrons le pays de Langres vers l'extérieur

Favorisons la coopération entre les Communautés de communes





# 1. Osons nos atouts locaux

C'est-à-dire: miser sur nos richesses locales: les ressources patrimoniales, les ressources humaines et les ressources locales.

# Nos ressources patrimoniales : un support d'activités d'économie touristique

Il s'agit de faire de nos ressources patrimoniales (les patrimoines au sens large), un support d'activités d'économie touristique. Il s'agit de renforcer le pays de Langres comme un territoire d'étape par excellence intégrant des valeurs de qualité et de bienêtre ; le territoire attire une clientèle de passage qui dépense en local. Pour ce faire, les objectifs sont à la fois de mettre en valeur et promouvoir l'offre touristique (hébergement, etc.), d'impulser une dynamique culturelle dans un objectif d'animation du patrimoine et de mettre en valeur un habitat typique des centres-bourgs et villages et les paysages. La construction d'une offre patrimoniale génératrice de séjours se fait jour progressivement.

# Nos ressources locales et spécifiques : un levier de développement d'activités

Les richesses locales, levier de développement économique, sont les ressources spécifiques caractérisant l'identité même du territoire, qu'il convient de valoriser (création de valeur ajoutée), d'activer pour générer des biens et des services. Le bassin d'emploi (échelle pays), et chaque bassin de vie (échelle communauté communes) dispose de ressources traditionnelles, spécifiques et caractéristiques : savoir-faire industriel, agricole, artisanal... (sous-traitance, métiers d'art), alimentation – agriculture, ressources environnementales (énergie, paysages, patrimoine bâti, eau), déchets, etc.

#### Nos ressources humaines : un vecteur de solidarité économique

La richesse « humaine » est caractérisée à la fois par nos chefs d'entreprises, nos entrepreneurs et nos actifs. Au regard de nos 95% de TPE-petites PME du tissu économique local, il s'agit, dans une logique de solidarité économique, de faire travailler les entreprises ensemble et de renforcer les relations entre ces entreprises ainsi que les élus et les acteurs de l'emploi, de la formation et de l'économie. C'est la condition nécessaire pour soutenir l'entreprise : au stade de la création, de son développement et de sa transmission/reprise.

Travailler sur l'adéquation entre offre et demande d'emplois est aussi un défi important pour le pays de Langres, nécessitant, à la fois, d'amener les entreprises locales à anticiper leurs besoins en emploi et donc à bâtir une stratégie d'entreprise et, d'amener les actifs à monter en compétences (savoir-faire / savoir-être).

Par ailleurs, il s'agit d'adapter l'entreprise aux attentes des consommateurs et ainsi de dimensionner la qualité et la cohérence de l'offre commerciale.



### Osons nos atouts locaux







Afin de miser sur les ressources locales, deux objectifs généraux ont été fixés :

N°1 : Renforcer l'activité touristique,

N°2 : Favoriser le développement économique.

#### Objectif général N°1: Renforcer l'activité touristique

- => Faire du pays de Langres un territoire d'étape par excellence.
- => Proposer une offre patrimoniale et de bien-être génératrice de séjours.



#### Plans d'actions pour renforcer l'activité touristique

- 1. Mettre en œuvre le schéma de développement touristique à l'échelle des six communautés de communes
- 2. Obtenir et mettre en œuvre le Label Pays d'Art et Histoire
- Mettre en place un programme d'animations culturelles autour de thèmes fédérateurs pour les 6 communautés de communes



Orientation n°1: Osons nos atouts locaux

Objectif général n°1 : Renforcer l'activité touristique

### Fiche plan d'actions n°1

## Mettre en œuvre le schéma de développement touristique à l'échelle des 6 communautés de communes

Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	DIAGNOSTIC	= Diffusion d'une culture de l'accueil en local à poursuivre et freins à l'ouverture aux autres = Représentation négative du territoire et mauvaise (re)connaissance des atouts (économiques, environnementaux, sociaux) du territoire = Développement d'une marque Pays de Langres : Territoire d'accueil - "Made in Pays de Langres" + faiblesse signalétique = Multiplicité de lieux patrimoniaux valorisés mais manque de qualification des sites et de structuration = Amélioration d'une offre en produits alimentaires locaux (multiferm, la ruche qui dit oui) mais manque de visibilité pour tendre vers un développement vers les publics résidentiels (résidences secondaires, touristes, retraités, navetteurs) = Production touristique en panne hors Langres et Bourbonne
	ENJEUX À TRAITER	<ul> <li>Développement d'une activité touristique identitaire Ce qui est en jeu : création et émergence d'une offre patrimoniale structurée et génératrice de séjours</li> <li>Acceptation et renforcement du positionnement historique d'étape touristique du pays de Langres Ce qui est en jeu : le Pays de Langres comme un lieu d'étape incontournable et d'excellence</li> <li>Posture de développement pour la mise en place d'une offre touristique qui s'appuie sur les points forts des communes Ce qui est en jeu : passage d'une culture touristique de l'aménagement à une culture du développement et de la mise en réseau</li> </ul>
Description du plan d'actions		1. Faire du pays de Langres un territoire d'étape par excellence  Accompagner la qualification des hébergements et adapter l'accueil au séjour d'étape  Proposer un planning de disponibilité des hébergements  Conduire un schéma de signalisation routière du territoire des Lacs et du Pays de Langres  Conduire un schéma de stationnement et de jalonnement du territoire des Lacs et du Pays de Langres  Améliorer l'accueil et la liaison gare / centre-ville / sites de proximité  Faire sortir et faire consommer les touristes de passage à partir de 17h (développer l'animation après 18h, mettre en lumière et signaler les sites, mettre en place une signalétique et un jalonnement cohérents)  Développer les démarches d'animation de Langres après 18h (ouvertures nocturnes)  Créer des prestations sur des formats courts pour l'étape  Finaliser la mise en place d'équipements d'accueil sur les lacs (suite schéma précédent)  Adapter les outils d'information et de promotion existant au positionnement étape  Mettre en place une démarche de gestion de la relation des clients en étape  Mieux accueillir les campings-caristes
		2. Proposer à l'échelle du pays de Langres une offre patrimoniale génératrice de séjours  Mettre en place le plan d'interprétation global du patrimoine  Conduire une signalétique d'interprétation Développer et commercialiser des séjours sur la découverte du patrimoine Faire connaître et informer sur le positionnement du territoire  Renforcer le tourisme de bien-être sur le secteur de la région de Bourbonne-les-Bains (station thermale)  Développer le tourisme végétal Affirmer Vannier-Amance comme un territoire végétal en valorisant les sites naturels majeurs (l'osier, les plantes, les jardins, la forêt) Valoriser la vannerie par les savoir-faire et l'évènementiel Organiser la « route de l'osier » (orienter les touristes dans les oseraies et chez les artisans) en lien avec les jardins

Description du plan d'actions		3. Développer le tourisme de savoir-faire et valoriser les produits locaux auprès des touristes Promouvoir la marque territoriale "made in pays de Langres" Faire connaître les adhérents de la marque territoriale aux acteurs touristiques Faire travailler ensemble les acteurs touristiques et les artisans pour conjuguer tourisme et savoir-faire Promouvoir la cuisine locale et ses produits locaux (organisation de foire artisanale, agricole) Développer un concept de restauration éphémère (food truck produits locaux) Faciliter l'accès aux produits locaux (boutique de produits du terroir, espace dédié dans les commerces, marchés des producteurs, panier d'accueil, Bistrot de Pays)
Publics visés		Touristes, Habitants, Prestataires touristiques
Maitres d'ouvrages potentiels		PETR, Offices de tourisme, EPIC, Gestionnaires de sites touristiques, Communes, Communautés de communes, Acteurs du tourisme
Partenaires		Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental, GIP Haute-Marne, Comité Régional du Tourisme, Maison Départementale du Tourisme
Dispositifs d'évaluation	RÉSULTATS ATTENDUS	Economie du tourisme renforcée Structuration de l'offre touristique patrimoniale du pays de Langres Amélioration et cohérence de la communication territoriale Meilleure visibilité et image positive du pays de Langres
u evaluation	INDICATEURS DE RÉSULTATS	Nombre et types d'actions conduites issues du Schéma de développement touristique et du plan d'interprétation du patrimoine

Orientation n°1: Osons nos atouts locaux

Objectif général n°1 : Renforcer l'activité touristique

### Fiche plan d'actions n°2

### Obtenir et mettre en œuvre le label Pays d'Art et Histoire

Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	DIAGNOSTIC	Dégradation progressive de l'identité paysagère / Patrimoine bâti des villages mais dégradation des cœurs de village et entrées de villes  Pays marqué par la présence de l'eau  Multiplicité de lieux patrimoniaux remarquables valorisés mais manque de qualification des sites et de structuration et de professionnalisation  Représentation négative du territoire et mauvaise (re)connaissance des atouts (économiques, environnementaux, sociaux) du territoire
	Enjeux à traiter	<ul> <li>Faire du patrimoine, un atout de développement touristique local Ce qui est en jeu, c'est la poursuite et la fédération des initiatives menées par des acteurs pluridisciplinaires dans un objectif d'économie touristique</li> <li>Pérennisation des acteurs culturels au risque de perdre un atout majeur pour le territoire : force du tissu culturel local dense Ce qui est en jeu, c'est d'encourager la coopération entre acteurs culturels d'une part, et entre acteurs culturels et communautés de communes d'autre part</li> </ul>
	d'histoire doit contri-	Intégrer dans la démarche tous les éléments qui contribuent à l'identité d'un pays riche de son passé et fort de son dynamisme : patri- moine bâti, naturel, industriel, ainsi que la mémoire des habitants
Description du plan d'actions	rer des séjours touristiques,  • faire prendre conscience aux habitants	Mettre en place un équipement de proximité qui soit un point d'accueil des visiteurs, de rencontre pour les habitants et un support péda- gogique et ludique pour les jeunes, un lieu de ressources et de débat pour la population, propre à la présentation de l'histoire mais aussi à celle des projets d'aménagement contemporains
	de valorisation du patrimoine sur plu- sieurs années.	<ul> <li>4. Sensibiliser les publics à l'architecture, au patrimoine et au paysage Organiser des classes « patrimoine » ou des projets sur différents thèmes (archéologie), organiser des animations dans le cadre des Nouvelles Activités Périscolaires (NAP) Sensibiliser les personnels des services d'urbanisme, d'accueil des offices de tourisme et des mairies, hôteliers et restaurateurs, propriétaires de gîtes, taxis Mettre en place des actions spécifiques pour la population pour créer un sentiment d'appartenance à une communauté, pour l'inciter à préserver le patrimoine et à mieux comprendre les enjeux du développement urbain et paysager</li> <li>5. Valoriser la dimension patrimoniale des paysages par ses spécificités et ses identités en lien avec les thèmes retenus par le label Promouvoir les paysages et ses éléments par les labels</li> </ul>
		Eduquer à l'environnement (classe verte, NAP, journées nature) Valoriser les prairies, les vergers, les espaces de transition, les cours d'eau, les rivières

Publics visés		Touristes, Habitants, Scolaires
Maitres d'ouvrages potentiels		PETR, Ville de Langres (Service patrimoine), Offices de tourisme, EPIC, Communautés de communes, Communes, Acteurs du tourisme et de la culture
Partenaires		Europe, Etat (Direction des Affaires Culturelles Champagne-Ardenne, Inspection académique), Conseil Régional, Conseil Départemental, Acteurs du tourisme et de la culture, Association Nationale des Villes et Pays d'Art et Histoire
Dispositifs	RÉSULTATS ATTENDUS	Mise en place d'une politique culturelle et de valorisation du patrimoine à l'échelle du territoire par l'obtention du label Pays d'art et d'histoire à l'échelle des six Communautés de communes du pays de Langres Reconnaissance nationale pour le territoire du pays de Langres Dynamique d'acteurs liant tourisme et culture, initiatrice d'actions d'intérêts intercommunautaires
d'évaluation	INDICATEURS DE RÉSULTATS	Obtention du label Pays d'art et d'histoire et durée Mise en place d'un service d'animation de l'architecture et du patrimoine en lien avec la Ville de Langres, voire d'un Centre d'interpréta- tion de l'architecture et du patrimoine (CIAP) Nombre et type d'animations pédagogiques organisées Types d'actions culturelles d'intérêt intercommunautaires conduites

Orientation n°1: Osons nos atouts locaux

Objectif général n°1 : Renforcer l'activité touristique

### Fiche plan d'actions n°3

# Mettre en place un programme d'animations culturelles autour de thèmes fédérateurs pour les 6 communautés de communes

Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	DIAGNOSTIC	<ul> <li>Difficulté de pérennisation des activités culturelles, sportives et associatives (essoufflement du bénévolat - budgets) alors que la vie culturelle, sportive et associative est forte</li> <li>Diversité de la création locale sur le territoire mais difficulté pour les acteurs locaux de travailler sur le pays</li> </ul>
	ENJEUX À TRAITER	Pérennisation des acteurs culturels au risque de perdre un atout majeur pour le territoire : force du tissu culturel local dense Ce qui est en jeu, c'est d'encourager la coopération entre acteurs culturels d'une part, et entre acteurs culturels et communes d'autre part Ce qui est en jeu, c'est le soutien à la création et à la diffusion dans le but d'en faire un secteur économique à part entière
Description du plan d'actions	Afin de valoriser son offre patrimoniale, le territoire souhaite s'appuyer sur le réseau d'acteurs culturels pour valoriser des sites au travers de disciplines artistiques (la danse, le théâtre, la musique, le cinéma, les arts plastiques).	1. Encourager les communautés de communes à travailler ensemble autour de thèmes fédérateurs Mettre en place une Fête itinérante des associations Identifier et choisir les lieux patrimoniaux à valoriser / lieux en lien avec le plan d'interprétation du patrimoine (plan d'action n°1) Initier et harmoniser une saison culturelle estivale autour de la valorisation du patrimoine
		2. Mettre en réseau les lieux et les événements générateurs d'attractivités et de notoriété Coordonner les actuelles et futures initiatives Mettre en place une campagne de communication évènementielle à destination touristique Créer des spectacles itinérants Initier des évènements populaires et fédérateurs mêlant patrimoine et art (festival de musique, festival de BD, évènements autour des arts de la rue et du patrimoine, street art, land art) tout en travaillant à la pérennité des projets
		3. Faire s'intéresser les publics au patrimoine local  Développer une approche pédagogique originale en fonction des publics (scolaires, entreprises)  Nommer des Ambassadeurs du territoire (exemple des greeters)  Adapter l'animation au public au regard de 4 critères : prix, pédagogie, accueil, langue
Publics visés		Touristes, Habitants, Bénévoles
Maitres d'ouvrages potentiels		PETR, Communautés de communes, Communes, Acteurs culturels
Partenaires		Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental, Arts vivants 52, Agences de développement culturel, Acteurs culturels, du patrimoine et touristiques
Dispositifs d'évaluation	RÉSULTATS ATTENDUS	Mise en place d'une programmation culturelle autour du patrimoine en initiant de nouveaux projets culturels et artistiques Coopération des acteurs culturels entre eux et avec autres acteurs (tourisme, patrimoine et Communautés de communes) Pérennisation des associations culturelles, de leurs projets et des emplois
	Indicateurs de Résultats	Choix des thèmes fédérateurs entre Communautés de communes Actions culturelles d'intérêt intercommunautaires et montant des subventions allouées Nombre d'animations pédagogiques organisées Nombre d'entrées dans les lieux patrimoniaux ouverts au public / lieux en liaison avec le plan d'interprétation (plan d'action n°1)

### Osons nos atouts locaux







Afin de miser sur les ressources locales, deux objectifs généraux ont été fixés :

N°1: Renforcer l'activité touristique,

N°2 : Favoriser le développement économique.

# Objectif général N°2 : Favoriser le développement économique

- => Renforcer l'ingénierie de projet dans le champ économique.
- => Renforcer l'accompagnement en ressources humaines.
- => Renforcer les relations entre les acteurs du territoire.



## Plans d'actions pour favoriser le développement économique

- 4. Faire travailler les entreprises ensemble et créer le lien avec les élus et le territoire
- 5. Travailler à l'émergence de projets d'activités économiques (prospection, reprise d'entreprises ...
- 6. Développer des activités à partir des ressources locales
- 7. Soutenir le développement de l'artisanat et du commerce (Opération de Restructuration de l'Artisanat et du Commerce, Appel à Manifestation d'Intérêt centre bourg ...)



Orientation n°1: Osons nos atouts locaux

Objectif général n°2 : Favoriser le développement économique

### Fiche plan d'actions n°4

# Faire travailler les entreprises ensemble et créer le lien avec les élus et le territoire

	DIAGNOSTIC	= Fragilité de développement des TPE et petites PME  → Manque d'anticipation des activités, isolement, insuffisance de relations avec les acteurs locaux, difficulté de transmission d'entreprises  = Faible développement en compétences des actifs  → Insuffisance de compétences en management des chefs d'entreprises, inadéquation entre qualification des actifs de niveau V et les emplois disponibles, manque de qualification des actifs de niveau I à IV sur le territoire, difficulté d'insertion des actifs de niveau infra V
Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	Enjeux à traiter	<ul> <li>Fragilité de développement des entreprises locales         Risque d'essoufflement ou de disparition et d'affaiblissement du tissu économique local et ainsi de perte d'attractivité pour l'accueil d'entreprises exogènes</li> <li>Montée en compétences en management des chefs d'entreprise et meilleure attractivité des actifs de niveau I à IV sur des compétences spécifiques         Ce qui est en jeu, c'est la capacité du territoire à se concentrer sur la reconversion de l'entreprise, sur l'émergence, la création de nouvelles activités, issues de projets dormants et/ou de potentialités locales, etc.</li> <li>Accroissement des relations entre les entreprises et les acteurs de l'emploi et de la formation         Ce qui est en jeu : c'est la lisibilité des dispositifs pour faciliter toutes démarches RH (recrutement, mise en place de formations, etc.)</li> <li>Résolution des problèmes d'isolement des entreprises à l'intérieur du bassin d'emploi         Ce qui est en jeu, c'est l'alliance stratégique pour atteindre la taille critique et les compétences nécessaires pour gagner de nouveaux marchés</li> <li>Montée en qualification des actifs de niveau V (industrie – bâtiment – services à la personne) pour répondre aux problèmes de recrutement des entreprises dans différents métiers</li> <li>Ce qui est en jeu, c'est l'accompagnement du public grâce à la formation</li> <li>Amélioration de l'insertion professionnelle des publics en difficulté de niveau infra V au risque qu'une partie de la population reste exclue de manière durable</li> </ul>
Description du plan d'actions		1. Renforcer l'accompagnement des TPE en matière RH via un service RH territorialisé  Mener des actions de sensibilisation et d'accompagnement auprès des entreprises (dirigeants et salariés) en matière de recrutement et de formation, de gestion de compétences  Accompagner les entreprises dans l'élaboration et le suivi de leur plan de formation  Accompagner les entreprises dans leurs démarches de recrutement (salariés, stagiaires, alternants) et promouvoir le territoire, ses entre- prises auprès des universités/grandes écoles  Accompagner l'insertion professionnelle des conjoints des nouveaux actifs  Développer la mobilité inter-entreprises en structurant au préalable les filières sectorielles (transport, mécanique, CHR)  Développer la mise en place de sessions de formation sur le territoire (courtes, qualifiantes, certifiantes et diplômantes) notamment des formations en alternance de niveau III et IV pour conserver les étudiants sur le territoire - mixer les publics (salariés, emplois d'avenir, demandeurs d'emploi)  2. Susciter des pratiques partagées entre employeurs et acteurs de l'emploi, de l'économie et de la formation pour une meilleure insertion professionnelle  Créer un comité multi-acteurs « métier et compétences » ou un observatoire territoriale de l'emploi et de la formation » (recensement des besoins en formation qualifiant, métiers en tension, actions communes)  Créer un support numérique recensant les offres (emploi, formation), permettant de créer le réseautage

Description du plan d'actions		3. Favoriser la responsabilité sociétale des acteurs  Coacher individuellement des porteurs de projets pour réveiller des projets dormants (dispositif Alizé) Mener une démarche de sensibilisation des élus aux problématiques des entreprises Accompagner les élus locaux dans la recherche d'actions simples et efficaces envers les entreprises Mener des initiatives de sensibilisation à « l'écologie d'entreprise » Conduire des démarches œuvrant pour le développement d'actions favorisant le partage, le réseau, le mécénat et inhérentes au concept de coopétition Créer des temps d'échanges entre Structures d'Insertion par l'Activité Economique et entreprises (SIAE) Mettre en place un comité d'entreprises territorialisé
Publics visés		Toutes structures employeuses (TPE, PME, Grandes entreprises, etc.) : Dirigeants, cadres, salariés qualifiés, salariés peu ou pas qualifiés ; Demandeurs d'emploi ; Etudiants ; Elus
Maitres d'ouvrages potentiels		PETR, Réseaux d'entreprises (Actisud 52), Acteurs de l'emploi, de l'économie et de la formation
Partenaires		Europe, Etat (DIRECCTE), Conseil Régional, Conseil Départemental, OPCA, Astrees, Mairie Conseils, Acteurs de l'emploi, de l'économie et de la formation : Pôle Emploi, Mission Locale, SIAE, Chambres Consulaires, Organismes de formation, Groupements d'employeurs, Espace Métiers, CIO, Ecoles et universités à proximité
Dispositifs d'évaluation	RÉSULTATS ATTENDUS	Mise en place de démarche collective pour et avec les entreprises : service RH territorialisé, actions de coopérations entre employeurs et acteurs de l'emploi, de l'économie et de la formation, actions portées par les entreprises
	INDICATEURS DE RÉSULTATS	Nombre et types d'actions conduites favorisant l'accompagnement des TPE en matière RH, une meilleure interconnaissance entre entre- prises et acteurs locaux, la responsabilité sociétale des acteurs

Orientation n°1: Osons nos atouts locaux

Objectif général n°2 : Favoriser le développement économique

### Fiche plan d'actions n°5

### Travailler à l'émergence de projets d'activités économiques

Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	DIAGNOSTIC	= Fragilité de développement des TPE et petites PME → Manque d'anticipation des activités, isolement, insuffisance de relations avec les acteurs locaux, difficulté de transmission d'entre- prises = Méconnaissance d'une offre en foncier et immobilier à l'instant T = Bilan mitigé d'une politique de développement exogène (Parcs d'activités de référence) = Potentiel d'accueil des entreprises amélioré grâce à une offre en foncier (viabilisé) et en immobilier d'entreprise haut de gamme
	Enjeux à traiter	<ul> <li>Fragilité de développement des entreprises locales         Risque d'essoufflement ou de disparition et d'affaiblissement du tissu économique local et ainsi de perte d'attractivité pour l'accueil d'entreprises exogènes</li> <li>Accompagnement du porteur de projet à toutes les étapes de la vie de l'entreprise (envie, idée, projet, création, développement) dans le but de développer une culture partagée de l'entreprenariat et de pérenniser les activités économique         Ce qui est en jeu : remettre à plat le parcours du créateur dans un contexte où les missions des acteurs économiques évoluent</li> <li>Meilleure connaissance, communication, qualification et répartition géographique des offres d'accueil (zones d'activités, locaux disponibles, immobiliers d'entreprises à créer, etc.)</li> <li>Risque de ne pas répondre efficacement à la demande</li> <li>Passage d'une culture de l'aménagement économique à une culture de l'engagement économique (prise de risque, ne plus être dans une position attentiste, promotion de formes entreprenariales innovantes)</li> <li>Renforcement de l'entreprenariat et du développement économique dépend des capacités novatrices locales (être pionnier, anticiper les mutations économiques, etc.)</li> <li>Ce qui est en jeu, c'est le développement de moyens qui favorisent l'innovation</li> </ul>
Description du plan d'actions		1. Créer un environnement favorable à l'émergence d'activités Proposer de nouveaux outils d'accompagnement à l'émergence de projets, à l'entreprenariat (incubateur, couveuse, pépinière, formations, etc.) Promouvoir d'autres façons d'entreprendre (société coopérative, etc.) Orienter les porteurs de projets/entreprises à diversifier les sources de financement Favoriser l'engagement économique des collectivités locales (meilleure prise de risque) Faire connaître l'immobilier d'entreprise et le foncier disponible et l'adapter aux demandes des entreprises Créer des espaces de travail mutualisés Disposer d'une ingénierie de projet spécifique en fonction des ressources à valoriser (expert dans le domaine) Conduite d'une stratégie économique en matière d'aménagement des zones d'activités et de leur commercialisation  2. Créer un environnement favorable au maintien d'activités S'appuyer sur le réseau d'entreprises local pour prospecter des entreprises pouvant être complémentaires à celles présentes Mener une démarche proactive de repérage des futures cessions d'entreprise S'appuyer sur les meilleurs ouvriers-artisans (sachants) pour former des apprentis, etc. Faire reconnaître la spécificité industrielle du territoire (prothèse, aviation, mécanique de précision, métallurgie, plasturgie - équipement automobile)  3. Travailler avec les chefs d'entreprises sur leur stratégie d'entreprise et leurs projets d'activités Mener des analyses systémiques afin de faire prendre conscience des problématiques de l'entreprise Organiser des groupes de résolution de problèmes stratégiques, managériaux et opérationnels Accompagner individuellement des dirigeants dans l'élaboration de leur stratégie et la mise en place d'un plan d'action Créer une plateforme de financement participatif territorialisé pour permettre le développement des projets

Description du plan d'actions		4. Favoriser l'accueil d'étudiants sur le territoire pour faire émerger des projets d'activités  Créer le lien entre le territoire et les Ecoles (UTT, Universités) (Communiquer sur l'offre d'accueil et sur la richesse du territoire, ses entreprises auprès des chargés d'insertion professionnelle ou chargés de relations entreprises, via des ambassadeurs participant à des salons/ forums/ événements organisés par ces écoles)  Renforcer la lisibilité des porteurs de projet en recherche de compétences auprès des universités, écoles et étudiants  Garder le lien avec les lycéens quittant le territoire pour leurs études supérieures  Maintenir et renforcer l'offre de logements meublés sur le territoire  Développer des actions permettant aux étudiants de se retrouver et d'avoir une vie extraprofessionnelle riche et épanouie  Favoriser l'accès aux associations locales pour ce type de contrats particuliers (en alternance sur le territoire ou sur une période inférieure à un an)
Publics visés		Entreprises, Actifs
Maitres d'ouvrages potentiels		PETR, Communautés de communes, Réseaux d'entreprises (Actisud 52), Chambres consulaires, Acteurs de l'emploi, de l'économie et de la formation
Partenaires		Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental, GIP Haute-Marne, Universités et Ecoles environnantes
Dispositifs d'évaluation	RÉSULTATS ATTENDUS	Mise en place de démarche collective d'émergence de projets d'activités économiques
	INDICATEURS DE RÉSULTATS	Nombre et types d'actions conduites favorisant un environnement favorable à l'émergence d'activités et au maintien d'activités, la montée en compétence des chefs d'entreprises en matière de stratégie, l'accueil d'étudiants sur le territoire

Orientation n°1: Osons nos atouts locaux

Objectif général n°2 : Favoriser le développement économique

# Fiche plan d'actions n°6 Développer des activités à partir des ressources locales

Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	DIAGNOSTIC	= Représentation négative du territoire et mauvaise (re)connaissance de ses atouts (économiques, environnementaux, sociaux) du territoire  = Des ressources identifaires identifiées par communautés de communes (savoir-faire, matières premières, ressources environnementales)
	Enjeux à traiter	<ul> <li>Valorisation des ressources locales (produits et compétences) comme atouts de développement économique</li> <li>Ce qui est en jeu : émergence d'activités identitaires, originales, non délocalisables</li> <li>Mise en adéquation des besoins de consommation des publics cibles de l'économie résidentielle (touristes, résidents secondaires, retraités, navetteurs, jeunes) avec l'offre locale dans le but de soutenir les activités économiques</li> <li>Ce qui est en jeu : prendre en compte la clientèle locale résidente ou non</li> </ul>
Description du plan d'actions		1. Développer un pôle démantèlement-recyclage Appuyer l'activité existante de démantèlement recyclage à Chalindrey et l'inclure dans un système d'écologie industrielle du pays de Langres Mettre en œuvre le programme d'écologie industrielle territoriale par une animation territoriale Apporter aux entreprises du pays de langres des outils (services, prestations) d'optimisation de leurs flux et de la chaîne logistique Relocaliser le recyclage des produits issus du démantèlement Réintroduire dans les process des entreprises du territoire les produits recyclés localement Sensibiliser le public à l'économie circulaire
		2. Développer les métiers d'art / savoir-faire artisanaux et l'utilisation des matières premières locales : Pierre - Bois - Osier - Végétal  Réorienter la commande publique pour favoriser les produits locaux Gérer des commandes groupées pour permettre le travail de plusieurs professionnels Rechercher de nouveaux marchés Multiplier les alliances entre le monde associatif et le monde de l'entreprise afin de valoriser les savoir-faire du territoire Maintenir et développer la filière osiéricole et vannière à Fayl-Billot et dans sa région en lien avec la réhabilitation de l'Ecole nationale de vannerie Créer des ateliers relais collectifs pour permettre l'installation d'artisans Organiser des formations novatrices en local ou permettre aux actifs de se rendre en formation à l'extérieur : formation qualifiante sur le champ des métiers d'art Développer le week-end des Métiers d'art organisé à Langres
		3. Favoriser la réhabilitation du patrimoine bâti par un développement de l'économie du bâtiment et la prise en compte des questions énergétiques  Impulser une dynamique d'adaptation et de préservation du bâti traditionnel aux exigences du développement durable (flux, usages, matériaux)  Mettre en place une plateforme de la rénovation Faciliter les démarches administratives permettant la réhabilitation du bâti traditionnel par les particuliers et les collectivités : guichet unique habitat. Faire monter en compétences les artisans des métiers du bâtiment Rénover les bâtiments publics des collectivités locales dans un objectif de réduction des consommations énergétiques et de mobilisation des ressources locales Renforcer le HQE dans les opérations urbaines Mettre en place des dispositifs financiers incitatifs

Description du plan d'actions		Mobiliser durablement les ressources locales pour produire une énergie renouvelable Inciter à la consommation de bois locaux Connaître tous les potentiels de production par ressource (eau, éolien, solaire, géologie, méthanisation) Développer le mix-énergétique le plus équilibré et adapté au territoire Produire des combustibles renouvelables Connaître les besoins de consommation énergétique du territoire à l'horizon 2040-2050 Structurer l'accompagnement et développer l'ingénierie locale de la transition énergétique Développer la méthanisation et les mixed méthanisation-production de pellets  4. Développer l'agriculture locale en favorisant les circuits-courts et ainsi une alimentation locale Articuler l'offre et la demande en produits agricoles locaux Identifier la demande locale pour mettre en avant les améliorations à mener côté offre Capter la restauration collective en adaptant l'offre de produits locaux à ses besoins Communiquer sur les possibilités de distribution des produits locaux Faciliter la visibilité des produits locaux dans la grande et moyenne distribution Proposer une offre en produits locaux complète en un même lieu pour capter les consommateurs Aider les agriculteurs dans leurs investissements nécessaires à la transformation de leurs produits  Favoriser l'installation et la transmission des exploitations agricoles Favoriser l'accès au foncier pour favoriser l'installation d'agriculteurs en petite structure Identifier les filières porteuses et communiquer sur les possibilités d'installation dans les domaines identifiés Soutenir financièrement les projets d'installation Développer l'image de marque du territoire pour favoriser l'installation Anticiper le repérage des exploitations à transmettre Attirer des porteurs de projets agricoles Renforcer l'ancrage territorial des exploitations agricoles Améliorer le lien agriculteurs – consommateurs Animer des échanges de bonnes pratiques entre agriculteurs, produire et vendre autrement
Publics visés		Collectivités locales, Entreprises, Acteurs de l'économie
Maitres d'ouvrages potentiels		PETR, Communautés de communes, Communes, Réseaux d'entreprises, Acteurs de l'économie
Partenaires		Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental, GIP Haute-Marne
Dispositifs	RÉSULTATS ATTENDUS	Appropriation des ressources locales pour le développement d'activités économiques
d'évaluation	INDICATEURS DE RÉSULTATS	Types d'activités développées grâce à la valorisation des ressources locales

Orientation n°1: Osons nos atouts locaux

Objectif général n°2 : Favoriser le développement économique

### Fiche plan d'actions n°7

### Soutenir le développement de l'artisanat et du commerce

Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	DIAGNOSTIC	= Difficultés de création d'entreprises = Difficulté de transmission d'entreprises = Fragilité du maillage commercial
	Enjeux à traiter	<ul> <li>Mise en adéquation des besoins de consommation des publics cibles de l'économie résidentielle (touristes, résidents secondaires, retraités, navetteurs, jeunes) avec l'offre locale dans le but de soutenir les activités économiques</li> <li>Ce qui est en jeu : prendre en compte la clientèle locale résidente ou non</li> <li>Modernisation (accessibilité, connexion au web, etc.) d'une offre immobilière commerciale dans les villes et bourgs ruraux du pays de Langres</li> <li>Ce qui est en jeu, c'est être en accord avec la demande des consommateurs</li> <li>Positionnement de l'offre commerciale en complémentarité avec celles des agglomérations voisines (Chaumont, Dijon, Troyes, Nancy)</li> <li>Ce qui est en jeu, c'est la fuite de la clientèle locale</li> <li>Transmission-reprise des entreprises artisanales et commerciales</li> <li>Ce qui est en jeu, c'est la sauvegarde d'un tissu local, pourvoyeur d'emplois</li> <li>Soutien à l'entreprenariat afin de d'encourager un vivier de création-reprises d'entreprises</li> <li>Ce qui est en jeu, c'est notamment le repérage et l'accompagnement des autoentreprises, qui constitue une forme d'incubateur</li> <li>Mise en réseau des établissements Bistrots de pays et Multiservices</li> <li>Ce qui est en jeu, c'est la mutualisation de coûts notamment pour l'animation, la fourniture de produits locaux, etc.</li> </ul>
Description du plan d'actions		1. Aménager un territoire favorable au commerce de centre-ville / centre-bourg Organiser un plan de déplacement urbain favorable au commerce Requalifier les rues commerçantes et les espaces commerciaux Assurer une cohérence globale de l'aménagement commercial  2. Favoriser l'attractivité des commerces Maintenir une offre diversifiée Faire se rencontrer commerçants et consommateurs pour adapter l'offre à la demande Promouvoir et accompagner la transition numérique Mettre aux normes les commerces Eviter la vacance commerciale  3. Mener des opérations collectives de restructuration de l'artisanat et du commerce Mener des opérations de soutien à l'investissement de type ORAC Développer la marque territoriale « made in pays de Langres » Poursuivre les évênements dédiés aux métiers d'art Développer le réseau Bistrot de pays  4. Favoriser la transmission – reprise d'entreprises Mener des démarches de sensibilisation auprès des futurs cédants

Publics visés		Artisans, Commerçants
Maitres d'ouvrages potentiels		PETR, Chambres consulaires, Communautés de communes, Communes
Partenaires		Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental, GIP Haute-Marne, Chambres consulaires
Dispositifs d'évaluation	Résultats attendus	Aménagement commercial effectué favorisant la sauvegarde des centres-villes, centres-bourgs, l'attractivité des commerces Démarches collectives favorisant le développement du commerce et de l'artisanat
	Indicateurs de résultats	Types d'actions conduites favorisant la sauvegarde du commerce de centres-villes, centres-bourgs, l'attractivité des commerces, le déve- loppement du commerce et de l'artisanat

## 2. Misons sur l'équilibre et la proximité de nos pôles de vie

C'est-à-dire : faire des pôles de vie des lieux innovants et de proximité pour développer une économie résidentielle et favoriser une qualité de vie.



Les pôles de vie se définissent comme une ville ou un bourg centre au cœur de la vie des habitants. Ils contribuent à structurer le territoire et sont des **lieux de ressources pour les habitants du monde rural.** 

Dans un contexte de faible densité de population et dans un objectif de rationalisation, **un équilibre territorial** doit être tenu de façon à sauvegarder une proximité correcte entre l'habitant et les équipements et services. Pour ce faire, il s'agit donc de faire **des pôles de vie des lieux innovants favorisant une qualité de vie.** S'appuyant sur la consommation locale, les choix dans ces domaines doivent répondre à la demande locale dans un objectif de captation des revenus et ainsi de développer des activités économiques locales.

Pour cela, il s'agit d'organiser des pôles de services aux publics proposant une offre, tout public, qualitative favorisant le lien social : AIO (accueil, information, orientation) – santé – mobilité – associations.

Par ailleurs, il s'agit de développer **un habitat adapté au public**, à tous les âges de la vie et au bassin de vie dans un écosystème pensé en termes financiers et de fonctionnalité.



## Misons sur l'équilibre et la proximité de nos pôles







Afin de miser sur l'équilibre de nos pôle de vie, deux objectifs généraux ont été fixés :

N°3: Maintenir et développer les services à la population,

N°4 : Développer et dynamiser le tissu associatif.

## Objectif général N°3 : Maintenir et développer les services à la population

- => Coordonner et mettre en réseau des acteurs des services et du social.
- => Mettre en œuvre le plan stratégique de développement en matière de santé.
- => Proposer une offre de logement à tous les âges de la vie.
- => Rationaliser l'offre de transports en fonction des besoins du territoire.



## Plans d'actions pour maintenir et développer les services à la population

- 8. Développer le réseau des Maisons de services au public
- 9. Améliorer l'offre de soins
- 10. Développer l'offre de mobilité interne
- 11. Organiser les mobilités avec l'extérieur
- 12. Favoriser la réhabilitation durable de l'habitat



Orientation n°2 : Misons sur l'équilibre et la proximité de nos pôles de vie Objectif général n°3 : Maintenir et développer les services à la population

# Fiche plan d'actions n°8 Développer le réseau des Maisons de services au public

Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	DIAGNOSTIC	Alternative à la disparition des services aux publics grâce au développement des maisons de services labellisées ou non RSP (6 maisons des services dont 5 labellisées RSP) mais à développer pour en faire des têtes de réseau  Perte d'un accompagnement social de proximité  Développement des services « petite enfance » mais à encourager
	ENJEUX À TRAITER	Faire des Maisons de services, une porte d'entrée du territoire Ce qui est en jeu : l'organisation de la présence des services publics et l'animation du réseau afin d'harmoniser l'offre de service
Description du plan d'actions		1. Coordonner le réseau à l'échelle du PETR pour faire des Maisons de services de véritables portes d'entrée du territoire  Mettre en place une Charte locale avec un socle commun de partenaires en vue d'harmoniser les pratiques des Maisons de services Faire connaitre le réseau aux habitants et nouveaux habitants (outils de communication commun, présence à la fête des associations,)  Monter en compétences les animatrices des Maisons de services et les impliquer davantage dans la politique d'accueil  2. Avoir une vision globale de l'offre de services (mieux identifier le qui fait quoi ?)  Pérenniser, renforcer, alimenter l'offre web en place comme le Point Info Service, Point Info Logement  Refondre et déployer le Point Info Services  Mener différentes actions d'information et de sensibilisation afin de mieux faire connaître l'offre locale
Publics visés		Habitants, Nouveaux habitants
Maitres d'ouvrages potentiels		Communautés de communes, PETR, Communes
Partenaires		Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental, CAF, Pôle Emploi, Acteurs intervenant dans le champs des services à la population
Dispositifs d'évaluation	Résultats attendus	Pérennisation et développement des Maisons de services au public devenant progressivement des portes d'entrée du territoire
	Indicateurs de résultats	Nombre et type de Maisons de services au public présentes sur le territoire  Type d'animations programmées  Type d'actions collectives menées au sein du réseau

Orientation n°2 : Misons sur l'équilibre et la proximité de nos pôles de vie Objectif général n°3 : Maintenir et développer les services à la population

# Fiche plan d'actions n°9 Améliorer l'offre de soins

	DIAGNOSTIC	Développement de Maisons de santé pluridisciplinaires (MSP), de Pôles de santé mais la détérioration de l'offre de santé reste prégnante
Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	Enjeux à traiter	<ul> <li>renforcer l'efficacité et la qualité de l'offre de soins proposée</li> <li>mettre en place un réseau de santé à l'échelle du pays de Langres</li> <li>Ce qui est en jeu : une meilleure prise en charge de la population du pays de Langres dans le domaine de la santé publique (soins et prévention)</li> </ul>
		1. Organiser les liaisons et le partenariat entre les médecins généralistes et professionnels de santé Faciliter la communication entre hospitaliers et généralistes prescripteurs (logiciels compatibles, hospitalisation programmée) Mettre en place des dossiers médicaux partagés Développer la médecine numérique (télémédecine, e-santé)
		2. Organiser les parcours de soins
		Améliorer la coordination médicale (appel vers le 15) Raccourcir les séjours hospitaliers en lien avec les services sociaux Développer les liaisons entre les professionnels du pays de Langres et ceux des territoires voisins (GHT Bourgogne - sud Haute-Marne)
Description du plan		3. Définir une politique locale de santé à travers un Contrat Local de Santé
d'actions		<u>Déployer des actions de prévention</u> Faire connaître les acteurs intervenant dans le champ de la prévention et du dépistage Connaître les projets médicaux des MSP afin de créer du lien entre la prévention et le soin (la santé n'est pas que le soin)
		<u>Créer un réseau des maisons de santé</u> Faire connaitre les MSP et inciter les médecins à s'installer dans les maisons de santé Favoriser la venue de spécialistes pour des consultations mutualisées
		Anticiper les départs à la retraite des professionnels de santé Créer les conditions d'accueil nécessaires à l'installation de nouveaux professionnels de santé (incitations financières, conditions d'accueil privilégiées)
Publics visés		Habitant, Nouvel habitant, Professionnels de santé et para médicaux
Maitres d'ouvrages potentiels		Centres hospitaliers de Langres et de Bourbonne-les-Bains, Clinique de Langres, ASSHM, Autres acteurs de la santé, PETR, Communautés de communes
Partenaires		Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental, ARS, Université de Dijon, CH de Chaumont
Dispositifs d'évaluation	Résultats attendus	Accueil de médecins Bonne santé financière des centres hospitaliers du territoire
	Indicateurs de résultats	Type d'actions collectives conduites dans le but d'améliorer l'offre de soins

Orientation n°2 : Misons sur l'équilibre et la proximité de nos pôles de vie Objectif général n°3 : Maintenir et développer les services à la population

# Fiche plan d'actions n°10 Développer l'offre de mobilité interne

Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	DIAGNOSTIC	Inégalité spatiale pour la population en fonction de l'éloignement aux pôles de commerces-services, de santé, d'emploi mais des solidarités sociales s'organisent Inégalité d'accès aux services de mobilité mais service récent de Transport à la Demande Peu d'infrastructures présentes pour favoriser la mobilité douce (voie verte, pistes cyclables)
	ENJEUX À TRAITER	<ul> <li>Développement d'une offre de mobilité tout public (enjeu social)         Ce qui est en jeu : le déploiement d'outils de mobilité souples et peu onéreux</li> <li>Valorisation et développement de la mobilité douce (enjeu environnemental)         Ce qui est en jeu : réduction de la dépendance aux transports carbonés</li> <li>Mieux communiquer sur les solutions de mobilité existantes         Ce qui est en jeu : améliorer la connaissance des outils en place et mise ne place d'un accompagnement des demandes de mobilité en préservant la solidarité et le lien social</li> </ul>
Description du plan d'actions		1. Renforcer et développer le service de transport à la demande (TAD) Mieux communiquer sur le service dans des lieux stratégiques (gare, OT, commerces) Mettre en place de nouveaux circuits, de nouvelles dessertes
		2. Renforcer et développer les mobilités douces Créer des pistes cyclables Valoriser le chemin de halage du canal Entre Champagne & Bourgogne Intégrer le projet de vélo-route de la Meuse Prolonger la voie verte Langres - Saints-Geosmes - Orcevaux Valorisation des réseaux existants en les inscrivant dans les réseaux voies vertes nationaux et internationaux Créer des liaisons entre le projet de Parc Naturel Régional à l'est et le projet de Parc national à l'ouest Mettre en place des pédibus (notamment scolaire) Développer les mobilités douces et les infrastructures adaptées à la pratique du tourisme
		3. Développer le covoiturage Création et aménagement d'aires de covoiturage Développer l'auto-partage auprès des migrants pendulaires
		4. Développer l'inter-modalité Articuler les différents modes de transports (gare, bus urbain et TAD) Proposer une offre de transport par train adaptée aux besoins de la population et aux migrants pendulaires Mettre en place un kiosque de mobilité et des antennes dans les Maisons de services au public Conduire des actions de mobilité en direction des personnes les plus vulnérables (garage social, location de véhicules à bas prix)
Publics visés		Navetteurs, Touristes, Habitants
Maitres d'ouvrages potentiels		PETR, Communautés de communes, Communes, Syndicat Mixte des transports du pays de Langres (SMTPL), Opérateurs de transports, Associations (MPPL, DPLACE)
Partenaires		Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental, Acteurs de la mobilité
Dispositifs d'évaluation	RÉSULTATS ATTENDUS	Amélioration des conditions de mobilité sur le territoire Meilleure communication sur les services de mobilité Développement d'itinéraires de mobilité douce
	INDICATEURS DE RÉSULTATS	Types d'actions conduites favorisant le développement de l'offre de mobilité interne

Orientation n°2 : Misons sur l'équilibre et la proximité de nos pôles de vie Objectif général n°3 : Maintenir et développer les services à la population

# Fiche plan d'actions n°11 Organiser les mobilités vers l'extérieur

Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	DIAGNOSTIC	Peu de transports en commun dimensionnés pour rapprocher le pays de Langres à Dijon et Nancy  Deux gares et un nœud ferroviaire historique qui sont confrontées aux choix nationaux de la SNCF quant aux priorités du transport de voyageurs
	ENJEUX À TRAITER	<ul> <li>Articulation des opérateurs de transports et connexion des offres de transport sur le pays de Langres Ce qui est en jeu : amélioration des nœuds intermodaux</li> <li>Liaisons renforcées du pays de langres vers les agglomérations proches Ce qui est en jeu : connexion du pays de Langres aux grands bassins d'emplois et des services</li> </ul>
Description du plan d'actions		1. Développer une offre de déplacement vers les agglomérations voisines Proposer une offre de transport par train adaptée aux besoins de la population et aux migrants pendulaires Développer le co voiturage, l'auto-partage Organiser des temps de rencontres et d'échanges avec les territoires voisins  2. Préserver les nœuds et les liaisons ferroviaires stratégiques Rénover les gares Structurer les relations avec les Autorités organisatrices de transport (AOT) et les grands opérateurs de transports
Publics visés		Habitants, Actifs
Maitres d'ouvrages potentiels		PETR, Communautés de communes, Communes, Acteurs de la mobilité
Partenaires		Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental, Acteurs de la mobilité
Dispositifs d'évaluation	RÉSULTATS ATTENDUS	Amélioration des conditions de déplacements vers les agglomérations proches Augmentation du nombre de voyageurs
	Indicateurs de résultats	Types d'actions collectives menées dans le but d'organiser les mobilités vers l'extérieur

Orientation n°2 : Misons sur l'équilibre et la proximité de nos pôles de vie Objectif général n°3 : Maintenir et développer les services à la population

# Fiche plan d'actions n°12 Favoriser la réhabilitation durable de l'habitat

Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	DIAGNOSTIC	Inadéquation entre une offre et une demande en logement (qualité, taille des logements, maisons ou appartements, adaptabilité) Adapter l'offre de logement à tous les âges de la vie : logement temporaire meublé, besoins spécifiques à apporter aux personnes âgées Déprise des bourgs ruraux et du centre historique de Langres (vacances) Consommation énergétique très élevée au vue de l'état du parc de logement (parc énergivore) Valeurs patrimoniales de l'habitat traditionnel, typique. Accession à la propriété facilitée par des valeurs immobilières faibles
	Enjeux à traiter	<ul> <li>Dynamique du locatif dans les bourgs centres Résorption de la vacance Ce qui est en jeu: attractivité résidentielle</li> <li>Préservation et valorisation du patrimoine bâti local avec deux considérations Ce qui est en jeu: adaptation du parc aux exigences thermiques / position entre deux territoires touristiques en devenir (PNR à l'est du pays de Langres, et Parc national à l'Ouest) / préservation du bâti traditionnel en tant que patrimoine local</li> <li>Développement des mécanismes de maintien à domicile Ce qui est en jeu: aider les personnes âgées à rester chez elles si elles le souhaitent</li> <li>Accompagnement des dynamiques résidentielles au regard de la notion de parcours résidentiel Ce qui est en jeu: adaptation des logements aux besoins et aux âges de la vie</li> </ul>
Description du plan d'actions		1. Favoriser le maintien à domicile et rompre l'isolement des personnes âgées  Elargir et diversifier l'offre de logement pour les personnes âgées : foyer logement, logement partagé, MARPA  Développer une offre de logement intergénérationnel  Favoriser l'aménagement à l'autonomie des logements (PIG maintien à domicile, proposer des logements adaptés à tous les handicaps)  Renforcer la chaine de services au logement (valoriser le secteur de l'aide à domicile, faciliter les démarches administratives à travers une organisation structurée sur le territoire)
		2. Proposer une offre locative attractive et accessible Développer le logement temporaire Se doter d'un parc social passif Lutter contre la précarité énergétique et l'inconfort thermique (mise en place d'outils financiers incitatifs) Promouvoir et soutenir la réhabilitation thermique des logements et la rénovation de l'existant
		3. Mieux connaitre les besoins en logement Mettre en place un observatoire du logement et du parcours résidentiel Recenser les logements libres
Publics visés		Habitants
Maitres d'ouvrages potentiels		PETR, Communautés de communes, Communes, Acteurs de l'habitat
Partenaires		Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental, Acteurs de l'habitat
Dispositifs	RÉSULTATS ATTENDUS	Meilleure prise en compte de la réhabilitation de l'habitat en vue de répondre à la demande locale
d'évaluation	Indicateurs de résultats	Types d'actions conduites favorisant la réhabilitation de l'habitat et/ou une meilleure offre répondant à la demande locale

### Misons sur l'équilibre et la proximité de nos pôles







Afin de miser sur l'équilibre de nos pôle de vie, deux objectifs généraux ont été fixés :

N°3: Maintenir et développer les services à la population,

N°4 : Développer et dynamiser le tissu associatif.

### Objectif général N°4 : Développer et dynamiser le tissu associatif

- => Passer à une logique de compétence intercommunale (culture, sport).
- => Favoriser les coopérations et échanges entre associations.
- => Conduire des projets innovants transversaux et durable.



### Plans d'actions pour développer et dynamiser le tissu associatif

- 13. Soutenir les actions innovantes des associations
- 14. Clarifier les compétences entre Communautés de communes et Communes



Orientation n°2 : Misons sur l'équilibre et la proximité de nos pôles de vie

Objectif général n°4 : Développer et dynamiser le tissu associatif

### Fiche plan d'actions n°13

#### Soutenir les actions innovantes des associations

	DIAGNOSTIC	Difficulté de pérennisation des activités culturelles, sportives et associatives (=>essoufflement du bénévolat – budgets, conditions de travail, professionnalisation nécessaire) alors que la vie culturelle, sportive et associative est forte et diversifiée.
Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	ENJEUX À TRAITER	<ul> <li>Pérennisation des acteurs culturels au risque de perdre un atout majeur pour le territoire : force du tissu culturel local dense Ce qui est en jeu, c'est d'encourager la coopération entre acteurs culturels d'une part, et entre acteurs culturels et communes de communes d'autre part Ce qui est en jeu, c'est le soutien à la création et à la diffusion dans le but d'en faire un secteur économique à part entière</li> <li>Transmission de compétences associatives au risque de perdre une tradition de l'engagement bénévole</li> </ul>
Description du plan d'actions	Le tissu associatif, est à dynamiser et à développer pour répondre aux mutations.  Et face à ces changements et aux baisse budgétaires, des actions innovantes sont devenues nécessaires pour :  • pérenniser les projets et les associations,  • faciliter l'accès aux pratiques culturelles et sportives dans un esprit de diversité.	Mettre en place des outils de travail communs Mieux repérer les besoins en formation en adaptant l'offre de formation à la demande des bénévoles et des professionnels  Repenser les sources de financements des acteurs culturels. Créer et gérer un fond de dotation / de péréquation Mettre en place des incitations financières pour les partenariats Organiser une démarche collective pour rechercher des financements privés et publics (réponse à des appels à projet, club d'investisseurs, mécénat d'entreprises)  Mettre en place des lieux d'échanges, de débats, de dialogue
Publics visés		Habitants (adultes, enfants, scolaires), Bénévoles
Maitres d'ouvrages potentiels		PETR, Communes, Communauté de communes, Associations
Partenaires		Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental, Têtes de réseau des associations, Ensemble des acteurs locaux
Dispositifs d'évaluation	RÉSULTATS ATTENDUS	Pérennisation des associations et de leurs activités / De meilleures conditions de travail pour les acteurs associatifs / Une meilleure coopération entre associations
	INDICATEURS DE RÉSULTATS	Type d'actions innovantes conduites
·		

Orientation n°2 : Misons sur l'équilibre et la proximité de nos pôles de vie Objectif général n°4 : Développer et dynamiser le tissu associatif

### Fiche plan d'actions n°14

# Clarifier les compétences entre Communes et Communautés de communes

Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	DIAGNOSTIC	Difficulté de pérennisation des activités culturelles, sportives et associatives (essoufflement du bénévolat – budgets, conditions de travail, professionnalisation nécessaire) alors que la vie culturelle, sportive et associative est forte et diversifiée  Beaucoup d'initiatives et de projets mais manque de financements et de lisibilité politique sur le territoire
	ENJEUX À TRAITER	Pérennisation des acteurs culturels au risque de perdre un atout majeur pour le territoire : force du tissu culturel local dense Ce qui est en jeu, c'est d'encourager la coopération entre acteurs culturels d'une part, et entre acteurs culturels et Communautés de communes d'autre part
		1. Passer d'une logique communale à une logique communautaire
		Sensibiliser les Communautés de communes à la prise de compétence « culture » et « sport » Encourager les projets à dimension intercommunautaire Favoriser les partenariats et la coopération entre associations et Communautés de communes dans le but d'une meilleure compréhension du qui fait quoi entre les deux parties
Description du plan d'actions		2. Mener une politique tarifaire à l'échelle des six Communautés de communes
u actions		Soutenir l'accès aux loisirs pour tous en associant les communautés de communes aux politiques tarifaires des associations (adaptation des tarifs, pass culture/sport)
		Adapter les tarifs et conditions d'accès des équipements culturels et sportifs en fonction du lieu et de la collectivité (commune, intercommunalité) : école de musique, bibliothèque/médiathèque, piscine tout en conservant la notion de solidarité intercommunale (tarifs préférentiels pour les habitants, prise en compte de la géographie du territoire (manque de certains équipements à proximité))
Publics visés		Elus, Associations
Maitres d'ouvrages potentiels		PETR, Communautés de communes, Communes
Partenaires		Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental, Associations
Dispositifs d'évaluation	RÉSULTATS ATTENDUS	Développement et pérennisation de l'offre culturelle et sportive Prise de compétences culture et sport par les Communautés de communes Une politique sociale et tarifaire à l'échelle du territoire
	INDICATEURS DE RÉSULTATS	Type d'actions conduites favorisant la clarification des compétences entre Communes et Communautés de communes Evolution des subventions allouées aux associations par les Communautés de communes

# 1. Osons nos atouts locaux



# 2. Misons sur l'équilibre et la proximité de nos pôles de vie

## Un objectif général commun N°5 : Travailler à un aménagement durable du territoire

- => Mettre en place des outils d'aménagement du territoire.
- => Elaborer et mettre en œuvre un projet territorial dédié à l'environnement

### Plans d'actions pour maintenir et développer les services à la population

- 15. Travailler à un aménagement cohérent du territoire
- 16. Développer des actions de sensibilisation et d'informations à l'environnement





Orientation n°1: Osons nos atouts locaux

Orientation n°2 : Misons sur l'équilibre et la proximité de nos pôles de vie

Objectif général commun n°5 : Travailler à un aménagement durable du territoire

# Fiche plan d'actions n°15 Travailler à un aménagement cohérent du territoire

Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	DIAGNOSTIC	Peu de documents d'urbanisme, pas de documents de planification Concentration durable de la vacance dans les bourgs centres Notion de parcours résidentiel connue et matérialisée mais pas appréhendée à l'échelon du pays de Langres Persistance de territoires en déprise et progression de l'artificialisation des sols Langres, ville centre toujours attractive mais difficile à investir
	Enjeux à traiter	<ul> <li>Cohérence entre les services à la population et le développement de l'habitat         Ce qui est en jeu : faciliter la vie des habitants</li> <li>Planification et spatialisation de l'habitat à l'échelle du bassin de vie et observation des dynamiques de résidentialisation sur le territoire         Ce qui est en jeu : coordination des politiques de l'habitat des collectivités pour l'optimisation des espaces de vie</li> <li>Limitation de l'artificialisation des sols         Ce qui est en jeu : préservation des terres agricoles de qualité et des espaces naturels</li> </ul>
Description du plan d'actions		1. Déployer une politique cohérente d'aménagement du territoire, à différentes échelles  Elaborer un Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT) Inciter les EPCI à mettre en place un Plan Local d'Urbanisme Intercommunal (PLUi) et des programmations de type Programme Local de l'Habitat (PLH) Intégrer dans les documents d'urbanisme des trames vertes et bleues dans le but d'enrayer le déclin de la biodiversité au travers de la préservation et de la restauration de continuités écologiques et ainsi, permettre aux espèces animales et végétales, de circuler, de s'alimenter, de se reproduire, de se reposer  2. Inciter à un urbanisme harmonieux dans les villes et villages  Promouvoir et mettre en place différents outils / programmes d'urbanisme opérationnel dans une dynamique de développement durable : Aire de valorisation de l'architecture et du patrimoine (AVAP), charte d'aménagement des bourgs et villages, politique cœur de village, programme d'aménagement communal prenant en compte la réhabilitation de l'habitat, l'énergie et l'urbanisme durable, mise en place d'éco-quartier  Sensibiliser les Collectivités et les acteurs de l'habitat et de l'urbanisme à l'urbanisme durable grâce à l'appui des structures en place (CAUE, Architecte des bâtiments de France) (exemple : réhabilitation des cœurs de village, restauration du bâti ancien, HQE, etc.)
Publics visés		Elus, Urbanistes et architectes locaux, Aménageurs, Lotisseurs, Bailleurs sociaux, Professionnels du bâtiment, Habitants
Maitres d'ouvrages potentiels		PETR, Communautés de communes, Communes, Etablissements publics
Partenaires		Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental, GIP Haute-Marne
Dispositifs d'évaluation	RÉSULTATS ATTENDUS	Elaboration d'un SCoT à l'échelle du PETR du pays de Langres et de PLUi à l'échelle des intercommunalités prenant en compte les trames vertes et bleues Mise en place d'actions favorisant un urbanisme harmonieux dans les villes et villages
	INDICATEURS DE RÉSULTATS	Nombre de documents d'urbanisme de type SCoT et PLUi validés Types d'actions conduites favorisant un urbanisme harmonieux dans les villes et villages

Orientation n°1: Osons nos atouts locaux

Orientation n°2 : Misons sur l'équilibre et la proximité de nos pôles de vie

Objectif général commun n°5 : Travailler à un aménagement durable du territoire

### Fiche plan d'actions n°16

# Développer des actions de sensibilisation et d'informations à l'environnement

Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	DIAGNOSTIC	Pollution de différents milieux mais on va dans le bon sens Pratiques agricoles plus ou moins respectueuses des milieux mais une agriculture qui se responsabilise Situation environnementale globale encore plutôt préservée sur le secteur Dégradation régulière des identités paysagères du pays de Langres Des milieux naturels et des paysages riches, diversifiés et « de qualité » relativement bien répartis sur le territoire malgré les dégradations régulières et les menaces
	ENJEUX À TRAITER	<ul> <li>Préservation de la diversité des paysages (prairies notamment)</li> <li>Ce qui est en jeu : conservation des identités paysagères du territoire</li> <li>Qualité de l'eau et des milieux</li> <li>Ce qui est en jeu : préservation de la qualité de l'eau et des milieux naturels</li> <li>Agriculture de proximité</li> <li>Ce qui est en jeu : l'agriculture comme garante de la conservation des paysages du pays</li> </ul>
Description du plan d'actions		La protection de l'environnement et la mise en application de pratiques éco-responsables passent nécessairement par l'information et la sensibilisation auprès des acteurs locaux et habitants.  Pistes d'actions possibles:  Aider les communes à tendre vers une pratique « zéro phyto » Former les élus et techniciens à la gestion durable Accompagner les collectivités locales dans la prise de compétence Eau, SPANC, GEMAPI  Mettre en places des formations au paysage pour les élus et les habitants Intégrer des projets pédagogiques dans le cadre des Nouvelles activités pédagogiques (NAP), sorties vertes, classes nature  Mettre en place des sessions d'information/formation à l'énergie et à la gestion du logement dans les Maisons des Services Sensibiliser les consommateurs aux questions alimentaires (scolaires – parents) et à l'origine géographique des produits Valoriser les agriculteurs qui produisent des produits de qualité commercialisés notamment via les circuits-courts Organiser un circuit des Energies renouvelables (EnR)
Publics visés		Habitants, Acteurs du territoire, Elus et techniciens des collectivités locales
Maitres d'ouvrages potentiels		PETR, Communautés de communes, Communes, Etablissements publics, Acteurs de l'agriculture et de l'environnement
Partenaires		Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental, GIP Haute-Marne
Dispositifs d'évaluation	Résultats attendus	Meilleure prise en compte de la préservation des paysages, de la qualité de l'eau et des milieux naturels dans les politiques communales, intercommunales Mise en avant de l'agriculture de proximité présente sur le territoire, garante de la conservation des paysages
	Indicateurs de résultats	Types d'actions conduites favorisant la sensibilisation et l'information à l'environnement des publics cibles

# Z Ouvrons le pays de Langres vers l'extérieur

C'est-à-dire: faire connaître le pays de Langres comme un territoire ouvert et accueillant dans le but d'attirer des actifs, des touristes et de prospecter de nouvelles clientèles.

La politique de communication et de prospection doit être **coordonnée et ciblée** (et non généraliste), et doit rester en rapport avec les moyens financiers du territoire. La politique d'accueil, de prospection et de communication doit donc être adaptée.



De plus, il s'agit ici de miser sur une politique de communication territoriale à destination des actifs et des touristes, en lien avec les besoins qui se font jour dans l'orientation  $n^{\circ}1$ .

La politique d'accueil s'appuie sur l'image délivrée pour développer le tourisme, et s'appuie sur le tourisme pour prospecter des nouveaux arrivants, mais aussi sur les activités locales qui différencient le territoire d'un autre. Par ailleurs, tout un chacun doit véhiculer une **image positive du territoire**, qui doit donner envie de s'arrêter, de séjourner voire de s'installer. Cette image de territoire doit se construire sur la base des atouts du territoire.

Le bassin de consommation de Langres est restreint. Il s'agit aussi d'attirer des clientèles, soit qui ont une « **propension** à **consommer local** », soit qui sont situées sur les bassins de consommation proches (Dijon). La communication territoriale est dans ce cadre au service des acteurs économiques, dans un objectif d'économie productive et résidentielle.

Ouvrir le pays de Langres vers l'extérieur doit également se traduire par plus de **coopération** de ses habitants, de ses acteurs avec d'autres territoires favorisant ainsi l'interconnaissance et la connaissance même de ce territoire à l'extérieur.



## Ouvrons le pays de Langres vers l'extérieur







Afin d'ouvrir le pays de Langres sur l'extérieur, deux objectifs généraux ont été fixés :

N°6 : Développer la coopération avec d'autres territoires,

N°7 : Mener une stratégie de communication.

## Objectif général N°6 : Développer la coopération avec d'autres territoires

- => développer les partenariats avec les projets de Parcs (Parc National, Parc Naturel Régional),
- => développer la coopération avec les pays transfrontaliers dans le cadre de la Grande Région.

### Plans d'actions pour développer la coopération avec d'autres territoires

- 17. Développer une coopération de proximité et créer des synergies avec d'autres territoires de projets
- 18. Créer des liens et des relations avec les pays transfrontaliers autour d'enjeux communs





Orientation n°3 : Ouvrons le pays de Langres vers l'extérieur

Objectif général n°6 : Développer la coopération avec d'autres territoires

### Fiche plan d'actions n°17

## Développer une coopération de proximité et créer des synergies avec d'autres territoires de projets

Contexte au re-	DIAGNOSTIC	Notoriété du territoire améliorée grâce aux caractéristiques de Langres (Citadelle, Diderot), en devenir grâce au projet de Parc national (à l'ouest) et au projet de Parc naturel régional (à l'est)
gard de la straté- gie et des enjeux	ENJEUX À TRAITER	• Renforcement de la coopération entre territoires de projets dans le but d'échanger sur les expériences, de faire émerger des idées nouvelles et de mutualiser les moyens Ce qui est en jeu : faire aboutir les projets de Parcs
		Le développement touristique du territoire doit prendre en compte les deux projets de parcs dans le but d'une mise en cohérence de l'offre touristique et culturelle.
		Le projet de Parc National des Forêts de Champagne et Bourgogne L'état d'avancement :  2ème semestre 2015 ou 2016 : attente de l'arrêté de prise en considération
Description du plan d'actions		2015-2016 : travail sur les orientations de développement durable de la charte à 15 ans et déclinaison du premier programme d'action Les axes stratégiques : La promesse : Tous les possibles de la forêt
		• Révéler et faire connaître le territoire / Soutenir et accroître les performances des filières locales / Développer la connaissance, la recherche et l'innovation sur la biodiversité et la qualité environnementale / Cultiver l'accueil et l'ouverture Les projets de coopération possibles :
		Soutenir les produits et services de la forêt : projet truffe inter-territoire / Lancer la marque « esprit parc national » / Travailler sur les villages et la filière pierre Le périmètre :
		• Le périmètre du Projet de Parc National est à cheval sur la Côte d'Or (Pays Châtillonnais) et la Haute-Marne (Pays de Chaumont et Pays de Langres).
		Le projet de Parc Naturel Régional des sources de Saône et Meuse L'état d'avancement :
		d'ici fin 2015 : validation en local des résultats de l'étude d'opportunité et d'un périmètre
		<ul> <li>décembre 2015 : Envoi du dossier aux Régions</li> <li>juin 2016 : accord ou non des régions sur le fait de poursuivre le projet de PNR</li> </ul>
		• fin 2016 : transformation de l'association en association de préfiguration ou en syndicat mixte
		2017 - 2019 : élaboration de la Charte du PNR
		<u>Le périmètre :</u> Le périmètre du Projet de Parc Naturel Régional est à cheval sur les Vosges, la Haute-Saône et la Haute-Marne.
		Le perimetre du Frojet de Farc Naturei Regional est à cheval sur les vosges, la fraute-saone et la fraute-marile.
Publics visés		Touristes, Habitants
Maitres d'ouvrages potentiels		GIP du futur Parc national des forêts de Champagne et Bourgogne, Association "Aux sources du Parc", PETR, Communautés de communes, Ensemble des acteurs locaux, Territoires de projets de Côte d'Or, de Haute-Marne, des Vosges et de Haute-Saône
Partenaires		Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental, GIP Haute-Marne
Dispositifs d'évaluation	RÉSULTATS ATTENDUS	Aboutissement du projet de Parc National de Champagne et Bourgogne Identification d'une identité remarquable pour le projet de Parc Naturel Régional des Sources et Meuse Emergence de projets favorisant la mise en avant des spécificités des projets de parcs et l'interconnaissance entre territoires de projets
	INDICATEURS DE RÉSULTATS	Etat d'avancement des projets de parcs Thèmes des actions conduites favorisant la mise en avant des spécificités des projets de parcs et l'interconnaissance entre territoires de projets

Orientation n°3 : Ouvrons le pays de Langres vers l'extérieur

Objectif général N°6 : Développer la coopération avec d'autres territoires

### Fiche plan d'actions n°18

## Créer des liens et des relations avec les pays transfrontaliers autour d'enjeux communs

	DIAGNOSTIC	La coopération transfrontalière : un processus complexe (nombreux obstacles : administratif, juridique) Absence de pratiques sur le territoire et manque de portage politique
Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	Enjeux à TRAITER	<ul> <li>Ouverture à de nouvelles pratiques et cultures</li> <li>S'enrichir de l'expérience des autres</li> <li>Partager des savoir et savoir-faire</li> <li>Ce qui est en jeu : s'investir dans la nouvelle Région</li> <li>Ce qui est en jeu : développer les rapports de voisinage</li> <li>Ce qui est en jeu : monter des projets sur des enjeux et problèmes communs</li> </ul>
Description du plan d'actions		La coopération transfrontalière est une coopération visant à renforcer et à développer les rapports de voisinage entre collectivités ou autorités territoriales relevant de deux ou plusieurs Etats. L'un des principes de base de la coopération transfrontalière est de créer des liens et des relations contractuelles dans des régions frontalières afin que des solutions communes à des problèmes communs puissent être trouvées.  *Identifier des thématiques sur lesquelles échanger (bois, agriculture, jeunesse): volet agricole « ferme modèle », inventaire potentiel pour la filière bois, développer les circuits courts, accueil volontariat européen  =>> cibler des thématiques de coopération et faire le lien avec LEADER  *Renforcer le réseau des Comités de jumelage : faire un diagnostic des Comités de jumelage, identifier les Comités et les amener à faire évoluer leurs actions (Elaborer des plans d'actions, aller au-delà des rencontres)  *S'appuyer sur les réseaux, les coopérations déjà existant(e)s  *Organiser des visites de terrain, investir les réseaux existants (Réseau rural)  *Valoriser les expériences de coopération du territoire : désigner des ambassadeurs de territoire, mettre en place une communication externe  Dans ce champ de la coopération, la coopération entre territoires de projets situés dans les départements voisins est aussi à explorer.  *Tisser des liens avec les acteurs des départements de proximité (Côte d'Or, Haute-Saône, Vosges) : avoir des référents identifiés dans chaque site, relier aux problématiques de mobilité, favoriser l'échange d'étudiants de stagiaires, organiser des temps de rencontres spécifiques sur une problématique identifiée
Publics visés		Ensemble des acteurs locaux
Maitres d'ouvrages potentiels		PETR, Communautés de communes, Ensemble des acteurs locaux, Comités de jumelage locaux, Territoires de projets de la Région Grand Est, de Côte d'Or et de Haute-Saône et des régions transfrontalières de la Région Grand Est (Belgique, Luxembourg, Allemagne, etc.)
Partenaires		Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental, GIP Haute-Marne
Dispositifs	RÉSULTATS ATTENDUS	Emergence ou renforcement des dynamiques de coopérations entre territoires afin que des solutions communes à des problèmes communs puissent être trouvées
d'évaluation	INDICATEURS DE RÉSULTATS	Sensibilisation des acteurs locaux à la coopération sur les thèmes identifiés du Projet de territoire 2014-2024 Thèmes des dynamiques de coopérations entre territoires émergées ou renforcées, afin que des solutions communes à des problèmes communs puissent être trouvées

## Ouvrons le pays de Langres vers l'extérieur







Afin d'ouvrir le pays de Langres sur l'extérieur, deux objectifs généraux ont été fixés :

N°6 : Développer la coopération avec d'autres territoires,

N°7 : Mener une stratégie de communication.

## Objectif général N°7 : Mener une stratégie de communication

- => développer et animer un territoire numérique,
- => développer la communication institutionnelle,
- => développer la communication externe.

### Plans d'actions pour développer la coopération avec d'autres territoires

- 19. Organiser un service « accueil »
- 20. Élaborer et mettre en œuvre une communication territoriale
- 21. Développer les services et usages numériques





Orientation n°3 : Ouvrons le pays de Langres vers l'extérieur Objectif général n°7 : Mener une stratégie de communication

## Fiche plan d'actions n°19 Organiser un service « accueil »

		Diffusion d'une culture de l'accueil en local à poursuivre (commerçants, services aux publics). Il existe des freins à l'ouverture aux autres
Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	DIAGNOSTIC	Construction et existence d'une politique d'accueil mais qui reste à structurer et coordonner : prospection d'actifs (salariés, libéraux), accompagnement des candidats à l'installation, accueil des nouveaux arrivants, emploi des conjoints
	Enjeux à Traiter	<ul> <li>Renforcement de la politique d'accueil de nouveaux habitants en direction des actifs pour répondre aux besoins à la fois de main d'œuvre des entreprises locales et de création d'activités économiques</li> <li>Ce qui est en jeu : faire venir et faire rester</li> <li>Développement de la culture d'accueil par les habitants</li> <li>Ce qui est en jeu, c'est la fierté d'appartenir au territoire et de créer du lien social entre habitants et nouveaux habitants</li> </ul>
Description du plan d'actions	Le territoire souhaite professionnaliser l'accueil vis-à-vis des nouveaux actifs et des touristes. Pour ce faire, le territoire souhaite organiser un service "accueil" dédié à l'accompagnement des publics.	1. Développer l'accueil humain  Sensibiliser les élus locaux à la politique d'accueil Impliquer les associations dans la politique d'accueil (liens entre habitants et nouveaux habitants à travers les pratiques, adaptation des tarifs) Former les structures existantes (Maisons de services, Offices de Tourisme, Médiathèques, Commerçants, Bistrotx de pays, Mairies) à l'accueil de qualité et les impliquer dans la politique d'accueil Créer des ambassadeurs de territoire  2. Développer le service "accueil" En direction des actifs Développer une démarche d'accomapgnement des candidats à l'installation Accompagner les employeurs dans la présentation des atouts du territoire pour convaincre de nouveaux actifs Créer un centre de ressources consacré aux outils dédiés à l'accueil Organiser des rencontres, échanges  En direction des touristes Structurer les Offices de tourisme à l'échelle du territoire et améliorer les espaces d'accueil (mutualisation de moyens humains, financiers et techniques, réaménagement intérieur des OT) Organiser des rencontres, échanges
Publics visés		Touristes, Nouveaux habitants (actifs, retraités, etc.)
Maitres d'ouvrages potentiels		PETR, Offices de tourisme, EPIC, Communautés de communes, Communes
Partenaires		Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental, Communes, Communautés de communes, Chambres consulaires, Maisons des services, Commerçants, Offices de tourisme
Dispositifs d'évaluation	RÉSULTATS ATTENDUS	Un « accueil humain » structuré sur l'ensemble du territoire
	INDICATEURS DE RÉSULTATS	Types d'actions de sensibilisation, de formation à l'accueil humain Nombre et types de points d'accueil identifiés pour les actifs et les touristes Type d'actions engagées favorisant l'accueil d'actifs et de touristes

Orientation n°3 : Ouvrons le pays de Langres vers l'extérieur Objectif général n°7 : Mener une stratégie de communication

### Fiche plan d'actions n°20

### Élaborer et mettre en œuvre une communication territoriale

Contexte au regard de la stratégie et des enjeux		= Confusion entre structures ayant un périmètre d'intervention différent et pourtant utilisant la dénomination Pays de Langres
	DIAGNOSTIC	= Représentation négative du territoire et mauvaise (re)connaissance des atouts (économiques, environnementaux, sociaux) du territoire = Développement d'une marque Pays de Langres : Territoire d'accueil - "Made in Pays de Langres" + faiblesse signalétique
		= Notoriété du territoire améliorée grâce aux caractéristiques de Langres (Citadelle, Diderot), en devenir grâce au projet de Parc national (à l'ouest) et au projet de Parc naturel régional (à l'est)
		= Construction d'une politique d'accueil mais qui reste à structurer : prospection d'actifs (salariés, libéraux), accompagnement des candidats à l'installation, accueil des nouveaux arrivants, emploi des conjoints
		• Renforcement d'une politique de communication et de prospection coordonnée, ciblée et adaptée au territoire Ce qui est en jeu : faire venir et faire rester Ce qui est en jeu : mutualisation des moyens de communication
	ENJEUX À TRAITER	• Meilleure appropriation de la stratégie territoriale de communication en faveur de l'accueil de nouveaux habitants Ce qui est en jeu, c'est d'avoir une cohérence dans l'image positive du territoire que les structures renvoient Ce qui est en jeu, c'est la poursuite et le renforcement de la démarche de prospection, d'installation et d'intégration des nouveaux habitants
		1. Définir l'image du territoire
	Le territoire souhaite miser sur une politique de communication terri- toriale à destination des actifs et des touristes.	Identifier, qualifier les atouts du territoire sur lesquels s'appuiera l'image du territoire (culturel, touristique, environnemental, économique, etc.) Répondre à la question « Qui sommes-nous ? »
	La stratégie de commu- nication s'appuie sur	2. Articuler la communication des six Communautés de communes à l'échelle du territoire dans un objectif de mutualisation des moyens
Description du plan d'actions	risme pour prospecter	Centraliser, mettre à jour et diffuser les informations par le biais d'une politique éditoriale commune et adaptée aux cibles (créer une page portail, mascotte de territoire, journal de territoire) : utiliser les mêmes messages pour un même territoire.  Articuler les documents de communication qui promeuvent la diversité de l'offre d'accueil et la qualité des services dédiés à l'accueil (à l'image d'un centre de ressources)
	une image positive du territoire qui donnera envie de s'y arrêter, d'y	Les contenants Inventorier les ressources, les moyens et les outils disponibles pour mettre en place des pistes de mutualisation Améliorer les outils dédiés à l'accueil (développer les outils web, applications smartphones) Mettre en place une signalétique informative, visible, homogène et cohérente (travailler les portes d'entrée et de sortie du territoire, metiorer le stationnement et le jalonnement)
	La stratégie doit s'ap- puyer sur une commu- nication commune et cohérente partagée par tous les partenaires.	La diffusion Améliorer la diffusion des outils Organiser des pots d'accueil

Description du plan d'actions		3. Valoriser le territoire à partir de l'image définie pour accroître le sentiment de fierté et le faire connaître à l'extérieur du territoire  Cibler et mettre en avant les évènements du territoire qui renvoient une image positive et contribuent au rayonnement du territoire vers l'extérieur et impliquer les structures organisatrices dans la politique d'accueil (Chien à plumes, Rallye terre de Langres, Fête de l'agriculture)  Sensibiliser la population, les collectivités et les associations à l'achat responsable et à son impact sur l'économie locale (pot d'accueil à partir de produits locaux)  Mener une démarche commerciale du territoire pour vendre son excellence, ses atouts (kit export, goodies)  Favoriser l'utilisation des outils contributifs, collaboratifs pour les acteurs, par les acteurs et pour le territoire (instagram, openstreetmap, reporter de territoire)  Développer le marketing territorial par le développement de la marque territoriale « Made in Pays de Langres (ou pas loin) »  Développer les labels sur le territoire pour en renforcer son image (Pays d'Art et d'Histoire, village étape)  4. Renforcer la démarche d'accueil et l'adapter en fonction des publics  Mener des démarches de marketing adaptées aux cibles visées  Interpeller les publics de passage sur les possibilités d'installation
Publics visés		Touristes, Actifs, Habitants, Retraités, Résidents secondaires, Clientèles extérieures
Maitres d'ouvrages potentiels		PETR, Communautés de communes, Offices de tourisme, EPIC, Chambres consulaires
Partenaires		Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental, Communautés de communes, Communes, Ensemble des acteurs locaux
Dispositifs d'évaluation	RÉSULTATS ATTENDUS	La conduite d'une stratégie territoriale de communication appropriée par tous, favorisant le faire venir et le faire rester en direction des publics cibles : touristes, actifs, retraités, clientèles extérieures
	INDICATEURS DE RÉSULTATS	Image travaillée et utilisée à travers les différents outils de communication Types d'actions de mutualisation conduites en matière de communication et de marketing territorial Labels présents sur le territoire utilisés comme vecteur de communication

Orientation n°3 : Ouvrons le pays de Langres vers l'extérieur Objectif général n°7 : Mener une stratégie de communication

## Fiche plan d'actions n°21 Développer les services et les usages numériques

	DIAGNOSTIC	Faible appropriation des TIC par les élus et les collectivités locales  Aménagement numérique du territoire en cours
Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	Enjeux à traiter	<ul> <li>Appropriation des outils web par les collectivités Ce qui est en jeu : le niveau des services à la population</li> <li>Etre un territoire connecté Ce qui est en jeu : une garantie de service minimal aux entreprises, aux collectivités et aux habitants</li> <li>Une attitude proactive vis-à-vis du numérique par les acteurs du tourisme Ce qui est en jeu : la croissance et l'innovation au service du tourisme</li> <li>Une e-communication territoriale cohérente et renforcée Ce qui est en jeu : meilleure visibilité du territoire sur le web</li> </ul>
Description du plan d'actions	Mettre en place des applications numériques innovantes     Mutualiser et harmoniser les outils numériques     L'accès aux nouvelles technologies est fondamental au développement économique, au lien social et favorise la lutte contre l'isolement. L'accompagnement	1. Le numérique au service du tourisme  Améliorer la visibilité numérique des professionnels du tourisme (sites, facebook) Développer les outils numériques de découverte du territoire (route touristique virtuelle) Animer une démarche numérique communautaire autour du patrimoine (animateur numérique de territoire, Community manager, reporter de territoire)  2. Le numérique au service de la santé Développer la médecine numérique (télémédecine, e-santé)  3. Le numérique au service de la stratégie territoriale de communication Favoriser l'utilisation des outils contributifs, collaboratifs pour les acteurs, par les acteurs et pour le territoire (instagram, openstreet map)  4. Le numérique au service des services à la population Pérenniser, renforcer, alimenter le Point Info Logement, le Point Info Service Mieux communiquer sur les service de mobilité Former les plus jeunes aux outils numériques (acquisition de la compétence numérique)  5. Le numérique au service de l'emploi Donner un environnement web performant pour les entreprises Rendre plus visible et accessible l'offre de formation (FOAD)
Publics visés		Touristes, Habitants, Ensemble des Acteurs locaux
Maitres d'ouvrages potentiels		PETR, Communautés de communes, Communes, Ensemble des acteurs locaux
Partenaires		Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental, GIP Haute-Marne
Dispositifs	RÉSULTATS ATTENDUS	Meilleure visibilité du territoire sur le web Amélioration des services numériques aux touristes, aux actifs et à la population
d'évaluation	INDICATEURS DE RÉSULTATS	Structuration des sites internet du territoire sur le web Services nouveaux et/ou mutualisations « numériques » réussies Niveau d'appropriation des web-services et outils par les usagers

# 4. Favorisons la coopération entre les communautés de communes

L'orientation retenue vise à mettre en mouvement le territoire pour organiser, mutualiser, clarifier les **compétences**. Le futur PETR doit être l'animateur du Projet de territoire et fédérer les acteurs dans un objectif d'intelligence collective en favorisant le « travailler ensemble » avec et entre les communautés de communes.

Par ailleurs, cette volonté doit s'accompagner de **démarches d'évaluation** des politiques publiques menées en continue.















# Favorisons la coopération entre les communautés de communes







Afin de favoriser la coopération entre les communautés de communes, un objectif général a été fixé :

N°8 : Mettre en place une gouvernance territoriale.

## Objectif général n°8 : Mettre en place une gouvernance territoriale

- => Encourager les mutualisations de moyens entre les Communautés de communes.
- => Assurer le suivi-évaluation du Projet de territoire et du programme LEADER.

### Plans d'actions pour favoriser le travailler ensemble

- 22. Mutualiser les ressources humaines, les compétences entre les acteurs publics
- 23. Conduire une démarche d'évaluation en continue des politiques publiques



Orientation n°4 : Favorisons la coopération entre les communautés de communes Objectif général n°8 : Mettre en place une gouvernance territoriale

### Fiche plan d'actions n°22

## Mutualiser les ressources humaines, les compétences entre les acteurs publics

Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	DIAGNOSTIC	Insuffisance de liens entre Communes / Communautés de communes / Association du Pays de Langres : tendre vers une harmonisation des compétences par EPCI, gestion mutualisée des compétences des communes
		Non visibilité de l'organisation territoriale du bassin d'emploi de Langres (multiplicité des acteurs)
	ENJEUX À TRAITER	<ul> <li>Cohérence entre les services à la population et le développement de l'habitat         Ce qui est en jeu : faciliter la vie des habitants</li> <li>Diminutions des dotations de l'ETAT envers les collectivités territoriales et la volonté de maintenir un service public à la hauteur des besoins du territoire et de ses habitants         Ce qui est en jeu : accroissement de la coopération intercommunautaire</li> </ul>
		Mutualiser avec une ou plusieurs autres structures doit naître avant toute chose d'une envie commune de collaboration. Mutualiser des ressources (matérielles, financières ou humaines) suppose en effet la contribution de chacun des acteurs et induit solidarité, partage, responsabilités assumées. La mutualisation peut être envisagée pour favoriser les échanges entre structures, renforcer la qualité d'un service, améliorer la cohérence de services entre eux pour un meilleur service rendu aux citoyens, ou encore libérer du temps, maîtriser les dépenses, faire des économies.
Description du plan d'actions		Les composantes du bloc local réfléchissent à leur organisation commune pour trouver une meilleure efficacité opérationnelle conduisant, à terme, à une optimisation financière. Le projet de schéma de mutualisation spécifie les objectifs en matière d'offre de services et de son organisation et mentionne l'impact prévisionnel de celle-ci sur les effectifs et les dépenses de fonctionnement. Il détaille les compétences, décrit ce qui relèvera d'un service commun, d'une mise à disposition, de groupements de commandes, présente le planning des actions avec le calendrier des échéances, etc.
		La mutualisation de moyens est la plus répandue et «la plus simple» à mettre en œuvre ; elle peut se traduire par la mise en commun de locaux ou de matériels, de systèmes d'information, la constitution de groupements d'achats, de marchés publics, la création de supports de communication communs, ou la mise en place de groupes d'échanges de pratiques, de rencontres professionnelles.  La mutualisation de ressources humaines est, quant à elle, plus exigeante à mettre en œuvre. Différentes formes sont possibles : mise à disposition d'agents, organisation de sessions de formations communes, création d'un service commun, etc. Parce qu'elle permet une meilleure qualité des emplois, elle favorise la remise à plat des méthodes de travail dans le but de mieux faire fonctionner les services et ainsi la montée en compétences des agents.
		Au niveau local, les thèmes pouvant être propices à la mutualisation sont les suivants : urbanisme (élaboration des documents d'urbanisme, autorisation et instruction d'urbanisme), Systèmes d'informations géographiques (SIG), communication, assainissement, maisons des services aux publics, fonctions supports, ingénierie de projet, etc.
Publics visés		Acteurs publics : Communes, Communautés de communes, PETR, Etablissements publics
Maitres d'ouvrages potentiels		PETR, Communautés de communes, Communes, Etablissements publics
Partenaires		Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental
Dispositifs	RÉSULTATS ATTENDUS	Des actions de mutualisation effectives favorisant la collaboration effective entre les Collectivités locales du territoire : Communes, Communautés de communes, PETR
d'évaluation	INDICATEURS DE RÉSULTATS	Types d'actions de mutualisation conduites / Thèmes traités / Organisation du territoire en matière de services aux publics

Orientation n°4 : Favorisons la coopération entre les communautés de communes Objectif général n°8 : mettre en place une gouvernance territoriale

### Fiche plan d'action n°23

## Conduire une démarche d'évaluation en continue des politiques publiques

Contexte au regard de la stratégie et des enjeux	DIAGNOSTIC	Dynamique collective construite grâce aux acteurs locaux – forte volonté de s'en sortir
		Des démarches d'évaluation expérimentées lors de la période 2003-2013 par le Conseil de développement, mais qui reste à amplifier
	ENJEUX À TRAITER	L'évaluation est une démarche qui vise à donner de la valeur, prendre du recul, émettre un constat sur une situation, et prendre des décisions, au regard des objectifs de départ et des finalités de l'action. Evaluer c'est donc mesurer le chemin parcouru pour progresser, réajuster, mettre en co-hérence. L'évaluation est un outil au service de la démarche de progrès qui s'inscrit dans le souci de l'amélioration continue des actions. C'est aussi un outil de clarification et de valorisation auprès des partenaires.  Ce qui est en jeu : importance de juger de la valeur d'une politique, d'un programme, d'un projet, en vue d'améliorer les pratiques et d'éclairer la prise de décision
Description du plan d'actions		Pour ce faire, de nombreuses méthodologies d'évaluation se sont développées, renforçant les approches participatives, la collecte d'information systématique auprès des usagers et les processus de co-décision. L'évaluation partagée, impliquant l'ensemble des parties prenantes, contribue à l'amélioration des pratiques individuelles et collectives, en permettant de se situer dans une logique d'amélioration continue d'une politique, d'un programme, d'un projet.  Mener une démarche d'évaluation pose la question du périmètre : une politique, un programme, un projet / une zone géographique / une période temporelle définie et ainsi du type d'évaluation :  - ex-ante : intervient en aval de la mise en œuvre du projet, au moment de la conception d'un programme. Sa fonction est notamment de vérifier l'adéquation des objectifs par rapport aux besoins, enjeux ou problèmes à résoudre, - intermédiaire ou à mi-parcours : permet de réorienter l'action. Peut être mise en œuvre pour vérifier, au milieu du cycle du projet, si les besoins sont toujours présents, si la gestion du programme se déroule comme prévu ou nécessite une amélioration et pour analyser éventuellement les premiers effets du programme, - finale : en fin de programme, permet d'observer les conséquences à court terme, - ex-post : aprèse l'arrêt du programme, se situe nettement après la clôture de l'action et s'intéresse aux effets à moyen ou long terme (impacts), - in itinere (évaluation chemin faisant) : évaluation effectuée tout au long du déroulement d'une politique, d'un programme, d'une action  Le but d'une évaluation est d'analyser les effets d'une politique, d'un programme, d'un projet et de porter un jugement. Ce jugement s'articule autour d'une palette de critères : pertinence, efficacité, efficience, impact, viabilité.  Questions évaluatives possibles en lien avec les ambitions du Projet de territoire 2014-2024 : - mesurer et rendre lisible la dimension économique des secteurs associatif, touristique et culturel, - évaluer l'atteinte des objectifs de d
Publics visés		Elus, Ensemble des acteurs locaux
Maitres d'ouvrages potentiels		Conseil de développement territorial du pays de Langres, PETR, Communautés de communes
Partenaires		PETR, Communautés de communes, Europe, Etat, Conseil Régional, Conseil Départemental
Dispositifs d'évaluation	RÉSULTATS ATTENDUS	Réalisation d'une évaluation in itinere co-conduite par le PETR et le Conseil de développement territorial permettant de juger tout ou partie de la ligne politique choisie du Projet de territoire 2014-2024, qui est notamment axée sur la valorisation économique des atouts locaux, créatrice de valeur ajoutée et d'emplois dans une logique de développement durable, et ainsi de juger des pratiques employées pour y contribuer
	INDICATEURS DE RÉSUL- TATS	Type d'évaluations conduites / Nature des questions évaluatives posées

## L'articulation avec la politique régionale

LE « PACTE POUR LA RURALITÉ » DE LA RÉGION GRAND EST : « POUR UNE INTERVENTION RÉGIONALE FORTE ET IMMÉDIATE EN FAVEUR DE LA RURALITÉ. »

Le Pacte de la Région Grand Est s'articule autour de quatre objectifs. Quelle mise en œuvre possible sur le territoire du PETR du pays de Langres ?

### Assurer une meilleure accessibilité numérique et physique des territoires ruraux

Ambition : le pays de Langres : Territoire de services. Le pays de Langres veut être organisé en Pôles de vie avec un objectif de rationalisation territoriale. Dans cette organisation, la Ville de Langres sera la ville identitaire du territoire.

### MAINTENIR ET DÉVELOPPER DES ACTIVITÉS ÉCONOMIQUES

Ambition : le pays de Langres : Territoire économique. Le pays de Langres veut créer de la richesse grâce à ses atouts (emplois, compétences, etc.) et grâce à la captation de nouveaux revenus (touristes, retraités, résidents secondaires, navetteurs) d'ici à 2024.

Orientation 1 : Osons nos atouts locaux-objectif général : favoriser le développement économique

### FAVORISER LA STRUCTURATION INSTITUTIONNELLE ET LA CAPACITÉ D'ACTION DES TERRI-

Ambition : le pays de Langres : Territoire économique. Le pays de Langres veut être organisé en Pôles de vie avec un objectif de rationalisation territoriale. Dans cette organisation, la Ville de Langres sera la ville identitaire du territoire.

Orientation 1 : Osons nos atouts locaux—objectif général :: travailler à un aménagement durable du territoire

### TERRITORIALISER L'ACTION RÉGIONALE POUR EN ACCROÎTRE L'IMPACT ET L'EFFICACITÉ

Le pays de Langres souhaite être un territoire accueillant, valorisé, de qualité environnementale et attractif auprès des actifs, des touristes de passage et de court séjour, des résidents secondaires d'ici à 2024.

A l'image du programme LEADER du pays de Langres, une contractualisation CR Grand Est / PETR pays de Langres pourrait être travaillée sur la base du Projet de territoire et d'un comité d'élus (majoritaire) et de représentants du Conseil de développement territorial. Ce comité pourrait ensuite examiner les demandes et de donner un avis sur le projet par rapport à la stratégie régionale et à celle du territoire pour une plus forte implication des acteurs dans la mise en œuvre des politiques locales et régionales et une plus grande responsabilisation quant à l'engagement des fonds publics régionaux sur le territoire. Ainsi tous deviennent les ambassadeurs des fonds régionaux.

