

# SOMMAIRE

<b>1# LABELS / IMAGE / PARTENARIATS</b> .....	<b>p. 9</b>
<b>2# AGRICULTURE / AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE</b> .....	<b>p. 29</b>
<b>3# EAU / TRANSITION ÉCOLOGIQUE</b> .....	<b>p. 51</b>
<b>4# CULTURE / PATRIMOINE / OCCITAN</b> .....	<b>p. 81</b>
<b>5# JEUNESSE / ÉDUCATION / IMMOBILIER DÉPARTEMENTAL</b> .....	<b>p. 115</b>
<b>6# SOLIDARITÉS</b> .....	<b>p. 141</b>
<b>7# MOBILITÉS</b> .....	<b>p. 189</b>
<b>8# NUMÉRIQUE / INNOVATION / ÉNERGIE</b> .....	<b>p. 217</b>
<b>9# ATTRACTIVITÉ / TOURISME</b> .....	<b>p. 231</b>
<b>10# SPORTS</b> .....	<b>p. 247</b>
<b>11# L'ASSEMBLÉE POUR L'AVEYRON</b> .....	<b>p. 265</b>
<b>12# GOUVERNANCE / PERFORMANCE</b> .....	<b>p. 269</b>

# SOMMAIRE

<b>1# LABELS / IMAGE / PARTENARIATS</b> .....	<b>p. 9</b>
<b># LABELS</b>	
1.1 - Essentiels d'Aveyron (Grands projets)	
1.2 - Aveyron, terre de tournages	
1.3 - Fabriqué en Aveyron	
<b># IMAGE</b>	
1.4 - Communication institutionnelle	
1.5 - Communication de projets	
1.6 - Communication opérationnelle	
1.7 - Communication internationale / Coopération décentralisée	
<b># PARTENARIATS</b>	
1.8 - Contrat de Projets Aveyron- Territoires	
1.9 - Aveyron Ingénierie	
1.10 - Partenariats France Services	
<b>2# AGRICULTURE / AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE</b> .....	<b>p. 29</b>
<b># AGRICULTURE</b>	
2.1 - Préserver notre agriculture, la valoriser pour mieux la transmettre	
2.2 - Bâtir notre identité agricole pour mieux la communiquer	
2.3 - Échanges amiables	
2.4 - Plateforme d'approvisionnement local	
2.5 - Cuisines centrales	
2.6 - Vers un Projet Alimentaire de Territoire	
<b># AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE</b>	
2.7 - Fonds de soutien aux territoires	
2.8 - Politique départementale de l'habitat	
<b>3# EAU / TRANSITION ÉCOLOGIQUE</b> .....	<b>p. 51</b>
<b># UNE POLITIQUE AMBITIEUSE EN MATIÈRE D'EAU</b>	
3.1 - Eau potable	
3.2 - Assainissement collectif	
3.3 - Aménagement des rivières	
<b># UN DÉPARTEMENT EXEMPLAIRE DANS LA GESTION DE SON PATRIMOINE DÉPARTEMENTAL</b>	
3.4 - Limiter l'imperméabilisation des espaces publics	
3.5 - Agir sur le patrimoine départemental	
3.6 - Équiper les bâtiments départementaux de panneaux photovoltaïques	
3.7 - Infrastructures de Recharges pour Véhicules Electriques – IRVE	
3.8 - Développement durable et amélioration du cadre de vie	
<b># UN PATRIMOINE NATUREL À VALORISER ET À FAIRE DÉCOUVRIR</b>	
3.9 - Préservation et valorisation de la biodiversité	
3.10 - Aménagement et valorisation des espaces naturels sensibles	
3.11 - MICROPOLIS vitrine départementale	
3.12 - Éducation à l'environnement et au développement durable	
3.13 - Plan départemental des itinéraires de promenade et de randonnée	
3.14 - Embellissement des villages et concours départemental du fleurissement	

# SOMMAIRE

## **4# CULTURE / PATRIMOINE / OCCITAN ..... p. 81**

### **# UNE MANDATURE TOURNÉE VERS LA JEUNESSE**

4.1 - Éducation artistique et culturelle

4.2 - Des livres et des bébés

4.3 - Talents d'Aveyron

### **# RENDRE NOTRE PATRIMOINE TOUJOURS PLUS VIVANT**

4.4 - Soutien à l'archéologie

4.5 - Soutien à la restauration du patrimoine protégé

4.6 - Soutien à la restauration du patrimoine rural non protégé

4.7 - Aveyron Occitan et identité culturelle aveyronnaise

### **# LA CULTURE ANIME NOS TERRITOIRES**

4.8 - Plan départemental concerté pour le développement d'un réseau des bibliothèques

4.9 - Actions et animations culturelles itinérantes en bibliothèques

4.10 - Une offre culturelle numérique

4.11 - Informatisation des bibliothèques

4.12 - Ingénierie culturelle et territoires

4.13 - Partenariat départemental avec les structures culturelles et les territoires

4.14 - Festivals et manifestations culturelles aveyronnaises

4.15 - Offre culturelle départementale

## **5# JEUNESSE / ÉDUCATION / IMMOBILIER DÉPARTEMENTAL ..... p. 115**

### **# JEUNESSE / ÉDUCATION**

5.1 - Sectorisation des collèges

5.2 - Repas des collégiens

5.3 - Actions numériques pour la jeunesse

5.4 - Une consultation intergénérationnelle : collégiens et professionnels de la jeunesse : à vos projets !

5.5 - Accompagner les jeunes qui bougent : leur permettre d'explorer et d'expérimenter pour mieux comprendre

5.6 - Des parcours pour soutenir les jeunes « Projets Sac'ADO – Avenir – Aveyron »

5.7 - L'enseignement supérieur en Aveyron : un élément d'attractivité et de mobilisation des aveyronnais

5.8 - 1 Étudiant = 1 Aveyronnais en devenir – Choisir l'Aveyron comme territoire d'études supérieures

### **# IMMOBILIER DÉPARTEMENTAL**

5.9 - Maîtrise des charges de fonctionnement des bâtiments et des collèges

5.10 - Politique immobilière Programmation Pluriannuelle d'Investissement – PPI

5.11 - Centre départemental de supervision

# SOMMAIRE

<b>6# SOLIDARITÉS</b> .....	<b>p. 141</b>
6.1 - Développement social et local et innovation territoriale	
6.2 - Afficher la solidarité du Département envers les familles	
6.3 - Renforcer la lutte contre les violences conjugales et intrafamiliales	
<b># ENFANCE ET FAMILLE</b>	
6.4 - Renforcer les actions de prévention petite enfance	
6.5 - Développer des actions de prévention en direction de la jeunesse	
6.6 - Valoriser le métier de « famille d'accueil »	
6.7 - Accompagner les enfants à difficultés multiples et leurs accueillants	
6.8 - Prise en charge des Mineurs Non Accompagnés	
<b># EMPLOI ET INSERTION</b>	
6.9 - Mobilisation pour l'emploi, l'insertion et le recrutement	
6.10 - Aveyron recrute dans le médico-social	
6.11 - Droits et devoirs des bénéficiaires du RSA	
6.12 - Partenariats et proximité avec les acteurs de l'insertion	
<b># VIEILLESSE ET HANDICAP</b>	
6.13 - Expérimentation plateforme de prise en charge globale des personnes âgées	
6.14 - Maintien à domicile : innover pour améliorer la prise en charge	
6.15 - Politique de l'habitat pour les personnes en perte d'autonomie	
6.16 - Soutenir et moderniser les EHPAD	
6.17 - Conforter et développer le dispositif de coordination des parcours des personnes âgées	
6.18 - Améliorer la réponse de proximité aux usagers en situation de handicap	
<b>7# MOBILITÉS</b> .....	<b>p. 189</b>
<b># INFRASTRUCTURES ROUTIÈRES</b>	
7.1 - Modernisation du réseau routier départemental	
7.2 - RN88 à 2x2 voies dans le Département de l'Aveyron	
7.3 - Programmation Pluriannuelle d'Investissement - PPI	
7.4 - Aménagement des routes départementales en traverse d'agglomération	
7.5 - Aménager des routes départementales dans les zones urbaines du Département	
7.6 - Elargissement du relèvement de la Vitesse Maximale Autorisée à 90km/h	
<b># MOBILITÉS DOUCES</b>	
7.7 - Schéma directeur départemental des mobilités douces	
7.8 - Doter le patrimoine départemental de mobilités douces	
7.9 - Aménagements cyclables	
7.10 - Aménagement d'aires de covoiturage modernes et adaptées aux nouveaux besoins de mobilité	
<b># TRAFIC AÉRIEN ET FERROVIAIRE</b>	
7.11 - Un département ouvert vers l'extérieur	

# SOMMAIRE

## **8# NUMÉRIQUE / INNOVATION / ÉNERGIE** ..... p. 217

### **# NUMÉRIQUE**

- 8.1 - Développement du Très Haut Débit par le déploiement de la fibre optique sur l'ensemble du territoire
- 8.2 - Le numérique au service du monde économique, des services et des usagers, véritable facteur d'attractivité
- 8.3 - Lutte contre l'exclusion numérique
- 8.4 - Filière domotique / objets connectés et services numériques pour personnes âgées et personnes en situation de handicap

### **# INNOVATION / ÉNERGIES**

- 8.5 - Faire de l'Aveyron un laboratoire de l'innovation
- 8.6 - L'énergie et le développement durable

## **9# ATTRACTIVITÉ / TOURISME** ..... p. 231

- 9.1 - Destination Aveyron
- 9.2 - Identifier et attirer de nouveaux talents
- 9.3 - Offrir des « facilités de vies » pour s'installer en Aveyron

## **10# SPORTS** ..... p. 247

- 10.1 - Sport des jeunes-santé par le sport
- 10.2 - Sport pour tous-santé par le sport
- 10.3 - Sport de nature et tourisme
- 10.4 - Sport et comités sportifs départementaux
- 10.5 - Sport et évènements
- 10.6 - Sport et clubs
- 10.7 - Sport et élite
- 10.8 - Sport et qualité de vie locale
- 10.9 - Sport et infrastructures

## **11# L'ASSEMBLÉE POUR L'AVEYRON** ..... p. 265

- 11.1 - Mise en place du conseil citoyen à l'échelle départementale  
« L'Assemblée pour l'Aveyron »

## **12# GOUVERNANCE / PERFORMANCE** ..... p. 269

### **# FINANCES**

- 12.1 - Prospective budgétaire
- 12.2 - Contrôle / conseil de gestion
- 12.3 - Mobilisation de fonds européens

### **# RESSOURCES HUMAINES**

- 12.4 - Fonctions de conseil et accompagnement des services et des organismes associés
- 12.5 - Recrutement
- 12.6 - Valorisation des compétences
- 12.7 - Connaissance des métiers et missions
- 12.8 - Apprentissage / alternance
- 12.9 - Marque employeur
- 12.10 - Maintien de l'employabilité
- 12.11 - Personnels adjoints techniques territoriaux des établissements d'enseignement
- 12.12 - Médecine scolaire
- 12.13 - Personnel des collègues

# ÉDITO



En mai dernier, partout en Aveyron, dans chaque canton, les Aveyronnais ont été invités à prendre part à un temps fort de notre vie démocratique locale, à échanger, puis à choisir, un binôme de conseillers départementaux pour siéger à l'Assemblée du Département. L'Aveyron a massivement manifesté son désir d'un projet d'avenir, porté par une équipe renouvelée. Les Aveyronnais ont aussi signé leur goût immodéré du rassemblement et de la cohésion.

C'est avec ces messages vissés au coeur que l'équipe d'élus du Département s'est attelée dès le 1er juillet à la tâche passionnante d'écriture du projet de mandature pour les sept années qui arrivent. Trois préoccupations fondamentales ont guidé les élus pas à pas :

- Porter un projet qui s'adresse à chaque Aveyronnais, dans tous les stades et les aspects de son existence ;
- Concevoir des politiques et porter des actions qui aient du sens ; nous savons devoir à nos concitoyens de la cohérence, de la rigueur et de la clarté dans nos choix ;
- Innover, dans tous les aspects de nos stratégies, afin de hisser notre département vers le haut, de le faire briller, et aussi pour que notre institution, le Département, soit toujours tournée vers la modernité.

Les nouveautés de ce mandat sont nombreuses, et témoignent de l'énergie et de la volonté qu'élus et équipes ont en partage.

De tous temps, l'Aveyron a su dompter ses fragilités en faisant des atouts et en promouvant partout une image de dynamisme et de détermination. Pour aller plus loin dans ce dessein, l'Agence départementale réunissant tourisme et attractivité sera officiellement opérationnelle en 2022.

Sans négliger l'attention que nous portons aux personnes les plus fragiles, il est nécessaire de miser sur une jeunesse longtemps laissée sur le bas-côté, avec des ambitions en matière de citoyenneté, d'éducation, de sport, sur tout ce qui fait l'adulte en devenir.

L'Agence Départementale du Sport, enrichie par de multiples partenariats, permettra de relever le défi qu'impose ce besoin d'accessibilité aux pratiques sportives pour tous. Il en est de même pour la politique culturelle, élément indispensable de cohésion sociale, dont la transversalité dans nos territoires ruraux représente un objectif important que nous partageons avec l'État et les collectivités.

L'attractivité de ces territoires passe par l'achèvement du désenclavement de nos réseaux routiers et le déploiement du numérique.

Nous tenons à encourager et mettre en valeur les initiatives innovantes, créatrices de richesses, à travers l'Agence Départementale du Numérique, de l'Innovation et de l'Énergie.

À l'heure où nous espérons sortir d'une crise sanitaire douloureuse, permettre à tous de trouver un emploi, sa place dans notre société, de pouvoir assumer ses besoins est une priorité ; avec les services de l'État et les acteurs de l'insertion, nous voulons apporter notre contribution aux besoins de recrutement évidents des entreprises du territoire et valoriser le potentiel des personnes employables. A chaque fois que c'est nécessaire, c'est aussi à l'extérieur que nous irons chercher ces forces vives, en accompagnant les actifs qui feront le choix de l'Aveyron.

L'Aveyron – notre bien commun – est souvent perçu comme un joyau préservé des affres des années folles de la suractivité. Pour autant, notre environnement est à préserver, en particulier autour de notre richesse hydrique, sans jamais entraver le nécessaire essor de nos activités, agricole, économique, commerciale, entrepreneuriale, touristique. Ce projet se veut garant de cet équilibre subtil.

Le Département, c'est d'abord et avant tout un vecteur de solidarités : dès les premiers jours de juillet, nos politiques en faveur des plus faibles, des personnes en situation de handicap, des seniors dépendants, des mineurs en difficulté, ont été au centre de nos attentions : l'Aveyron veut proposer à chacun un modèle inédit de suivi et d'accompagnement, et être soutenu nationalement dans ces initiatives.

C'est aussi en nuanciant le soutien aux territoires – différents et nombreux – qui composent le département – que l'Aveyron veut jouer son rôle de catalyseur. Une nouvelle génération de partenariat en faveur des collectivités « Contrat de Projets Aveyron Territoires » mettra en relation les politiques départementales et les besoins des territoires pour veiller à la réduction des inégalités d'équipements, d'accès aux services afin de conforter la qualité de vie des Aveyronnais.

C'est à la sagacité de chaque aveyronnais que nous soumettons ce travail, avec l'expression de notre dévouement et de notre volonté aigüe de le servir au mieux. Afin d'ouvrir une fenêtre supplémentaire sur l'indispensable concertation que les Français appellent partout de leurs vœux, « L'Assemblée pour l'Aveyron » favorisera la participation directe et active de tous les citoyens à la politique de leur département.

C'est ensemble que nous atteindrons ces objectifs ; c'est pour vous que nous mettrons tout en oeuvre pour y parvenir.

**Arnaud VIALA**  
Président du Département

L'Aveyron  
se bouge !

12 DÉFIS POUR  
FAIRE VIBRER L'AVEYRON

**Défi #1**

**LABELS / IMAGE /  
PARTENARIATS**





# #1 LABELS / IMAGE / PARTENARIATS

## #LABELS

Essentiels d'Aveyron  
(Grands Projets)

Aveyron – Terre de tournages

Fabriqué en Aveyron

## #IMAGE

Communication  
institutionnelle

Communication  
de projets

Communication  
opérationnelle

Communication internationale /  
Coopération décentralisée

## #PARTENARIATS

Contrat de Projets  
Aveyron-Territoires (CPAT)

Partenariats France Services

Aveyron Ingénierie

# #1 LABELS / IMAGE / PARTENARIATS

## #LABELS

	POUR QUI ?	POUR QUOI ?	N° DE FICHE
<b>Essentiels d'Aveyron (Grands Projets)</b>	EPCI, Communes, Associations	Valoriser via un label départemental les grands projets emblématiques aveyronnais (sites, évènements, manifestations...).	<b>#1.1</b>
<b>Aveyron – Terre de tournages</b>	Professionnels de l'audiovisuel	Accompagnement de projets audiovisuels réalisés en Aveyron.	<b>#1.2</b>
<b>Fabriqué en Aveyron</b>	Aveyron Entreprises Consommateurs	Améliorer l'attractivité résidentielle à travers la notoriété et l'image de l'Aveyron Valoriser les savoir-faire des entreprises, développer l'activité et la création d'emplois.	<b>#1.3</b>

## #IMAGE

	POUR QUI ?	POUR QUOI ?	N° DE FICHE
<b>Communication Institutionnelle</b>	Les agents, partenaires, élus, Aveyronnais	Proposer une stratégie de communication ciblée ainsi qu'une marque ombrelle unique, pour mettre en valeur les atouts du Département, les actions, les services et la ligne politique de mandat.	<b>#1.4</b>
<b>Communication de projets</b>	Aveyronnais, presse, élus	Redonner du sens aux politiques publiques, faciliter la compréhension du projet de mandature et la visibilité de ses actions, diffuser une image rassembleuse, fédératrice, accessible et réactive de la nouvelle équipe et améliorer la clarté des missions de chacun pour les aveyronnais.	<b>#1.5</b>

	POUR QUI ?	POUR QUOI ?	N° DE FICHE
<b>Communication Opérationnelle</b>	Aveyronnais, partenaires, associations	Exposer l'ampleur des actions du Département, valoriser les atouts de chaque service, optimiser la collaboration avec les territoires et partenaires extérieurs, communiquer autour des grandes causes que défend le Département.	<b>#1.6</b>
<b>Communication internationale / coopération décentralisée</b>	Usagers Collectivités locales et étrangères Établissements scolaires, universitaires, d'éducation spécialisés Associations Clubs sportifs Acteurs culturels	Renforcer et développer l'attractivité et l'image de l'Aveyron à l'international. Faire perdurer les échanges avec les pays partenaires historiquement liés au territoire aveyronnais.	<b>#1.7</b>

## #PARTENARIATS

	POUR QUI ?	POUR QUOI ?	N° DE FICHE
<b>Contrat de Projets Aveyron-Territoires (CPAT)</b>	EPCI, Communes	Contractualiser avec les territoires. Ces contrats « CONTRAT DE PROJETS AVEYRON TERRITOIRES » permettront de mettre en relation les politiques départementales et les besoins des territoires.	<b>#1.8</b>
<b>Aveyron Ingénierie</b>	Les communes Les EPCI	Porte d'entrée : Faciliter et développer l'accès à l'ingénierie pour les communes et les EPCI.	<b>#1.9</b>
<b>Partenariats France Services</b>	Les usagers aveyronnais, les porteurs de projets France Service	Faciliter le déploiement des France Services et développer le partenariat avec le service du Département.	<b>#1.10</b>

# #1.1 ESSENTIELS D'AVEYRON (GRANDS PROJETS)

L'Aveyron est riche de sites emblématiques à forte résonance patrimoniale, culturelle, touristique et économique, pour certains déjà valorisés, pour d'autres en devenir. Ces sites participent de la vitalité de nos territoires et constituent des opportunités en matière d'aménagement et d'équilibre du territoire départemental. Ces projets peuvent et doivent constituer des moteurs autour d'une ambition et dynamique communes aux acteurs du territoire.

Les investissements à consentir sont souvent conséquents et s'inscrivent en général dans la durée après qu'aient été arrêtés les contours d'aménagement et satisfaites les démarches préalables. Considérant tant la portée de ces projets que leur dimension financière et les calendriers qui leurs sont associés, deux de ces projets devraient d'ailleurs émerger au CPER 2021 -2027 en gestation, en l'occurrence le projet « Roquefort Demain », porté par le Syndicat Mixte du Combalou dont le Département est membre, et le projet de restructuration du site de l'Abbaye de Sylvanès porté par la communauté de communes Monts Rance et Rougier, accompagnée par Aveyron Ingénierie.

Le projet Conques Grands Sites de France, également suivi par Aveyron Ingénierie, compte bien sûr parmi les initiatives à accompagner tenant compte de la forte notoriété du site sur les chemins de Saint Jacques.

Fort logiquement, ces opérations appelleront le moment venu un partenariat financier du Département qui pourra le cas échéant être appréhendé sur plusieurs exercices.

## Valorisation patrimoniale, culturelle, identitaire | Notoriété | Ambition



## MODALITÉS D'INTERVENTION

L'aide départementale sera appréciée au cas par cas, en tenant compte :

- Du projet, de son rayonnement et de son attractivité sur le territoire,
- Du cadre partenarial établi autour du projet et de son envergure,
- De la prise en compte des enjeux environnementaux et des choix techniques opérés à cet effet dans la mise en œuvre du projet,
- De l'utilisation de matériaux nobles issus de filières locales,
- Des labels décernés/escomptés,
- Du caractère innovant du projet,
- Des capacités financières de la collectivité maître d'ouvrage,
- Des enveloppes budgétaires départementales disponibles.

## COMPOSITION DU DOSSIER :

- Lettre de saisine adressée au Président du Conseil départemental
- Formulaire de demande complété, daté et signé
- Délibération approuvant le projet et son plan de financement prévisionnel
- Notice explicative, programme détaillé des travaux, dossier avant-projet s'il y a lieu

Autant que de besoin, d'autres pièces pourront être sollicitées par les services instructeurs selon la nature de l'opération.

## #1.2 AVEYRON - TERRE DE TOURNAGE

Nourrir la notoriété du territoire par le film et les projets audiovisuels.

Le Département de l'Aveyron est confronté, comme tout le territoire national, à la nécessité d'augmenter sa notoriété et son attractivité.

Afin de participer à cet enjeu, le Département mettra l'accent, lors de cette mandature, sur un projet de valorisation de l'Aveyron, de son territoire, de sa population, de son patrimoine, par l'accompagnement des projets audiovisuels.

En lien avec la future Agence Départementale de l'Attractivité et du Tourisme et la Direction de la Culture, des Arts et des Musées du Département, sous l'égide de la direction de la communication, il s'agira d'engager un programme destiné aux professionnels de l'audiovisuel :

- La production cinématographique et audiovisuelle dans toutes ses composantes devra augmenter et valoriser les atouts du territoire,
- Les actions de médiation en lien avec les tournages en Aveyron accentueront le rôle attractif de ces projets et auront pour objectif de faire des Aveyronnais et plus largement des publics, des ambassadeurs du territoire.

Les axes d'intervention du Département sur ce secteur sont multiples :

- Accompagner les professionnels du secteur pour trouver un lieu de tournage,
- Accompagner les professionnels du secteur dans leur démarche d'autorisation de tournage,
- Proposer une banque de données aux propriétaires et gestionnaires de lieux de tournages potentiels en Aveyron à destination des professionnels,
- Faciliter la mise en réseau et l'accompagnement des professionnels de la filière (acteurs, techniciens, producteurs...),
- Valoriser par la communication et la médiation les lieux de tournages et les décors de tournages auprès du grand public,
- Mettre en œuvre des actions d'éducation à l'image valorisant le territoire envers le jeune public.

Par ailleurs, la Direction de la Culture, des Arts et des Musées du Département suivra la gestion des aides à la production :

- Pour la fiction longs métrages,
- Pour la fiction courts métrages,
- Pour la fiction TV et internet,
- Pour les documentaires.

# #1.3 FABRIQUÉ EN AVEYRON

Il y a douze ans, le Département et ses partenaires économiques (Chambre d'Agriculture, Chambre de Commerce et d'Industrie et Chambre de Métiers) lançaient l'estampille « Fabriqué en Aveyron » dans l'objectif de valoriser l'Aveyron, son identité et ses valeurs à travers les produits emblématiques et les savoir-faire des entreprises.

Aujourd'hui ce sont 524 entreprises qui ont adhéré à la démarche pour plus de 3 650 références produits. De nombreux secteurs d'activité sont concernés : en premier lieu l'agroalimentaire avec un peu plus de 50% d'entreprises de ce secteur, mais aussi de l'artisanat d'art (coutellerie, bijoux, céramique, ...), le secteur du bois (construction et ameublement), la mécanique, le textile,-cuir –ganterie, maroquinerie-, - l'habillement ou encore l'édition.

La marque est bien installée dans le paysage aveyronnais et commence à disposer d'une notoriété hors Aveyron qu'il convient d'amplifier.

Il importe désormais de donner à la marque Fabriqué en Aveyron une nouvelle dimension.

## OBJECTIFS

Améliorer la notoriété de la marque hors Aveyron à travers :

- Une ou plusieurs manifestations dédiées sur des marchés de proximité géographique (Toulouse, Montpellier) ou « affective » (Paris),
- La présence à des événements porteurs en termes de visibilité et de notoriété : Salon du Trail, MIF Expo, ...
- Une présence sur des sites vitrines de l'Aveyron accueillant de nombreux touristes (ex : aires d'autoroute),
- Un renforcement des partenariats avec des distributeurs (GMS, e-commerce...) de produits de la marque.

Améliorer l'image de la marque, notamment au regard des nouvelles exigences en matière de consommation :

- Favoriser un approvisionnement local en matières premières et en sous-traitance pour amplifier un cercle vertueux permettant le développement des activités et de l'emploi en Aveyron,
- Inclure des exigences environnementales et de développement durable.

Fiabiliser la marque et renforcer la communauté des acteurs de la marque par la mise en place de procédures de contrôle et d'une éthique dans les usages de la marque.

## **NATURE DE L'OPÉRATION**

Organisation d'un événement dédié à la marque hors Aveyron (type Salon),  
Présence à des événements en Aveyron et hors Aveyron (Salon de l'agriculture, Marchés des Pays de l'Aveyron à Bercy, Made in France...),  
Actions de communication numérique,  
Création d'espace de promotion du Fabriqué en Aveyron sur des lieux vitrines accueillant des touristes,  
Évolution de la Charte de la marque intégrant des nouvelles exigences environnementales,  
Mise en place d'un dispositif de contrôle des usages de la marque.

## **BÉNÉFICIAIRES**

Aveyron (image, notoriété, attractivité) - Entreprises tous secteurs d'activité - Consommateurs.

## **PARTENAIRES**

Chambres consulaires, État (DDETSPP), Organisations de défense et de gestion des Signes officiels de la Qualité et de l'Origine (SIQO).

## **CONTACTS/SERVICE RÉFÉRENT**

Agence Départementale de l'Attractivité et du Tourisme

# #1.4 COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

Afin de disposer d'une stratégie de communication cohérente et uniformisée pour l'ensemble des acteurs du Département, il conviendra de travailler de façon coordonnée sur l'image que nous souhaitons donner de l'Aveyron et de son action tant à l'intérieur du territoire qu'à l'extérieur.

La direction de la communication et l'Agence de Développement de l'Attractivité et du Tourisme (ADAT) travailleront de concert pour proposer une stratégie de communication ciblée qui mettra en valeur les atouts du Département, les actions de ses services et la ligne politique du mandat.

## OBJECTIFS

Définir une stratégie et un plan de communication pour :

- Énergiser, dynamiser, moderniser l'image du territoire,
- Accompagner l'action du Département autour de ses défis sociaux et sociétaux,
- Valoriser les initiatives sur les grands projets du mandat (numérique, sport, emploi, attractivité et tourisme),
- Promouvoir la qualité et l'excellence de l'Aveyron,
- Communiquer sur la qualité des infrastructures.

### 1.4.1 Les Grands rendez-vous du Département

#### 1- Organiser des moments de rassemblement.

Objectifs : créer des moments de convivialité et de rassemblement pour partager les messages et les valeurs avec les partenaires et les agents. Affiner la visibilité des missions du Département, lancer le projet de mandature. Première étape : l'organisation des vœux.

## CIBLES

Les agents : organisation d'une cérémonie conviviale dans un lieu emblématique du Département chargé d'histoire comme par exemple le Palais épiscopal. A cette occasion la nouvelle charte sera présentée avec le projet de la mandature.

Les partenaires et les élus : organisation à une autre date d'une cérémonie dans le même lieu avec présentation du projet, dévoilement de la marque, projection d'images du territoire.

Ces vœux feront l'objet d'une création particulière qui sera le reflet des messages que veut envoyer le Président pour lancer l'année.



## 2 – Les salons

Le Département de l'Aveyron se doit d'être présent sur des temps forts liés à son histoire, ses compétences, son projet.

Le salon de l'Agriculture en février en est un emblème majeur.

Objectif : faire rayonner l'image du Département au-delà de son périmètre.

Le service communication devra recenser l'ensemble des salons qui insufflent cette visibilité au territoire, on peut d'ores et déjà noter : les marchés des pays aveyronnais à Bercy, le week-end adrénaline, Fabriqué en Aveyron (qui peut s'exporter ailleurs en France ou à l'étranger), le carrefour national « pêche et loisirs » en janvier, le marché de Pays à Toulouse, le salon du randonneur à Lyon en mars, les natural games à Millau en juin, routes d'Occitanie en juin, le tour de France en juillet, le what a trip festival en septembre, l'IFTM en octobre, Roc d'Azur en octobre à Fréjus. Ces dossiers seront menés avec l'ADAT.

Organisation d'événementiels hors Département liés au recrutement avec élargissement des actions (à la gastronomie, aux savoir-faire, ...) pour faire connaître la marque aveyronnaise :

- Exporter les marchés « Fabriqué en Aveyron » à l'extérieur du Département,
- Aménager des espaces dédiés à l'intérieur du Département pour promouvoir la marque aveyronnaise,
- Concevoir et diffuser des kits Aveyron Attractivité à l'attention des communes,
- Accentuer l'image économique de l'Aveyron,
- Mettre en valeur le « fabriqué en Aveyron »,
- Exporter les marchés Fabriqués en Aveyron dans les métropoles de la Région.

Dans l'attente de la mise en place de la future Agence Départementale de l'Attractivité et du Tourisme, il faut continuer l'organisation d'événements de prospection délocalisés en y associant les vecteurs d'images positifs du Département (gastronomie, capacités économiques, espaces de randonnées, qualité des produits, ...).

### 1.4.2 L'information des citoyens

#### 1. Le magazine

Objectif : remettre à l'étude la pertinence du magazine et sa périodicité.

Avant de décider d'un abandon ou d'un maintien de cet outil de communication, il serait utile d'en tester l'efficacité auprès d'un échantillon de population du Département. Cette étude nous permettra de cerner ou de définir la ligne éditoriale, de tester une nouvelle approche (périodicité, distribution, maquette).

#### 2. Les réseaux sociaux

Rédaction de la stratégie digitale pour déterminer quel réseau, pour quelle cible, pour quel contenu, à quelle fréquence.

### 3. Le site internet

Après 10 ans d'existence, le site internet de la collectivité ne reflète plus vraiment la nouvelle identité et les messages que souhaite donner le Département. Les usages du web ont évolué, les attentes aussi.

La proposition est de repenser l'outil après une assistance à maîtrise d'ouvrage qui devra recenser les besoins des pôles, les logiciels métiers à développer, les fonctionnalités à mettre en œuvre.

#### 1.4.3 L'image du Département

Quatre grands dispositifs vont être créés en 2022 : l'ADAT, l'agence départementale des sports, l'Agence Départementale du Numérique, de l'Innovation et de l'Énergie et l'assemblée citoyenne. La communication devra s'appuyer sur ces « événements » pour porter des messages forts de changement et de dynamisme. Ça bouge en Aveyron !

Cible : les Aveyronnais et les « prospects ».

Objectif : déployer un nouveau message qui exprime la volonté de dynamiser le Département et de s'organiser autour de services en lien avec les problématiques des Aveyronnais et futurs Aveyronnais.

Le message : le Département concentre son énergie, ses efforts, ses moyens au service des habitants autour du sport, du numérique et de l'attractivité, de l'emploi et du cadre de vie.

Ex : le Département se bouge pour vous ! (Item sport).

Ces grands moments seront l'occasion de déployer une campagne multimédia sur l'ensemble du territoire (radio, télé, presse).

#### 1.4.4 La marque : Essentiels Aveyron

##### **CONTEXTE**

Avec les années, un empilement d'appellations et de marques autour de l'Aveyron est observé : Aveyron Vivre Vrai, Fabriqué en Aveyron, Aveyron Recrute, ADAT, Direction de la Culture, des Arts et des Musées...  
Pouvant parfois créer de la confusion sur les messages et les émetteurs. Il devient nécessaire de simplifier la lecture des politiques publiques, sous l'égide d'une marque ombrelle qui réunisse l'ensemble des champs d'action du Département et de ses partenaires. Cette marque ombrelle sera ensuite déclinée en marques filles en cohérence avec la charte du Département.

En préambule, le logo du Département pourra être simplifié et passer en monochromie, pour s'effacer progressivement au profil d'une typographie plus épurée et contemporaine.

À ce titre, il peut être judicieux de s'appuyer sur ce qui a été fait par l'ADAT de garder les codes couleurs, notamment le noir « Soulages », plus des couleurs d'accompagnement représentatives du territoire (la palette des bleus, des verts, des ocres, ...).

Une réflexion de fond est annoncée pour renouveler et faire évoluer la marque Aveyron, ainsi qu'une baseline.

# #1.5 COMMUNICATION DE PROJETS

## 1.5.1 Projet de mandature

### **CONTEXTE**

Le rôle du Département est fondamental dans l'aménagement du territoire. C'est pour débattre autour des grands enjeux à venir que les élus se sont réunis au mois de septembre pour deux demi-journées de réflexion qui ont préfiguré les grands axes de l'action sur les 7 ans à venir.

L'objectif des élus est que chacun trouve sa place pour concourir à la réussite du territoire. Ce qui a été dit durant ces ateliers conforte la volonté de créer une dynamique durable. Le Département se veut accompagnateur pour produire un effet de levier.

Apporter un service à tous les Aveyronnais, mobiliser les moyens et dispositifs structurants, permettre d'accompagner le bloc communal et collectivités, répondre aux enjeux actuels, décloisonner nos politiques, ... tels sont les enjeux qu'embrasse la nouvelle mandature.

### **CIBLES**

Les agents : les faire adhérer aux projets de mandature. Ils sont les meilleurs ambassadeurs de ces projets,

Les territoires partenaires : les accompagner dans leurs réalisations suivant l'orientation des aménagements globaux du Département,

Les électeurs : transformer le programme électoral en actions concrètes pour ne pas décevoir les citoyens.

### **OBJECTIF**

Redonner du sens aux politiques publiques.

La communication autour du projet devra rendre compte :

- Des résultats du séminaire,
- De l'avancement du projet.

Elle fera l'objet de 3 documents :

- Un document de travail à usage des services et des élus,
- Un document charté de présentation des intentions et des grands axes de travail à destination des partenaires politiques et institutionnels,
- Un document charté et synthétisé orienté grand public.

Ce travail de communication sera accompagné de relations presse et d'une stratégie de communication digitale spécifique.

### 1.5.2 Le point d'étape

#### **OBJECTIFS**

Afin de ne pas perdre le fil des actions inscrites dans le projet de mandature et faciliter la compréhension et la visibilité de ces missions, le Président et son équipe devront effectuer des points d'étapes qui jalonnent la mandature.

#### **CIBLES**

Les agents : organisation de rencontres avec les services afin d'effectuer un bilan des actions mises en place, échanger sur un retour d'expérience et adapter au mieux l'action auprès des citoyens,

Les électeurs : instauration d'une ligne éditoriale sur les réseaux sociaux pour relayer le projet de mandature (utilisation des #, messages vidéos du Président, point presse sur une fiche projet, les 100 jours du Président, ...).

### 1.5.3 La communication de l'exécutif et des élus

La communication du Département passe aussi par l'incarnation d'un homme qui a été choisi par les électeurs pour les représenter et porter la voix de l'Aveyron au-delà de ses frontières. Autour de lui une équipe travaille à transformer les « promesses » en réalité et assurer la proximité avec les habitants du Département.

#### **OBJECTIFS**

Le premier objectif est d'assurer l'influence du Président à l'échelle nationale et départementale,

Diffuser une image du Président et de son équipe qui se veut rassembleuse, fédératrice, accessible et réactive,

Améliorer la visibilité des compétences de l'équipe et la compréhension du projet.

#### **COMMENT ?**

Visites de terrain = agents, collectivités et événements.

La presse = les points réguliers sous forme de petits déjeuners de presse à l'hôtel du Département.

Les habitants => participation du Président à certains événements sportifs et culturels, visites de l'hôtel du Département par les élus lors des journées du patrimoine...

Présence permanente sur les réseaux sociaux avec des réponses individuelles aux questions posées. Ceci suppose, l'écriture et la validation d'une charte d'utilisation des réseaux sociaux et une charte éditoriale. Elle s'accompagne inévitablement d'une stratégie concertée entre tous les élus de la majorité.

La manière de communiquer sur les réseaux sociaux sera simplifiée, accessible, sympathique, légère pour faire adhérer l'audience et agréger autour de l'image du président. (Forme et fond des messages. Ex : utilisation de la vidéo).

### 1.5.4 La communication des assemblées

#### **OBJECTIF**

Faciliter la compréhension des décisions et rendre l'assemblée accessible et proche des citoyens. L'assemblée travaille pour vous !

#### **CIBLES**

Presse : donner l'ordre du jour avant la date, dossier remis le jour même, envoi dématérialisé,

Les habitants : retransmission en direct des assemblées et en différé sur le site internet du Département.

Mise à disposition des délibérations sur le site internet.

Sur les réseaux sociaux du Département et du Président : une vidéo récapitulant les décisions de l'Assemblée.

# #1.6 COMMUNICATION OPÉRATIONNELLE

## CONTEXTE

Les services du Département sont organisateurs de nombreuses actions vers leur public (sport, culture, solidarité, collèges, routes, tourisme...).

Ces actions doivent nécessairement être relayées pour atteindre leur public. La communication doit donc se mettre en ordre de marche pour répondre au mieux à ces objectifs dans des délais qui permettent de diffuser les messages en temps et en heure.

### 1.6.1 Le relais des opérations des services

#### OBJECTIFS

Montrer l'ampleur des actions du Département,  
Donner des informations utiles aux Aveyronnais pour qu'ils utilisent à bon escient les services du Département,  
Valoriser les atouts de chaque service.

Le service communication a été restructuré en conséquence fin 2021.

### 1.6.2 Valorisation des évènements et de la présence du Département sur ces derniers

#### OBJECTIF

En collaboration avec l'ADAT, continuer à soutenir les évènements type festival des templiers, la course du viaduc, l'Estivada, Fabriqué en Aveyron... et persévérer dans l'organisation de manifestations à vecteurs d'images positifs (gastronomie, capacités économiques, espaces de randonnées, qualité des produits, ...).

La présence du Département doit être optimisée pour servir les orientations du projet et ne pas se contenter de faire de la figuration. Ex / Course des Templiers qui doit être un lieu où faire passer les messages du « bien vivre et travailler » en Aveyron.

### 1.6.3 Valorisation de la collaboration avec les territoires et partenaires extérieurs

#### OBJECTIF

Montrer l'implication dans les différentes étapes de collaboration entre le Département et les collectivités.

- Pour les aménagements structurants : les conventions comprennent une contrepartie sous la forme d'un panneau de chantier avec les montants des financements puis d'une plaque posée lors ou après l'inauguration,
- Création d'un « club des communicants » de l'Aveyron. Il aura pour vocation de faciliter et fluidifier les informations entre les acteurs de la communication du Département. Des rencontres conviviales seront proposées à un rythme à définir,
- Les autres organismes qui reçoivent des financements du Département : ces partenariats devront être optimisés (ex : Rodez Aveyron Football).

## 1.6.4 Les grandes causes du Département

### **OBJECTIF**

Lors du séminaire des élus, plusieurs « causes » ont émergé comme les difficultés des entreprises à recruter, le déploiement du numérique ou encore la réponse aux enjeux sociétaux comme le vieillissement des populations et le nécessaire accompagnement de nos aînés. Ces causes saillantes pourraient faire l'objet d'une communication importante, montrant ainsi la volonté du Département de s'en saisir.

Ex :

- Création des assises (ou états généraux) du recrutement,
- Communication autour de la problématique des aidants,
- Communication autour du travail qui est fait pour trouver des médecins,
- Valorisation du travail qui est fait pour lutter contre la fracture numérique.

Autant de sujets à explorer en matière de valorisation de l'action du Département.

# #1.7 COMMUNICATION INTERNATIONALE / COOPÉRATION DÉCENTRALISÉE

## OBJECTIFS

Parce que les Aveyronnais manifestent un besoin grandissant de s'ouvrir au monde, la coopération décentralisée internationale a pour objectif de placer l'Aveyron au coeur de projets internationaux, de présenter une image du Département positive et dynamique dans sa diversité, dans sa qualité de vie et dans la notoriété de ses acteurs et produits.

Fort de l'expérience acquise à travers les échanges et relations tissées au fil du temps avec les pays partenaires (Japon, Roumanie, Argentine), le Département entend faciliter l'accompagnement de projets et d'échanges de dimension internationale.

Il confortera son rôle de chef de file dans la mise en oeuvre de projets internationaux dédiés et identifiés en partenariat avec les acteurs locaux tels que les chambres consulaires, associations, services départementaux afin de pouvoir répondre aux appels à projets.

Le Département soutiendra et mettra la jeunesse aveyronnaise au coeur de ses projets internationaux. Ainsi il visera à favoriser la mobilité internationale chez les jeunes et notamment ceux ayant le moins d'opportunité de mobilité.

## NATURE DE L'OPÉRATION

Renforcer l'attractivité et l'image de l'Aveyron à l'international par des actions de promotion du Département, Accueillir les délégations étrangères en intégrant la découverte, la valorisation du Département par un accueil institutionnel de qualité,

Mettre en oeuvre des projets dédiés, faciliter les échanges avec les collectivités étrangères partenaires et acteurs locaux (associations, établissements scolaires, acteurs culturels, comités et clubs sportifs, etc.),

Poursuivre l'appel à projet récemment remporté « Jeunesse et sport » avec le Judet de Tulcea en Roumanie et répondre aux appels à projets du Ministère de l'Europe et des Affaires Etrangères en partenariat avec les pays partenaires,

Soutenir et faciliter l'exposition Soulages au Musée départemental de Kobé en 2022,

Soutenir les projets jeunesse à travers le sport, la culture, la solidarité à l'international à travers les territoires.

## BÉNÉFICIAIRES

Usagers, collectivités locales et étrangères, chambres consulaires, établissements scolaires, universitaires, d'éducation spécialisées, associations, clubs sportifs, acteurs culturels.

## PARTENAIRES

Services départementaux (transversalité des équipes), Chambres consulaires, Éducation Nationale, Ministère de l'Europe et des Affaires Etrangères, Assemblée des Départements de France, ressources et réseaux de coopération internationale ou européenne (AFCCRE, CUF...).

# #1.8 CONTRAT DE PROJETS AVEYRON-TERRITOIRES (CPAT)

## UNE RENCONTRE ENTRE STRATÉGIE DÉPARTEMENTALE ET STRATÉGIE DES TERRITOIRES

Le Département, en qualité de garant de la solidarité territoriale, a fait le choix de renforcer sa mobilisation en faveur du développement des territoires aveyronnais.

Doté de nombreuses compétences et d'une offre d'ingénierie territoriale, d'un éventail de dispositifs de soutien aux investissements structurants concourant au développement des territoires, à l'équilibre territorial et à la cohésion sociale, le Département souhaite confirmer et développer son rôle d'acteur de l'aménagement du territoire aux côtés des communes aveyronnaises et de leurs groupements en veillant à apporter des réponses efficaces aux disparités de développement observées entre ses différents bassins de vie.

Ainsi, pour apporter une réponse plus adaptée aux besoins de chaque territoire, le Département propose une nouvelle génération de partenariat en faveur des collectivités « **CONTRAT DE PROJETS AVEYRON TERRITOIRES - CPAT** ».

Ces contrats permettront de mettre en relation les politiques départementales et les besoins des territoires pour veiller à la réduction des inégalités d'équipements, d'accès aux services afin de conforter la qualité de vie des Aveyronnais.

Cette politique territoriale contractuelle constitue une approche innovante de l'action publique, plus transversale et partenariale, avec un soutien renforcé du Département à travers aussi son offre d'ingénierie par l'agence AVEYRON INGENIERIE.

Elaborés à partir de besoins des territoires, il s'agira de fédérer l'ensemble des acteurs autour d'un projet de territoire partagé dans une logique de mutualisation des réflexions, des moyens et d'actions.

Les contrats seront établis avec les territoires (Communes et intercommunalités) pour la durée du mandat (révision possible à mi-mandat), ce qui donne une lisibilité à plus long terme.

### Les principes

La durée du mandat 2021 - 2028 (révision à mi-mandat),

Un renforcement de la gouvernance locale du dispositif, permettant d'associer les communes en plus des communautés de communes,

Une phase préalable, organisée à l'échelle du territoire, mettra en évidence les priorités et les enjeux de la collectivité autour d'un projet de territoire partagé avec le Département,

Une ingénierie de proximité territoriale renforcée, à travers Aveyron Ingénierie et des services associés de la collectivité départementale,

Une présence forte des élus départementaux dans les échanges, la négociation et le suivi des contrats.



# #1.9 AVEYRON INGÉNIERIE

## OBJECTIFS

Conforter et développer l'ingénierie technique apportée aux communes et EPCI,  
Faciliter l'accès à l'ingénierie.

## NATURE DE L'OPÉRATION

Intensifier et développer l'offre de services à l'attention des communes et EPCI,  
Créer un « réflexe » AVEYRON INGENIERIE,  
Structurer l'Agence pour répondre aux objectifs.

## BÉNÉFICIAIRES

Les communes,  
Les EPCI.

## PARTENAIRES

Les agents,  
Les services,  
Les organismes associés.

## MODALITÉS

### 1. Intensifier et développer l'offre de services à l'attention des communes et EPCI

Développer de nouveaux champs d'ingénierie : ingénierie culturelle, conseil en - organisation, énergies renouvelables, ingénierie financière, proposition d'outils mutualisés (groupements de commande, SIG, ...),  
Développer l'offre sur la nature d'intervention : maîtrise d'œuvre sur certains projets, AMO complète (faisabilité technique, administrative, juridique, plans de financement, accompagnement dans la mise en œuvre de la décision...),

Développer et structurer des partenariats avec les structures proches du CD : ADAT, agence du sport, CAUE, ADIL, AVEYRON HABITAT, Agence Départementale du Numérique, de l'Innovation et de l'Énergie.

### 2. Devancer les besoins : étudier la rénovation des logements ; répondre aux appels à projets ; mobilisation de financements européens ; opérations groupées

### 3. Créer un « réflexe » AVEYRON INGENIERIE

Placer l'ingénierie au cœur de la contractualisation avec les territoires, conventionner avec l'ANCT pour valoriser la présence territoriale de l'Agence,

Fluidifier et simplifier les procédures de saisine,

Développer un réseau des DGS / DST des membres animé par AVEYRON INGENIERIE afin de mieux anticiper les besoins, créer du lien régulier, partager des expériences,

Développement d'une politique de communication (en lien avec la direction de la communication du Département) : site internet, prospection (agents ambassadeurs de l'agence), ....

### 4. Structurer l'agence pour répondre aux objectifs

Réflexion organisationnelle sur la mutualisation et recrutements ciblés en fonction des champs nouveaux à investir,

Évolution du pilotage de l'Agence : un(e) directeur(rice) qui pilote AI, supervisé(e) par le DG du Département et qui s'appuie sur un encadrement mutualisé avec les DGA concernées,

• Réflexions sur le financement de l'agence : tarification à l'acte pour certaines prestations....

# #1.10 PARTENARIATS FRANCE SERVICES

En matière d'accueil et d'accès aux services publics, certaines communautés de communes, communes ou structures associatives sont labellisées France Services. Ce label vise à garantir l'accessibilité aux services publics sur des accueils du public de proximité par des agents polyvalents formés.

Le Département a de nombreuses implantations de proximité, spécialisées sur les domaines de compétence de la collectivité (Maisons des Solidarités, centres d'exploitation, subdivisions, collèges, permanences, etc.). Les services associés ont également des implantations territoriales et permanences.

## OBJECTIFS

Dans ce contexte, le Département sera facilitateur et attentif à l'implantation des France Services en vue d'améliorer la couverture territoriale, et accompagnera les porteurs de projets :

- À travers des aides à l'investissement pour les projets portés par les collectivités,
- En développant des partenariats sur le fonctionnement de ces espaces, en permettant à l'usager de disposer de réponses sur les compétences du Département dans ces espaces,
- En étudiant l'opportunité et la faisabilité d'un accueil de ses services dans ces enceintes, sous quelque forme que ce soit, pour étoffer les services proposés.

En particulier, en tant que chef de file des politiques de solidarités, le Département est pilote de la mise en place du réseau de 1<sup>er</sup> accueil social inconditionnel de proximité. A ce titre, sur le champ des solidarités, il animera la mise en réseau des acteurs de proximité, afin d'améliorer l'information et l'orientation des Aveyronnais les plus fragiles.

## NATURE DE L'OPÉRATION

Aides financières à l'investissement (dispositifs d'intervention en direction des communes ou EPCI).

Développer des conventions partenariales Département de l'Aveyron / France Services définissant les modalités de coopération et de travail, en intégrant un premier niveau de réponse sur les compétences du Département au sein de l'accueil polyvalent, mutualisation des missions d'accueil (immersion, formations, partage d'outils), intégration de permanences du Département, inclusion numérique.

Proposer, à l'échelle de territoires pertinents, des articulations et des complémentarités entre le Département et les France Services, en matière d'accueil, d'accompagnement, d'accès aux services publics et aux droits.

Mise en réseau des acteurs de l'accueil social à travers des réunions de travail : connaissance mutuelle, culture commune, coordination des accueils, outils de travail en réseau, charte d'accueil, actions collectives, formations communes...

## BÉNÉFICIAIRES

Tout public,

Les porteurs de projets et gestionnaires France Services.

## PARTENAIRES

EPCI, communes, administrations et institutions, associations.

## **MODALITÉS D'INTERVENTION**

Subventions d'investissement pour les investissements (travaux) portés par les collectivités,  
Conventions de partenariat avec les porteurs de France Services,  
Ingénierie de création et d'animation de réseaux accueil social,  
Adaptation des modalités d'accueil et de l'offre de service des Maisons des Solidarités dans le cadre du réseau et des partenariats avec les France Services et les acteurs locaux de l'accueil social,  
Création de supports de communication et d'information pour les usagers « facile à lire et à comprendre »,  
Associer les usagers à la démarche de coopération pour prendre en compte leurs attentes et leurs besoins.

## **CONTACTS/SERVICE RÉFÉRENT**

Pôle Solidarités Humaines - Direction de l'Action Sociale Territoriale et du Développement Social Local  
Pôle Solidarités des Territoires - Direction de l'Action Territoriale