

INTITULE DU PROJET	INVESTISSEMENTS RELATIFS A LA REPRISE DE LA PARFUMERIE /INSTITUT DE BEAUE PASSION BEAUTE A TULLE
Porteur de projet	SASU Accord des sens
Coordonnées	2 place Gambetta 19000 TULLE
Fiche action concernée	2.1 Favoriser l'émergence de nouvelles activités filières et de nouvelles formes d'organisation
Présentation de la structure porteuse / contexte	<p>Magali Raymond a repris en mars 2017, début d'activité juillet 2017 l'institut de Beauté Passion Beauté situé place Gambetta à Tulle.</p> <p>Cette ancienne salariée d'un institut sur Ussel, titulaire d'un BAC esthétique, a opté pour cette reprise fort d'un loyer accessible et d'une reprise du fichier clientèle.</p> <p>Son ambition est de développer une démarche éco-responsable en proposant offre labélisée bio en évitant l'utilisation suremballé ainsi qu'une offre de soin énergétique. En ce sens, la gérante participe à différentes formations et s'est lancée dans une démarche de validation des acquis et de l'expérience BST esthétique.</p> <p>L'activité parfumerie a été abandonnée.</p>
Descriptif du projet	<p>Dans le cadre de cette reprise et afin d'adapter le local et ses services au projet de la nouvelle gérante des investissements sont nécessaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'aménagement de la salle d'attente - Le réaménagement du local et particulièrement d'une partie sanitaire/douche - La signalétique intérieure et extérieure - L'acquisition de matériel de massage - L'acquisition d'un matériel de presso esthétique - L'acquisition de matériel esthétique traditionnel
Éléments d'évaluation	<p>Critères d'admissibilité Leader :</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>Projet réalisé dans le cadre d'une transmission reprise.</p> <p><input type="checkbox"/>Projet consistant au développement par une entreprise existante d'une nouvelle activité à l'échelle de la zone de chalandise</p> <p><input type="checkbox"/>Projet consistant au développement d'une nouvelle activité à l'échelle de la zone de chalandise au travers d'une création d'entreprise</p> <p><input type="checkbox"/>Projet réalisé dans le cadre d'une transmission reprise.</p>

Eléments financiers	Calendrier	2018	Dépenses		Financement	
			Poste de dépenses	Montant	Financier	Montant
			Aménagement salle d'attente +sanitaire	1812.29	Région	
			Signalétique	680.80	Département	
			Rénovation local	5061.88	Etat	
			Matériel de massage et d'esthétique	4256	Autre financeur : Tulle agglo	1889.75
					MOP/OQDP appelant du FEADER	
					MOP/OQDP n'appelant pas de FEADER	
					FEADER	7559.02
					Total Aide Publique	9448.77
					Autofinancement privé n'appelant pas de FEADER	2604.27
			Total assiette LEADER	11 810.97	Total assiette opération retenue au titre de LEADER	11810.97
			Dépenses écartées dont inéligibles (à préciser)	1210.20	Hors opération LEADER	1210.38
			Montant dépenses présentées	13021.17	Total opération présentée au titre de LEADER	13021.17
Calendrier	2018					

CARACTERE INNOVANT			DANS QUELLE MESURE VOTRE PROJET REPOND -T'IL AUX CRITERES ET OBJECTIFS DE CET ITEM ?	NOTE PROPOSEE
PHASE AMONT (CONSTRUCTION)	Critères	Objectifs		
	<ul style="list-style-type: none"> Partenariats engagés, accompagnement équipe Pays Implication de la population 	Favoriser la co-construction des projets, éviter l'isolement des projets	- <i>Accompagnement par la chambre des métiers</i>	1.5/2

OBJET DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> Approche prospective /transversale Type de Cibles/publics Approche ESS Respect de l'environnement Lien urbain rural 	Anticiper et mutualiser pour prendre en compte les enjeux de demain	- Reprise d'activité	1.5/2
ACTION, VIE DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> Développement des usages numériques Exemplarité / transfert d'expériences Accessibilité du projet Volet de sensibilisation 	Favoriser l'innovation tout au long de la vie des projets	- Volonté de proposant de proposer une offre répondant aux nouvelles attentes des consommateurs (produits bio responsables)	2/2

CARACTERE ECONOMIQUE			DANS QUELLE MESURE VOTRE PROJET REpond -T'IL AUX CRITERES ET OBJECTIFS DE CET ITEM ?	NOTE PROPOSEE
	Critères			
PHASE AMONT	<ul style="list-style-type: none"> Mobilisation, sensibilisation des acteurs Faisabilité du projet Viabilité du projet 	S'assurer de la réalisation de projets faisables et viables	- Accord bancaire - Accompagnement par Corrèze Initiatives	1.5/2
OBJET DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> Prise en compte des nouveaux potentiels Zone de chalandise Effet levier sur l'économie / retombées locales Maintien / création / diversification Nouveaux services, nouveaux produits 	Anticiper la reprise, favoriser la création ...	- Repise d'une activité	1.5/2
ACTION, VIE DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> Développement des usages numériques Pérennité du projet Qualification de l'offre Diffusion de l'information Accessibilité du projet 	Faciliter l'essor des projets (Éviter reconduction actions identiques)	- Bien que l'activité se situe dans un secteur fortement concurrentiel la société se positionne sur un créneau correspondant aux nouvelles attentes des consommateurs.	2/2

CARACTERE STRUCTURANT / DEVELOPPEMENT TERRITORIAL			DANS QUELLE MESURE VOTRE PROJET REPOND -T'IL AUX CRITERES ET OBJECTIFS DE CET ITEM ?	NOTE PROPOSEE
	Critères	Objectifs		
PHASE AMONT	<ul style="list-style-type: none"> Intégration locale du projet (bonne prise en compte des acteurs ...) Structuration du projet par rapport à son environnement 	Prendre en compte de l'existant dans la construction du projet	- <i>Activité en cœur de ville</i>	2/2
OBJET DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> Echelle territoriale Mutualisation / mise en réseau Promotion / valorisation du territoire Amélioration du cadre de vie Préservation de l'environnement 	Valoriser les ressources et les dynamiques territoriales	- <i>Produits bio et éco responsable</i>	1/2
ACTION, VIE DU PROJET	<ul style="list-style-type: none"> Développement des usages numériques Qualification de l'offre du territoire Equilibres territoriaux et complémentarités entre zones urbaines/rurales Accessibilité du projet 	Mailler le territoire pour renforcer son attractivité	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Commerce situé à proximité de place de stationnement</i> - <i>Utilisation des réseaux sociaux pour la promotion de l'activité (150 followers)</i> 	1/2
BONUS	Emergence en lien avec l'animation et/ou projet collectif (ex projet émergent du travail des groupes)			0/2
TOTAL				14/20
REMARQUES				