

LEADER II

magazine

LEADER magazine [janvier-février-mars 1999] - chaussée St-Pierre 260, B-1040 Bruxelles - Bureau de dépôt Bruxelles X



Hiver 98-99 n° 19

**Le développement
rural dans
la société
de l'information**

**Western Isles
Pays de Gâtine**





Pays : France

Action réalisée : installation de "visioguichets" en milieu rural isolé

Coût : 200 000 ECU

UE : 30 000 ECU

Autres fonds publics : 170 000 ECU

"Dans le cadre de sa politique de reconquête de l'intérieur, notre groupe LEADER a contribué à l'installation dans le bourg isolé de Levie d'un 'visioguichet' permettant aux citoyens d'effectuer à distance une série de formalités administratives (état civil, allocations familiales, recherche d'emploi, etc.) qui nécessitaient auparavant jusqu'à quatre heures de route. Ce système, qui associe télématique et vidéo, offre également des services économiques aux entrepreneurs, notamment l'accès à des bases de données et la possibilité d'organiser des visioconférences avec les chambres consulaires. On envisage à présent la mise en place de visioguichets dans chaque micro-région de l'Île de Beauté."

Paule Pandolfi,
responsable LEADER



Pays : Italie

Action réalisée : création d'un site Internet

Coût : 156 450 ECU

UE : 45 066 ECU

Autres fonds publics : 83 694 ECU

Privé : 27 690 ECU

"La création du site Internet 'SITE Gal' est le fruit de la collaboration entre notre groupe LEADER et les responsables du réseau télématique Sistemi SITE. L'objectif est de promouvoir les ressources humaines, techniques, etc. au service du développement de cette partie des Abruzzes, à travers l'accès en temps réel à des bases de données constamment actualisées. Vitrine pour les entreprises et les organisations publiques locales, SITE Gal a entre autres originalités d'être construit selon une logique géographique: la consultation d'un très large éventail d'informations s'effectue en cliquant simplement sur les cartes des différentes localités et parties du territoire. Une version expérimentale de SITE Gal est accessible à l'adresse www.site.it/galmarsica"

Giuseppe Damico,
président du groupe LEADER



Pays : Suède

Action réalisée : réalisation de CD-ROM culturels

Coût : 36 687 ECU

UE : 5 858 ECU

Autres fonds publics : 13 669 ECU

Privé : 17 160 ECU

"Dans un télécentre animé par des femmes, notre groupe LEADER appuie la réalisation de CD-ROM pédagogiques pour enfants, consacrés à l'histoire de la Suède et axés sur les différentes spécificités locales. L'objectif est de créer des emplois à partir d'une nouvelle activité basée sur un produit innovant à forte composante culturelle. Ce projet est d'ores et déjà un succès puisque plusieurs CD-ROM ont déjà été produits et mis en marché. A terme, l'objectif serait de réaliser et de commercialiser des CD-ROM multilingues avec d'autres groupes LEADER."

Jacob Kaell,
responsable LEADER



Pays : Espagne

Action réalisée : télébibliothèque

Coût : 13 437 ECU

UE : 4 406 ECU

Autres fonds publics : 4 969 ECU

Privé : 4 062 ECU

"Notre groupe LEADER appuie toute une série d'actions destinées à promouvoir l'utilisation de la télématique pour rompre l'isolement des populations rurales: création d'un télécentre, organisation de formations informatiques destinées à différentes catégories de publics, etc. L'une de ces actions a concerné la bibliothèque municipale d'Espinal. Grâce à LEADER, celle-ci a mis en place un service Internet (www.ctv.es/USERS/herrilib/) permettant aux habitants de 30 petits villages de montagne de consulter son catalogue, de prendre connaissance de ses nouvelles acquisitions et de commander les livres qu'ils souhaitent emprunter. Le bibliothécaire en assure ensuite la livraison."

Marta Mañas Larraz,
responsable LEADER pour les nouvelles technologies



Les technologies avancées de communication et le développement local : des opportunités... à certaines conditions 4

Patricia Vendramin et Gérard Valenduc font le point sur l'utilisation des technologies de l'information et de la communication, sur les défis qu'elles posent, sur les potentialités qu'elles offrent, mais aussi sur leurs limites, dans une perspective de développement local.



L'Internet au service du développement de la Gâtine : les "Gâtinautes" 13

Dans la zone LEADER Pays de Gâtine (Poitou-Charentes, France), des réseaux virtuels se juxtaposent à la toile très dense des réseaux locaux de solidarité, renforçant ainsi l'intégration et l'efficacité des actions de développement rural mises en œuvre.



Quand la télématique brise l'isolement et crée des emplois : du Tweed à la Toile 19

Misant résolument sur les technologies avancées de communication, le groupe LEADER Western Isles, Skye & Lochalsh a facilité la création de plus de 200 emplois de télétravail dans les îles Hébrides, au nord-ouest de l'Ecosse.

En quelques mots...



Trois aspects importants pour la nouvelle Initiative communautaire de développement rural

Franz Fischler, *Membre de la Commission européenne, responsable de l'Agriculture et du Développement rural*

Bien que le Conseil n'ait pas encore adopté de conclusion définitive concernant les propositions faites dans le cadre de l'Agenda 2000, je souhaiterais profiter de la sortie de ce 19^e numéro de LEADER Magazine pour souligner trois aspects particulièrement importants pour notre nouvelle Initiative communautaire de développement rural : la continuité de l'approche, la couverture territoriale et la gestion de la nouvelle Initiative.

Continuité de l'approche

Le maintien et la poursuite des principales caractéristiques de LEADER II assureront à la nouvelle Initiative communautaire la continuité nécessaire en matière de stratégies et de procédures. Les partenariats locaux, l'approche bottom-up et les possibilités d'expérimenter de nouvelles idées en matière de développement rural sont les principaux éléments qui doivent être retenus.

Nous avons besoin d'une sorte de petite "vitrine" présentant ce que nous essayons de favoriser à une grande échelle dans le cadre des programmes généraux de développement rural. C'est la raison pour laquelle l'aide aux projets pilotes ruraux devrait constituer la priorité de la nouvelle Initiative. Nous voulons créer et expérimenter des stratégies intégrées de grande qualité en faveur du développement des communautés rurales.

Nous devons également poursuivre et renforcer la mise en réseau des groupes d'action locale afin d'insuffler aux communautés rurales les idées et l'enthousiasme d'autres zones rurales. La mise en réseau constitue également une condition nécessaire à la coopération en matière de programmation et de mise en œuvre de projets communs, car il est fréquent que la masse critique nécessaire à un projet ne puisse être atteinte que grâce à la coopération.

Étendre la couverture territoriale sans réduire l'efficacité des mesures

La nouvelle Initiative communautaire ne doit pas être limitée aux régions de l'Objectif 1 ou de l'Objectif 2. Le potentiel d'actions locales et de projets pilotes doit également bénéficier d'une aide dans les zones rurales qui ne relèvent pas de ces Objectifs. Il ne s'agit naturellement pas d'étendre la nouvelle Initiative communautaire à l'ensemble des zones rurales européennes la privant ainsi partout de sa pleine efficacité. La nouvelle Initiative doit viser à favoriser l'émergence d'idées nouvelles et encourager ceux qui veulent les réaliser. La sélection des groupes qui doivent bénéficier des aides doit s'appuyer sur des critères stricts afin de garantir un soutien financier adéquat aux initiatives sélectionnées.

Transparence et efficacité de la gestion

Dans l'Agenda 2000, nous avons proposé de financer chacune des trois nouvelles Initiatives communautaires à partir d'un seul Fonds. Il s'agirait en ce qui concerne le développement rural du FEOGA-section Orientation. Cette approche impliquerait une extension du champ d'application du FEOGA de manière à inclure des mesures relevant normalement du FEDER ou du FSE. Il s'agirait là d'une simplification considérable.

Étant donné la grande variété des zones rurales de l'Union et les différences importantes existant entre les situations de départ, il est clair qu'une politique de développement de l'espace rural doit être basée sur le principe de subsidiarité. Cela vaut également pour la nouvelle Initiative communautaire. Mais la subsidiarité implique aussi que les tâches soient clairement définies et qu'à tous les niveaux, les acteurs soient prêts à assumer leurs responsabilités. Ainsi par exemple, les États membres devraient sélectionner eux-mêmes les groupes d'action locale mais sur la base de critères adoptés en commun et selon un calendrier commun afin d'éviter les retards au démarrage.

Les zones rurales ont beaucoup à offrir. En restructurant notre politique de développement rural, nous voulons davantage l'orienter en fonction de la politique des marchés, introduire une plus grande flexibilité, renforcer la subsidiarité et faciliter le travail des États membres et des Régions. Nous voulons également renforcer la composante environnementale et surtout favoriser un développement durable dans toutes les zones rurales de la Communauté afin que leurs habitants, tout autant que les populations urbaines, profitent pleinement des atouts qui sont propres aux zones rurales. <

Bruxelles, 27 octobre 1998.

Les technologies avancées de communication et des opportunités...

PAR PATRICIA VENDRAMIN
ET GÉRARD VALENDUC [*]

Avec l'Internet, le multimédia, la téléphonie mobile et les logiciels de travail en groupe, la "société de l'information" a investi les campagnes comme elle a investi les villes. Le travail et la formation à distance, le "commerce électronique" du tourisme, des produits locaux, etc. sont autant de nouvelles formes d'activité que certaines zones LEADER expérimentent. Patricia Vendramin et Gérard Valenduc font le point sur l'utilisation des technologies de l'information et de la communication, sur les défis qu'elles posent, sur les potentialités qu'elles offrent, mais aussi sur leurs limites, dans une perspective de développement local.



e développement local:

à certaines conditions

Vues d'une petite région, les technologies de l'information et de la communication ont quelque chose d'apparemment paradoxal. D'un côté, elles évoquent la mondialisation de l'économie, l'internationalisation des marchés, l'organisation des réseaux à l'échelle planétaire et d'autres tendances lourdes sur lesquelles il semble bien difficile d'avoir prise. D'un autre côté, leur intérêt pour le développement local semble évident, car c'est la transformation des industries et des services qui est en jeu, de même que l'avenir du travail et de l'emploi. De plus, c'est au niveau local que doivent être mises en œuvre les politiques concrètes liées à la "société de l'information", qu'il s'agisse d'infrastructures, de recherche, d'aide aux entreprises, de promotion de l'emploi, d'organisation de la formation professionnelle ou de politique de communication.



Une nouvelle donne technologique, dominée par la communication

La plupart des développements technologiques récents dans le domaine de l'informatique et des télécommunications, comme l'Internet, la téléphonie mobile de type GSM, le multimédia, ont mis en avant la notion de communication : nos économies reposent désormais sur des réseaux de communication et d'échange à distance. Cette priorité donnée à la communication distingue la vague actuelle des technologies de l'information de celle des années 80, où l'usage de l'informatique concernait surtout l'automatisation des tâches opératoires : robotique, conception et fabrication assistée par ordinateur, bases de données, traitement de texte, transferts de données, etc.

Quelles sont les innovations technologiques significatives dans les nouveaux systèmes de communication et d'échange à distance entre individus et organisations ? Beaucoup de ces innovations sont connues de tous : les télécommunications mobiles ont envahi nos modes de vie depuis l'apparition du GSM, le réseau Internet n'est plus l'apanage des seuls chercheurs universitaires, les ordinateurs portables deviennent monnaie courante dans certaines fonctions (service commercial, maintenance, etc.) et les applications multimédia commencent à prendre de plus en plus d'ampleur. D'autres développements technologiques moins connus du grand public ont également modifié les systèmes d'organisation des entreprises. Citons notamment les logiciels de travail en groupe ("groupware") et de gestion des flux de tâches ("workflow"), qui facilitent l'organisation et la réalisation d'activités en commun, les réseaux internes aux entreprises (Intranet) ou encore la téléphonie intégrée sur ordinateur, telle qu'elle est mise en œuvre dans les centres d'appel par exemple.

[*] **Patricia Vendramin** et **Gérard Valenduc** dirigent l'unité de recherche Travail et Technologies à la Fondation Travail- Université, institut belge spécialisé dans les relations entre l'université et le monde du travail. Ils ont écrit et/ou participé à l'écriture de nombreux ouvrages consacrés à la société de l'information, notamment pour le compte de la Direction générale XII de la Commission européenne.

Contact : Fondation Travail-Université, Rue de l'Arsenal 5, B- 5000 Namur.

Tél : +32 81 725 122 - Fax +32 81 725 128

E-mail : pvendramin@compuserve.com



École informatisée dans la zone LEADER Pays d'Auge [France]

— Ces nouvelles technologies sont également à la source d'un grand nombre de nouveaux services (téléservices) et de nouvelles formes de travail (travail à distance) qui gagnent de plus en plus de secteurs et d'entreprises privées ou publiques. Ces développements récents peuvent *peut-être* offrir des perspectives en matière de création d'activités au niveau local, mais ils peuvent *certainement* donner une autre orientation aux politiques de communication et d'ouverture.

Une impulsion à la communication externe

Le développement de l'Internet et des applications multimédia a donné une impulsion nouvelle à la communication externe des agents économiques et sociaux : sont concernés non seulement les entreprises et les autorités publiques, mais aussi le monde associatif, éducatif, culturel.

Trois aspects de la communication externe sont renforcés ; ils sont d'ores et déjà à la portée des petites et moyennes entreprises ou des entités locales. Le premier, et non le moindre, concerne la publicité, l'image de marque, l'information des clients ou des fournisseurs d'une entreprise ; ou encore l'information touristique, la mise en valeur du patrimoine local, la promotion d'activités rurales. Le second aspect touche au fonctionnement même des entreprises et des collectivités locales : les relations avec les partenaires, les fournisseurs, les clients deviennent de plus en plus interactives, en temps réel, quelle que soit la distance. Les conséquences en termes de flexibilité et d'adaptabilité sont importantes. Enfin, le dernier aspect concerne le développement des services en ligne, accessibles au grand public.

Mais la connexion à des réseaux mondiaux ne signifie pas seulement se faire connaître, faire connaître et diffuser ses services, accéder à des informations. Elle

permet aussi de pouvoir accéder à des ressources non disponibles au niveau local, que ce soit en matière de services aux entreprises ou de services à la population, dans le domaine de la santé ou de l'apprentissage par exemple. Symétriquement, elle peut mettre en valeur des ressources locales sur un marché plus vaste ou auprès d'un public plus étendu. D'autre part, pour bon nombre d'organisations non marchandes, notamment les associations à vocation culturelle ou éducative, les développements récents de l'Internet et du multimédia offrent des possibilités nouvelles en termes de diffusion de l'information, de communication avec le public, ou encore de diversification de leurs "produits" éducatifs ou culturels. Dans ce cas, les réseaux sont considérés avant tout comme des nouveaux médias, plutôt que comme des outils de travail ou des instruments de changement organisationnel.

Le développement des téléservices

L'intérêt des technologies avancées de communication pour une région ou une zone éloignée, c'est aussi d'envisager le développement d'activités nouvelles. Parmi les diverses formes de travail à distance, le développement des téléservices est une piste à exploiter. De plus en plus d'activités de services passent par une médiation téléphonique, c'est-à-dire que la relation "face à face" est remplacée ou complétée par une communication téléphonique. Des entreprises se sont spécialisées dans la production et l'organisation de ce type de services, dans des domaines aussi variés que la banque et l'assurance, les voyages et le tourisme, la maintenance et le service après-vente, l'immobilier, le marketing direct, la promotion des loisirs, etc. Ces services se caractérisent par le fait qu'ils sont parfaitement mobiles, c'est-à-dire réalisables à partir de n'importe



“Digitaliser Longford”

Monica O'Malley [LEADER Longford, Irlande]

Le comté de Longford (30 296 habitants) est depuis les Celtes un carrefour de l'Irlande ; trois grands axes routiers nationaux s'y croisent de nos jours. Longford ne possède cependant ni entreprise industrielle importante ni établissement d'enseignement supérieur pouvant l'un et l'autre servir de leviers à la diffusion à grande échelle des technologies de l'information et de la communication (TIC).

Le déclin démographique du territoire, son niveau d'équipement insuffisant et la réduction des services publics expliquent en grande partie la faiblesse des investissements dans la zone. De nombreux acteurs locaux dressant le même constat, une campagne de sensibilisation à l'utilisation des TIC avait déjà été entreprise au début des années 90. Parmi les diverses actions mises en œuvre : l'intégration de cours d'informatique dans le cursus des écoles, la création en 1994 d'un "Centre de formation informatique", l'aménagement d'un centre d'entreprises et l'installation d'un serveur Internet dans la bibliothèque du comté.

Cette démarche avait peu à peu contribué à familiariser la population avec ces technologies, mais il manquait un plan stratégique d'ensemble pour véritablement et durablement implanter des activités liées aux TIC sur le territoire. Ce plan a été inscrit dans les priorités du programme LEADER II de Longford.

Le groupe d'action locale a commencé par organiser, en février 1996, un "séminaire Internet" qui a permis de mieux cerner les opportunités offertes par la télématique dans le contexte spécifique du comté. L'événement a débouché sur la constitution, quelques mois plus tard, d'une "coopérative Internet" visant à promouvoir sur le réseau des réseaux les localités du comté, communiquer avec la diaspora et promouvoir l'utilisation de la télématique. La coopérative a d'abord créé un site Web, faisant de Granard le premier village irlandais présent sur l'Internet.

En mars 1997, la Chambre de Commerce a mis sur pied une task-force chargée d'identifier des perspectives concrètes quant à l'utilisation des technologies avancées de communication. La task-force était composée de 18 personnes représentatives des différentes catégories de population et secteurs d'activité socio-économique du territoire : entrepreneurs, agriculteurs, enseignants, animateurs culturels, femmes, jeunes, etc.

Cinq groupes de travail thématiques ont alors été mis sur pied pour examiner les utilisations possibles des TIC dans cinq domaines jugés prioritaires : les entreprises, l'agriculture, l'éducation, la santé et la vie associative. Une enquête portant sur 259 ménages et 77 entreprises locales a été réalisée. Ses résultats ont fait l'objet d'un rapport, publié en juillet 1997, véritable mine d'informations sur l'utilisation des TIC au service du développement local.

La réalisation de l'enquête et du rapport a coûté 45 970 ECU, dont 36 800 financés dans le cadre de LEADER II. Ces chiffres prennent en compte l'évaluation du montant de travail bénévole mais pas la contribution de la Chambre de Commerce, qui a fourni un appui technico-



administratif important et mis à disposition des locaux ainsi que des équipements de visio-conférence.

L'enquête a également été l'occasion de renouer des liens avec de nombreux émigrés originaires du Longford, qui ont suggéré un certain nombre de pistes de travail intéressantes. Un bureau de consultants spécialisé dans les technologies de la communication identifiait par ailleurs un grand avantage compétitif pour Longford : les prix très abordables de l'immobilier, facteur qui s'est avéré décisif dans la création, en janvier 1998, d'une société de logiciels, "Longview Technology". Ses effectifs initiaux de 10 employés passaient déjà à 16 en avril, pour atteindre 35 à la fin de l'année. Entre 100 et 300 emplois pourraient être créés au cours des toutes prochaines années.

Les enseignements de l'enquête et les succès de Longview Technology ont considérablement facilité l'introduction des nouvelles technologies dans le comté de Longford. 1998 a vu par exemple se concrétiser :

- > le site Internet "Longford-on-line" et la base de données qu'il héberge, qui permettent notamment d'entretenir les liens avec la diaspora ;
- > la mise en place d'un service en ligne pour les agriculteurs, résultat de la coopération entre le groupe d'action locale et Teagasc, l'office irlandais pour l'agriculture et le développement rural ;
- > la construction, en collaboration avec l'agence de développement économique du comté, d'une base de données commerciales au service des entreprises locales ;
- > l'organisation de formations itinérantes dans les différentes localités du comté ;
- > l'action, financée par LEADER, consiste à installer pour six semaines dans un village 11 ordinateurs permettant à 30 personnes de s'initier à l'informatique (fin juin 1998, 175 personnes de 4 villages différents avaient déjà profité de la formule). <





“L’avenir repose sur la formation”

Werner Kräutler [LEADER Sall-Wöll-Ötztal, Tyrol, Autriche]

L’avenir du milieu rural européen passe également par la maîtrise des technologies de la communication. Le télécentre de l’Ötztal, à Umhausen au Tyrol, vise précisément à encourager l’acquisition des compétences nécessaires à l’utilisation de ces nouvelles technologies. Ce sont deux agricultrices venues se renseigner sur les possibilités de formation en informatique qui ont donné l’idée au groupe LEADER de créer un “télécentre” dans la vallée de l’Ötz. C’était en décembre 1996 et en moins de six mois, le GAL a réussi à rendre opérationnel le “TeleZentrum Ötztal” cofinancé à hauteur de 143 000 ECU par l’Union européenne (40%), le Land du Tyrol (30%) et le gouvernement fédéral (30%). Comprenant des salles de cours équipées de 10 ordinateurs, le télécentre a innové en mettant au point un programme de formation intitulé “Télématique pour les agricultrices”. Ce programme de 64 heures (4 heures hebdomadaires pendant 16 semaines), dispensé trois fois par an, est à présent connu et reconnu au niveau national: les Chambres d’Agriculture de quatre Länder autrichiens ont en effet “importé” la formule. Une centaine d’agricultrices de la vallée ont déjà complété cette formation, tandis que 250 autres la suivent actuellement ailleurs en Autriche.

L’approche choisie pour le TeleZentrum découle des conclusions de l’étude que le groupe LEADER avait commandée à un journaliste scientifique de Vienne. Il s’agissait d’analyser les besoins des ménages en télématique dans le contexte de l’Autriche”, avec l’objectif d’identifier de nouvelles activités et sources de revenus – le télétravail notamment – basées sur l’utilisation des technologies de la communication. A cet égard, les résultats de l’étude mettaient fortement l’accent sur l’importance de la formation. Or les usagers potentiels de la télématique résident souvent loin des structures de formation. C’était donc à la formation de se rapprocher des utilisateurs et non le contraire. D’où l’idée de créer un télécentre dans la vallée de l’Ötz.

Les responsables du TeleZentrum Ötztal aiment comparer celui-ci à une auto-école, en ce sens que, à l’instar de la conduite d’une automobile, le télétravail nécessite l’acquisition de certaines connaissances de base. L’autre principe du centre est que “c’est en forgeant que l’on devient forgeron”. Les “cours de conduite informatique” dispensés par le centre consistent donc en des formations fortement axées sur la pratique, tout en couvrant un large éventail de savoir-faire informatiques: traitement de texte, logiciels de comptabilité, infographie, mise en page, etc. La démarche porte déjà ses fruits: depuis octobre 1998, sept agricultrices de la vallée, ayant toutes suivi la formation, complètent leurs revenus en faisant de l’encodage de données pour le compte d’une grande entreprise tyrolienne. D’autres projets seront mis en œuvre en janvier 1999: la création de sites Web et la fourniture d’une assistance technique aux entreprises en matière de commerce électronique, notamment. Mais la formation dispensée au télécentre vise d’abord à permettre aux participants d’acquérir des compétences qu’ils puissent exploiter rapidement et efficacement dans le cadre de leur profession. Dans le cas du module “Télématique pour les agricultrices”, par exemple, les participantes devaient gérer une “ferme virtuelle”, ainsi



qu’une ferme “idéale” à partir d’un programme informatique dans lequel avaient été intégrés les principaux paramètres organisationnels d’une exploitation agricole. Le TeleZentrum Ötztal dispense également des cours dans d’autres domaines: comptabilité, administration, correspondance, graphisme et mise en page, techniques de relations publiques, marketing, etc.

Actuellement, le télécentre élabore un cours de télématique spécialement destiné aux femmes. Les premières sessions débiteront au printemps 1999. Tout comme le module “Télématique pour les agricultrices”, cette formation sera dispensée dans d’autres zones rurales autrichiennes.

Depuis novembre 1998, le TeleZentrum Ötztal est devenu également un centre de télétravail, mettant quatre locaux à la disposition d’une dizaine de télétravailleurs qui gèrent le site Internet d’un grand disquaire autrichien pratiquant le commerce électronique (50 000 produits référencés).

Il y a encore six mois, l’Internet ne signifiait pas grand chose pour les habitants de l’Ötztal. Même les opérateurs touristiques – le tourisme est le premier secteur économique de la vallée, qui accueille environ 2,5 millions de visiteurs par an – ne voyaient pas l’utilité d’un site Web. Aujourd’hui, grâce au module “Initiation à l’Internet”, destiné aux adultes, ainsi qu’aux “forums de discussion” et à l’“Internet-Café” conçus plutôt pour les jeunes, on constate un véritable engouement pour le réseau des réseaux. <

Web: www.oetzi.com



quel endroit, pour peu que l'infrastructure technologique de base soit suffisante et que les qualifications professionnelles soient disponibles.

Des progrès technologiques importants ont eu lieu récemment dans le développement de ces services en ligne. Il s'agit des déviateurs d'appels et des serveurs vocaux, ainsi que, de manière plus générale, des postes de travail intégrant la téléphonie et l'ordinateur. Ces équipements permettent à une entreprise d'organiser la prestation des services au départ de "plates-formes téléphoniques" parfois géographiquement très éloignées de l'entreprise elle-même.

Technologies de l'information et développement local : deux décennies de succès et d'échecs

Depuis deux décennies, la Commission européenne, entre autres, a mis sur pied divers programmes d'impulsion et de soutien à des expériences de télématique au niveau local ou régional. Un rapide bilan de ces programmes permet de se faire une idée des succès et des échecs et d'apprécier les atouts et les difficultés liés à la dimension locale ou régionale.

Infrastructures ou services

Un même dilemme traverse l'ensemble des expériences : faut-il donner la priorité aux infrastructures et aux réseaux, dans un modèle où l'offre technologique suscite la demande de services, ou bien donner la priorité

à l'expression des besoins et à l'innovation dans les usages, dans un modèle où c'est la demande de services qui oriente l'innovation technologique ? Certains programmes ont privilégié tantôt l'une, tantôt l'autre des priorités, mais dans l'ensemble, les résultats ont été très en deçà des attentes.

Les évaluations montrent qu'il existe de sérieuses barrières à la réalisation d'un développement économique régional à partir d'infrastructures en technologies de l'information et de la communication. Disposer d'infrastructures ne déclenche pas les usages. Il y a un besoin d'éducation, de formation, de mobilisation des utilisateurs, un besoin de traduire la technologie en applications et en services appropriés aux entreprises des régions concernées.

Mais d'un autre côté, offrir des services et des applications sur mesure pour les firmes locales est très souvent insuffisant. En partie parce que les besoins réels sont souvent tenus pour connus et finalement mal spécifiés. Par ailleurs, les mêmes applications, même conçues pour rencontrer des besoins identiques, peuvent réussir ici et échouer là-bas, en fonction des différences de contexte organisationnel et socio-économique.

Il en ressort que tant les politiques d'infrastructures que celles orientées vers les usages doivent, pour rencontrer effectivement des objectifs de développement économique local ou régional, être intégrées aux autres politiques visant à améliorer l'environnement organisationnel et socio-économique de chaque territoire. Dans cet environnement, l'éducation et la formation occupent une place

Cette unité mobile permet de dispenser des formations informatiques dans tous les villages de la zone LEADER Louth [Irlande]





Avec l'appui de LEADER **Donegal**, qui lui a permis de se doter d'équipements performants, cette agence photographique londonienne s'est relocalisée en Irlande.

Le mythe de la décentralisation

Une idée reçue, qui a traversé beaucoup de projets de télématique locale, consiste à croire que les technologies avancées de communication vont renforcer la décentralisation, voire qu'elles pourraient mettre sur un pied d'égalité les régions centrales et les régions périphériques.

En fait, les technologies avancées de communication ne lèvent pas d'elles-mêmes certains obstacles au développement local ou régional : ceux-ci peuvent être liés à des facteurs d'une toute autre nature, comme par exemple un manque de culture de l'innovation, des attitudes managériales mal adaptées aux mutations de l'économie, des politiques publiques trop défensives, des lacunes en matière de qualification ou de formation, ou tout simplement des caractéristiques de géographie physique contre lesquelles les réseaux ne peuvent pas grand chose.

Pratiquement, dans le domaine des services, l'expérience a montré que les phénomènes de décentralisation ne vont pas de soi. Les services délocalisés sont souvent ceux qui s'inscrivent dans un modèle de type industriel : des services standardisés, simplifiés, produits en masse et de manière routinière, apportant peu de valeur ajoutée. La tendance n'a cependant pas été de délocaliser ce type de services n'importe où. Pour des raisons d'économie d'échelle, ces activités tendent à se concentrer dans un nombre limité de sites spécialisés et plutôt dans des régions suburbaines ou à la périphérie des grands centres que dans des zones éloignées. Par ailleurs, la plupart des services à haute valeur ajoutée restent localisés dans les grandes villes et les régions centrales. À cet égard, l'exemple du télétravail dans les îles Hébrides (Ecosse) décrit dans ce numéro de LEADER Magazine constitue probablement un cas exceptionnel. En théorie, si beaucoup de travaux sont devenus mobiles, toutes les régions ne sont pas situées sur un pied d'égalité face à cette mobilité potentielle. Un critère déterminant semble être de disposer d'une main-d'œuvre capable d'offrir un service de qualité, avec un ratio qualité/coût qui reste déterminant. C'est ce facteur qui explique peut-être la réussite de l'expérience écossaise.

Vaincre la distance ou vaincre la complexité ?

Une autre idée reçue consiste à croire que les technologies avancées de communication ont pour effet d'effacer les distances, de vaincre les obstacles géographiques et donc d'aplanir les disparités entre les régions.

C'est un fait, la télématique diminue la dépendance vis-à-vis du facteur distance, vis-à-vis des points d'accès à l'information et de beaucoup d'obstacles à la communication interactive. Mais ceci ne signifie pas que la distance et la localisation ne soient plus importantes. Ceci attire plutôt l'attention sur d'autres facteurs de localisation, comme la qualité de l'environnement, le capital humain, le caractère dynamique et innovant des économies et des communautés locales, les partenariats locaux, etc.

La véritable spécificité des technologies avancées de communication se situe ailleurs que dans l'abolition de la distance : dans sa capacité à raccourcir le temps, à traiter la complexité, à organiser la flexibilité. Cette perspective est importante pour les politiques locales ou régionales.

Un faible potentiel d'industrialisation

Une troisième idée reçue consiste à attribuer aux technologies de l'information et de la communication les vertus d'une "industrie industrialisante", c'est-à-dire d'une activité de base sur laquelle viendraient se greffer d'autres activités connexes, pour arriver à un remaillage du tissu industriel.

Contrairement aux "révolutions industrielles" antérieures, la société de l'information requiert peu de grands programmes d'infrastructure, qui pourraient être créateurs d'emplois et avoir des effets multiplicateurs dans l'économie. Même les grands chantiers de télécommunication, comme le câblage ou la construction de réseaux hertziens, pèsent peu par rapport à d'autres grands travaux d'infrastructure, comme les autoroutes, les TGV, les stations d'épuration ou les installations de traitement des déchets. La valeur ajoutée des technologies de l'information ne réside pas dans la partie matérielle de ces technologies, mais bien dans les aspects immatériels. Il est donc illusoire d'en faire la clé de voûte d'une stratégie d'industrialisation. Il est plus important d'investir dans la connaissance et la compétence, car elles permettront d'exploiter ces nouvelles infrastructures et d'innover dans les produits et les services. L'exemple de Parthenay, en France, est ici révélateur (voir l'article correspondant).

Des pistes pour l'avenir

La modernisation des services

Dans beaucoup de pays d'Europe, les services constituent un pan très important de l'activité économique, notamment dans les zones rurales. Ces services pourraient constituer un important facteur de croissance. Malheureusement, dans certaines régions, leur développement est encore trop souvent considéré comme une contrepartie de la désindustrialisation. Les services publics sont traités comme des dépenses publiques, et non comme des ressources. Les services privés ne sont pas encore suffisamment considérés comme une activité en soi.

Dans le domaine des services aux entreprises, le facteur de croissance consiste à développer les activités à haute intensité de connaissances, qui exploitent au mieux le



“La centrale de réservation touristique PARALELO 40”

Malaquías Jiménez Ramírez
[LEADER La Manchuela, Castille-La Manche, Espagne]

“Vendre” le tourisme rural aux citadins exige des systèmes de communication rapides et efficaces. Notre réseau PARALELO 40 a été créé en 1993 par 7 groupes LEADER I (5 espagnols et 2 portugais), dont les zones d'intervention étaient toutes situées plus ou moins sur le 40^e parallèle, et qui souhaitaient promouvoir ensemble leurs ressources touristiques.

L'idée était de fidéliser les visiteurs par le biais d'une promotion touristique à la fois commune et réciproque : ainsi, chaque zone communique auprès de ses visiteurs les attraits de chacun de ses territoires partenaires. Jusqu'en 1996, les sept groupes de PARALELO 40 se contentaient d'éditer en commun des brochures touristiques et de participer conjointement à des foires et salons.

En 1996, avec le lancement de LEADER II, notre réseau s'est ouvert à 20 autres zones (5 portugaises et 15 espagnoles) également situées sur le 40^e parallèle. D'où le besoin d'améliorer notre capacité d'action et de renforcer notre présence sur le marché. L'utilisation des nouvelles technologies de la communication nous a alors paru incontournable.

Nous avons donc décidé de créer une centrale de réservation, afin de commercialiser directement nos produits touristiques en utilisant un système télématique permettant une mise à jour constante de l'information et la vente “en ligne” de séjours.

Pour concrétiser le projet, nous avons eu recours au programme ARTE-PYME (Actions Régionales en faveur des Télécommunications dans les PME) géré par le Ministère espagnol de l'Industrie et du Développement. Etant national, ce programme était inaccessible aux partenaires non espagnols. C'est pourquoi la mise en œuvre du projet a été limitée à 14 groupes espagnols. Les partenaires portugais, quant à eux, participent au volet information et promotion de PARALELO 40 mais pas à la centrale de réservation.

L'objectif de celle-ci est donc de commercialiser en direct les produits touristiques offerts par les entreprises touristiques de chaque territoire. La mise en œuvre du projet a impliqué les étapes suivantes :

- > installation de 156 ordinateurs, dont 14 dans les locaux des groupes LEADER et 142 dans les entreprises participantes. La majorité de ces entreprises sont de petite taille (un ou deux employés) ; elles couvrent presque toute la gamme des produits touristiques et de loisirs (gîtes ruraux, hôtels, appartements, cabanons, campings, sports de plein air, visites guidées, activités culturelles, gastronomie, etc.). L'ensemble dispose d'une capacité d'hébergement de 5000 lits ;
- > installation d'un serveur Internet ;
- > saisie de données concernant les prestations des 142 opérateurs touristiques (dates, lits, tarifs, services, remises, etc.) ;

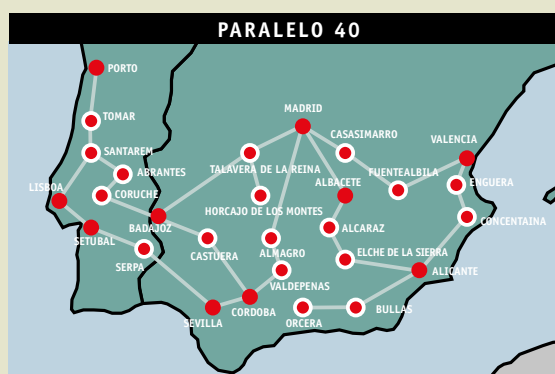
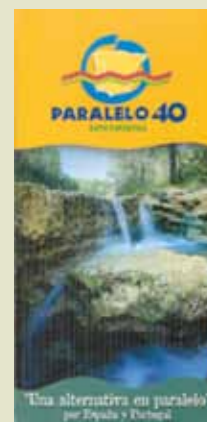
> formation des participants au projet (les techniciens des 14 groupes d'action locale ainsi que les opérateurs touristiques utilisant l'outil informatique dans leur établissement). Il s'agit d'une formation personnalisée, dispensée au sein même des entreprises ;

> promotion et diffusion du projet. A cet effet nous avons réalisé à 5000 exemplaires des dépliants, distribués dans les salons du tourisme auxquels nous participons (notamment le FITUR de Madrid) et auprès d'agences de voyages et tour-opérateurs.

Les logiciels utilisés sont “TURCENTRAL” (pour la gestion des données concernant les réservations) et “TURINTER” (pour le traitement des images). Ce matériel nous a d'abord causé quelques problèmes, car il n'est pas tout-à-fait adapté aux spécificités du tourisme rural (hébergements diffus de faible capacité) ni aux méthodes comptables utilisées généralement par les petits opérateurs. Peu à peu cependant, ces problèmes ont pu être résolus.

Le fonctionnement de la centrale est encore trop récent pour qu'on puisse déjà sérieusement évaluer ses résultats. En août 1998, a eu lieu à Riopar, dans la Sierra del Segura (Castille-La Manche) une rencontre des opérateurs participant à PARALELO 40. Les participants – une centaine – ont réfléchi aux perspectives de développement du système. Elles semblent passer inévitablement par la création d'une structure organisatrice de type associatif, qui gèrerait les ventes effectuées par la centrale, et par l'élargissement de la couverture géographique du réseau : nous étudions ainsi la possibilité d'inclure dans PARALELO 40 des zones LEADER d'Italie et de Grèce. D'autre part, dans une perspective de rentabilisation optimale, nous pensons que les équipements déjà installés pourraient permettre de commercialiser des produits autres que ceux du tourisme : artisanat, produits agro-alimentaires, etc. <

Web : www.paralelo40.org



—> savoir et le savoir-faire accumulés dans l'expérience économique locale, mais qui sont aussi capables de se transformer en téléservices. Mais le changement de mentalité le plus radical à opérer concerne sans doute les services publics. Le rapport *"Construire la société européenne de l'information pour tous"* (1) est très clair à cet égard : il recommande de faire des services publics un moteur de la croissance dans la société de l'information émergente. Il propose trois recommandations particulières : amener les services publics de l'infrastructure au contenu ; améliorer l'efficacité des services publics ; faire des services publics un modèle de prestation de services.

La priorité à la ressource humaine

Affirmer que la ressource humaine doit être une priorité dans les stratégies de développement local ou régional peut paraître une évidence. Cependant, l'expression même "investir dans les compétences" est récente et l'éducation est encore rarement considérée comme un investissement à long terme. Dans le passé, on a souvent préféré investir dans des autoroutes, des parcs d'activités ou des aides matérielles aux entreprises, plutôt que d'investir dans la formation, la recherche & développement et la mise à jour des compétences.

Le travail à distance, le développement des téléservices, l'exploitation des réseaux favorisent l'émergence de nouveaux métiers et de nouvelles fonctions, qui demandent l'acquisition de compétences nouvelles. Parmi celles-ci, il y a certes des compétences spécialisées, dans la technologie, dans la gestion et dans le conseil. C'est notamment le cas des personnes impliquées dans la création, la structuration et la communication de l'information qui circule sur les réseaux : éditeurs, auteurs, graphistes, gestionnaires de réseaux, concepteurs de services en ligne, consultants, etc. C'est aussi le cas des personnes concernées par le fonctionnement et les dysfonctionnements des réseaux : techniciens de maintenance, spécialistes de l'aide en ligne, spécialistes de la sécurité, vendeurs qualifiés, conseillers auprès des PME ou des administrations, etc.

Une des bornes interactives qui sera installée dans l'Ardenne-Eifel par le réseau rural belgo-germano-luxembourgeois KOBOLD



Mais ce n'est pas tout. D'une manière plus large, le développement des téléservices et du travail à distance demande aussi des compétences non techniques, liées à la fonctionnalité des services, qui concernent un grand nombre d'emplois actuels et futurs. Il s'agit notamment d'aptitude à la communication, de capacité de gestion d'aléas et d'événements singuliers, etc. Il ne s'agit pas toujours de qualifications de très haut niveau, mais bien souvent de compétences nouvelles, difficiles à acquérir sur les bancs de l'école ou de l'université. C'est donc une tâche fondamentale pour les agences publiques de formation que de veiller à ce qu'il existe une offre structurée dans ces domaines.

Le besoin de mise à jour continue des compétences ne concerne toutefois pas seulement les travailleurs, il concerne aussi les dirigeants d'entreprises. Les compétences managériales et la culture managériale figurent toujours parmi les facteurs clés de réussite dans les usages des technologies avancées.

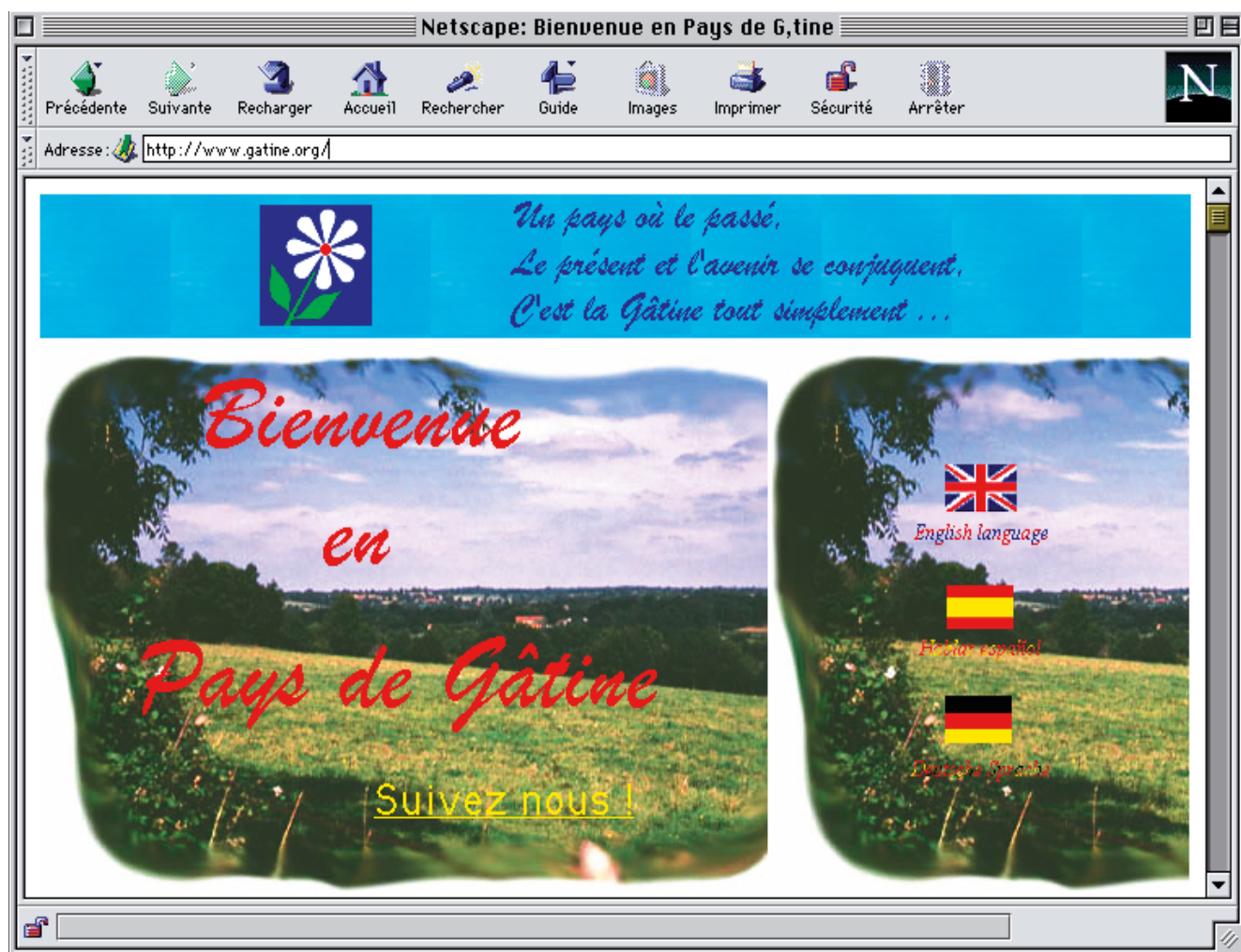
Dans le développement du travail à distance, des téléservices et des autres usages des technologies avancées de communication, ce sont finalement les facteurs humains qui sont déterminants. Au delà d'un seuil minimal de qualité et d'accessibilité, les questions d'infrastructure passent au second plan.

Maîtriser les risques et exploiter les potentialités du travail à distance

Les technologies avancées de communication et la restructuration des activités de services ouvrent la voie à une expansion du travail à distance. Mais comme toute évolution économique, le travail à distance présente des risques. Le risque le plus important est sans doute celui d'une *mauvaise gestion de la flexibilité*, où le travail à distance est utilisé pour exploiter une main-d'œuvre d'appoint, au gré des fluctuations des prix et des marchés. Le travail à distance concourt alors à développer l'emploi précaire, à courte durée. Il institue l'employabilité des personnes les plus performantes et contraint les autres à la débrouille permanente. Il s'agit d'un scénario très dangereux sur plan social, mais aussi sur le plan économique. Il peut également renforcer les disparités entre régions.

Quant au *risque de délocalisation*, il est effectivement important pour des activités à faible valeur ajoutée, ou pour celles qui dépendent exclusivement des stratégies de groupes industriels dont les centres de décision sont situés à l'étranger. Les services les plus faciles à délocaliser sont les services génériques de traitement de données à distance ou les prestations spécialisées mais standardisées, comme la programmation informatique. Maîtriser ces risques, c'est se donner les atouts qui évitent la mauvaise gestion de la flexibilité et empêchent les délocalisations trop faciles : mettre en valeur les caractéristiques spécifiques de la ressource humaine au niveau local, moderniser les services marchands et non marchands, créer un climat social favorable à l'innovation, autant d'éléments que LEADER cherche précisément à développer. <

(1) Rapport du Groupe d'experts de haut-niveau sur les aspects sociaux de la société de l'information, Direction générale V de la Commission européenne, Bruxelles, 1997. Disponible dans toutes les langues de l'Union. Web : www.ispo.cec.be/hleg/



L'Internet au service du développement de la Gâtine (Poitou-Charentes, France)

Les “Gâtinautes”

Dans la zone LEADER Pays de Gâtine, des réseaux virtuels se juxtaposent à la toile très dense des réseaux locaux de solidarité, renforçant ainsi l'intégration et l'efficacité des actions de développement rural mises en œuvre.

Question 1 : quelle était en 1998 la seule ville française où l'on pouvait faire ses courses via l'Internet dans un “supermarché virtuel” (9 000 produits référencés) ? Réponse : Parthenay, capitale du “Pays de Gâtine”, département des Deux-Sèvres, région de Poitou-Charentes, 11 000 habitants, ses remparts, son église romane, son marché aux bestiaux, et depuis 1996, ses “centres de ressources numérisés”...

Question 2 : mais qu'est-ce qu'un “centre de ressources numérisé” ? Réponse (de Jérôme Chausson, jeune animateur de la “Maison de la Citoyenneté active” à Parthenay) : “c'est un lieu accessible à tous, où sont mis à la disposition du public ordinateurs, scanners, imprimantes, liaison avec l'Internet, hébergement de boîtes aux lettres électroniques et de sites Web créés par des habitants. Le tout gratuitement, et avec assistance technique fournie si nécessaire.”

“Les centres numérisés font maintenant partie du patrimoine de Parthenay, ajoute Jérôme. La preuve, c'est qu'ils sont intégrés dans le circuit des visites guidées de la ville.”

Et visiter les six centres de ressources numérisés de Parthenay, c'est un peu comme visiter les châteaux de la Loire : tous se ressemblent et pourtant tous sont différents. Car chaque centre a un thème et vise un public particulier : la Maison de la Citoyenneté active a une vocation sociale. Elle est en quelque sorte un guichet unique d'aide aux initiatives locales et à la création d'associations. Outre un équipement informatique complet, elle héberge également une agence pour l'emploi et un centre d'orientation professionnelle.

Les autres centres “parthenayres” – un slogan local ! – sont situés respectivement à la mairie (services administratifs de proximité), dans un parc d'entreprises (vocation économique), au Palais des Congrès (vocation commerciale et touristique), à la bibliothèque-médiathèque (vocation culturelle) et même dans une “Maison des Jeux” (vocation ludique). Chacun de ces espaces est

➔ fréquenté quotidiennement par 50 à 100 personnes. L'ensemble emploie 10 permanents, chargés d'accueillir et d'assister les usagers qui le souhaitent dans le maniement des différents outils télématiques. Cet accompagnement, qui constitue l'une des grandes spécificités de ces centres, est de plus en plus pointu, à mesure que se banalise ici l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC) : en septembre 1998, le district de Parthenay (17 000 hab.) comptait 2 100 adresses électroniques privées, sur un total de 7 500 foyers.

Marché électronique

"Beaucoup de choses sont possibles parce qu'on est dans un environnement technologique favorable", affirme Patrick Martine, directeur du marché de Parthenay. Ce marché "de gré à gré", troisième marché ovine, quatrième marché bovin de France, et bientôt premier marché aux bestiaux présent sur l'Internet, est un peu l'interface entre l'informatisation massive du bourg-centre Parthenay (voir encadré) et les villages de la Gâtine. Dans ce pays d'élevage, c'est en grande partie à travers la numérisation du marché que l'usage directement économique de la télématique pourra se propager jusque dans les endroits les plus reculés de cette zone défavorisée du Poitou.

Existant depuis le IX^e siècle, le marché de Parthenay était devenu dans les années 70 le premier marché de France en bovins de boucherie, mais la crise de la fin de la décennie 80 lui a fait perdre un tiers de ses apports. Les éleveurs de la Gâtine décident alors de réagir et tablent sur la qualité. Pour ce faire, ils choisissent un "produit-locomotive" local : la race bovine Parthenaise, savoureuse mais délaissée par l'agriculture intensive car ni assez performante pour le lait ni assez performante pour la viande selon les standards productivistes.

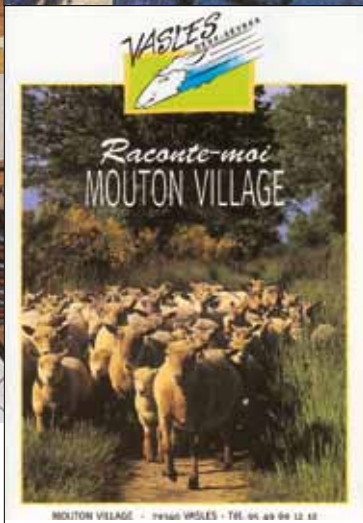
En 1990 est créée une "Association pour la Promotion des Viandes de Qualité Supérieure" (APVQS) qui regroupe aujourd'hui quelque 200 éleveurs bovins et ovins (dont 40 exploitants biologiques). Entre 1990 et 1994, l'association restructure les deux secteurs, organise diverses animations de promotion et obtient trois labels de qualité tant pour la viande ovine que bovine. Forte de ces résultats, l'APVQS élabore un programme sur cinq ans afin de poursuivre l'objectif d'améliorer les deux filières. Ce plan lui vaut d'être choisie en 1995 comme maître d'ouvrage de la mesure Agriculture de LEADER II axée essentiellement sur la valorisation des filières ovine et bovine de la Gâtine, en s'appuyant notamment sur l'utilisation des TIC.

A cet égard, il s'agit avant tout de mettre en place un "observatoire du bétail" au service des éleveurs, du marché et de l'abattoir de Parthenay. *"Le projet comporte deux volets, explique Patrick Martine : rendre les transactions du marché totalement transparentes et assurer une traçabilité des animaux. En ce qui concerne le premier volet, l'action consiste à créer un site Internet et mettre gratuitement à la disposition des éleveurs-vendeurs un certain nombre d'ordinateurs durant les heures de marché, leur permettant par exemple de connaître les cotations en temps réel, de se renseigner sur la solvabilité des acheteurs, bref de diminuer considérablement les risques de mauvaises opérations commerciales. Quant à la traçabilité, un système de codes-barres sera mis en place d'ici le printemps 1999 : il permettra entre autres d'harmoniser les relations entre éleveurs et abattoirs, notamment en ce qui concerne le poids de l'animal effectivement rémunéré."*

"Tout cela est un premier pas vers le marché électronique", ajoute Thierry Rochette, animateur de l'APVQS chargé de piloter l'opération, pour laquelle LEADER fournit 15 000 ECU.

Centre numérisé de Thouars : écoliers et habitants de la Gâtine bénéficient du "Plan Net" mis en place par les autorités départementales





"Mouton-Village"
propose
de nombreuses activités
aux enfants

Branchée la Gâtine (www.gatine.org/)

"N'ayant toujours pas la voie express, on pouvait au moins se payer l'autoroute de l'information !", lance Benoît Michenot, animateur du développement pour le groupe d'action locale (GAL). "Gâtine" est un terme ancien désignant une "terre marécageuse et stérile, par suite de l'imperméabilité du sous-sol" selon le dictionnaire Robert. "Les Terres boueuses de Parthenay", comme on disait", confirme Yves Pacaud, responsable du développement des nouvelles technologies au GAL. "Nous étions les 'bouseux'... C'était un pays fermé. Les communications ont toujours été difficiles; imaginez qu'à la fin du XIXème siècle, on croisait encore ici des chaises à porteurs! Mais cet enclavement de la Gâtine a créé une solidarité extrêmement forte qui s'est structurée plus récemment en un mouvement associatif très dynamique. Ajoutez à cela les nouvelles technologies et vous comprendrez qu'on peut commencer à parler ici d'une 'économie de réseaux'."

Grâce à la conviction de certains élus – notamment Jean-Marie Morisset, président du GAL –, l'expérience télématique de Parthenay a été relayée en milieu rural par les autorités départementales et régionales. Les nouvelles technologies viennent en quelque sorte couronner le volontarisme d'une stratégie territoriale "de pays" qui a débuté dès les années 70. "Le pari du Pays de Gâtine, affirme Dominique Brouard, directeur du GAL, c'est le développement basé sur des moyens logistiques faibles mais sur des réseaux de développeurs et d'entrepreneurs forts. Cette stratégie est facilitée par les auto-

rités territoriales de tous niveaux et par l'intercommunalité – la Gâtine compte 7 communautés de communes qui ont chacune engagé un ou deux agents de développement. Un maillage serré des ressources s'est donc établi. La mise en place de centres numérisés dans chaque canton et la mise en place d'ici l'été 99 d'un courrier électronique entre les services administratifs des 76 communes de la Gâtine devraient permettre de surmonter la médiocrité des voies de communication, de formaliser électroniquement les réseaux du développement local et, à terme, de redynamiser notre territoire."

Mouton-Village

Cette redynamisation du territoire est déjà bien engagée à Vasles. Ici, le partenariat entre les autorités locales, les forces vives du village et le mouvement associatif (24 associations pour 1 650 habitants) ont fait merveille: le projet "Mouton-Village", qui a transformé du tout au tout la localité, est un exemple d'intégration des secteurs – social, agricole, culturel, touristique – particulièrement abouti.

Vasles et ses alentours ne vivent que du mouton de boucherie. En 1990, c'est la crise: les prix des agneaux français s'effondrent. Plus personne ne parierait sur l'avenir du secteur, sauf justement le maire de la commune, Gilles Parnaudeau, et trois autres "visionnaires", qui choisissent ce moment pour mettre en pratique leur grande idée: faire de l'activité ovine un levier du développement local. "Transformer un territoire menacé de désertification en un 'territoire-ressource'", raconte Chris-

METASA, MIND, IMAGINE... L'Europe aide les petites villes à se brancher : l'exemple de Parthenay

La banalisation de la télématique à Parthenay, petite ville d'un pays où l'utilisation de l'Internet est encore relativement peu répandue, prend ses racines dans le projet "Ville numérisée" entrepris par la commune en 1994 et visant à ce que "les citoyens soient des acteurs créatifs de la ville" (1).

En 1996 est mis en œuvre METASA (2). Ce programme pilote d'un an, initié par la Direction générale XIII de la Commission européenne, consiste à :

- > faire de plusieurs petites villes européennes un laboratoire d'expérimentation en grandeur réelle des nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC) ;
- > adopter une démarche dite "social-pull", associant autant que possible les citoyens au projet, en partant de leurs besoins et en faisant en sorte qu'ils soient co-créateurs de services et non de simples "consommateurs-cobayes".

Outre Parthenay, METASA a concerné Arnedo (La Rioja) en Espagne, Weinstadt (Bade-Wurtemberg) et Torgau (Saxe) en Allemagne. Plusieurs grandes entreprises informatiques, de même que six universités et centres de recherche étaient également parties prenantes.

"Pour identifier les besoins des gens, nous avons envoyé un questionnaire d'une vingtaine de pages à 7 500 foyers", explique Hervé Denudt, chargé du développement au service économique du district de Parthenay. "Le taux de retour a été très satisfaisant : 25%. Les réponses ont permis de dégager sept types d'attitudes envers les nouvelles technologies, correspondant à trois profils psychologiques : les 'utopistes', les 'attentistes' et les 'réfractaires'. A partir de ces profils, trois groupes de discussion homogènes – soit 300 personnes au total ! – ont alors été constitués. Les résultats de ces échanges ont permis d'identifier trois principaux champs d'utilisation des technologies de l'information pour le grand public : la culture, l'économie et le social."

En 1997, Parthenay a bénéficié d'un programme européen de sensibilisation et de démonstration à l'utilisation des TIC : dans le cadre du projet MIND (3) lancé par la Direction générale de l'Industrie (DG III), des services télématiques interactifs ont été installés dans la ville. L'opération déclenchera la création d'un réseau Intranet et de six "centres de ressources numérisés" (voir article principal).

La même année, la commune de Parthenay lancera l'opération "Mille Micros" : toujours dans l'optique d'une appropriation des TIC par la population, il s'agit de permettre à tout citoyen d'acquérir un micro-ordinateur à un prix raisonnable. Pour ce faire, la ville négocie avec France Telecom et un grand fabricant d'ordinateurs. Moyennant environ 1 000 ECU, chaque habitant de Parthenay peut ainsi disposer d'un ordinateur et bénéficier gratuitement de 200 heures de communication de jour sur l'Internet pendant deux ans. En 1998, un autre programme de la Direction générale XIII est mis en œuvre, IMAGINE, prolongement de METASA.

Parallèlement, les secteurs de l'éducation et de la formation ont également été mobilisés : tous les établissements scolaires du district sont désormais câblés et des groupes de travail se sont formés pour élaborer des actions collectives utilisant les TIC : mise en commun des centres de documentation, création d'un "bouquet" de services éducatifs. Mais sans attendre la concrétisation de ces projets, on note que la "numérisation" de Parthenay a d'ores et déjà un "effet pédagogique" positif, notamment en termes d'insertion socio-professionnelle, l'exemple le plus spectaculaire étant ce jeune en situation d'échec scolaire qui s'est découvert une passion pour l'Internet, a mis ses poèmes sur la "Toile" et a été contacté par un éditeur allemand souhaitant les utiliser dans ses manuels scolaires...



La "Maison de la Citoyenneté active" à Parthenay

"Ici toutes les entreprises sont dopées à la sauce des nouvelles technologies", conclut Hervé Denudt. Selon le responsable du service économique du district de Parthenay, l'impact de l'ensemble des projets s'inscrivant dans la démarche "ville numérisée", est considérable :

- > les entreprises existantes se trouvent renforcées – c'est par exemple le cas d'une entreprise locale centenaire, fabricante de farces et attrapes, qui connaît depuis deux ans une forte expansion dans l'ensemble de la francophonie ;
- > de nouveaux services apparaissent – outre l'expérience du "supermarché virtuel" qui a créé trois emplois, une grande chaîne de bricolage se lance dans la vente par correspondance à partir de Parthenay. Un système de centralisation de commandes passées auprès des petits commerçants via l'Internet est également envisagé dans le cadre de la nécessaire revitalisation des commerces du centre-ville ;
- > de nouvelles entreprises s'installent – 12 sociétés informatiques se sont ainsi implantées, créant 30 emplois, tandis qu'un grand distributeur de meubles a choisi Parthenay pour expérimenter une nouvelle organisation de ses ventes de type "zéro-stock" ;
- > de nouvelles micro-activités innovantes voient le jour, comme cette entrepreneuse locale qui loue sur l'Internet à des clients surtout néerlandais des mobile homes partout en France ; ou ce marchand de chaussures qui, devenu internaute, s'est découvert une niche commerciale, les très grandes tailles, et répond maintenant à des commandes de Suisse, d'Espagne et d'ailleurs...

<
>> Web : www.district-parthenay.fr

(1) Michel Hervé, maire de Parthenay, dans "Le Monde" du 9 décembre 1996.

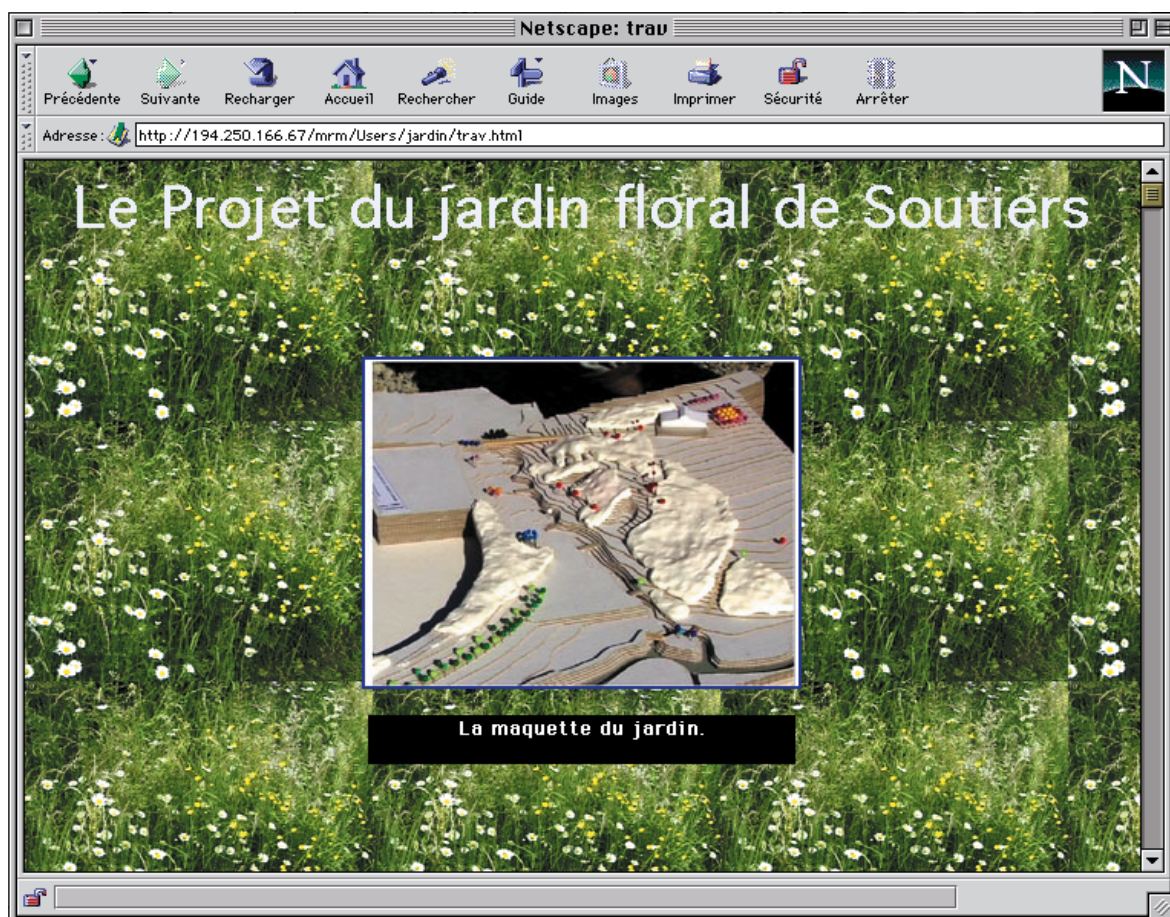
(2) METASA : Multimedia Experimental Towns with A Social-pull Approach (Villes expérimentales multimédia dans une démarche sociale).

(3) MIND : Multimedia Initiation of the Digital Towns (Initiation multimédia des villes numérisées).

—▶ tian Proust, l'un des "pères fondateurs" de Mouton-Village. *"Valoriser le savoir-faire des hommes par tous les moyens : produire un mouton de qualité supérieure dans le respect de l'environnement, le vendre au meilleur prix, promouvoir le secteur, l'utiliser comme attraction touristique. Tout simplement une révolution culturelle dans le village !"*

On commence par construire un marché couvert. En 1991, les initiateurs du projet parviennent à convaincre sept puis quinze éleveurs de *"produire le meilleur agneau du monde"*. Un cahier des charges est établi qui débouchera sur un label, puis sur une société de commercialisation qui a conclu au cours de l'été 1998 un contrat d'approvisionnement en agneaux haut de gamme avec une grande chaîne de supermarchés. Mais si on se repenche sur tout le travail réalisé à ce jour, on constate que chaque année a vu son lot de réalisations : le centre du village est entièrement rénové en 1992 ; en 1993, s'ouvre le "Jardin des Agneaux", où sont hébergées de façon très attrayante une vingtaine de races ovines, certaines menacées d'extinction, en provenance du monde entier ; en 1995, est construite la "Maison du Mouton", vaste bâtiment où sont présentées sous forme d'ateliers, de spectacle d'automates, etc. toutes les facettes de l'activité ovine à travers les âges et les continents – le point de vente assure le "commerce équitable" d'articles en laine provenant de différents pays. L'ensemble forme un complexe touristique d'une dizaine d'hectares, totalement intégré au village et qui attire chaque année plus de 35 000 visiteurs. *"Les gens ont commencé à y croire quand il sont vu les premiers cars de touristes"*, se souvient Christian Proust. *A présent, ils sont fiers. On peut même parler d'un 'climat de projets' à Vasles. On peut affirmer que Mouton-Village a créé 12 emplois directs et une quinzaine d'emplois indirects, sans parler du maintien des éleveurs. C'est justement le grand défi maintenant : faire en sorte qu'il y ait encore des éleveurs dans dix ans. Pour cela, nous avons le projet de créer une 'éco-ferme' qui formera des jeunes..."*

En attendant et avec LEADER, Mouton-Village s'est lancé dans une démarche de coopération transnationale pour *"s'ouvrir à d'autres pratiques et maintenir la mobilisation des habitants"*. 150 Espagnols de la zone LEADER Tierra de Campos (Castille-Leon), qui partage le même contexte et les mêmes préoccupations sont ainsi venus à Vasles en mars 1997 ; 100 Gâtinais leur ont rendu la politesse en juillet 1998. Le groupe LEADER portugais Basto s'est également joint à la démarche, baptisée "Réseau européen des Moutons et des Hommes".



Visite virtuelle d'un jardin de Gâtine

➔ Gâtée, la Gâtine

L'expérience de Vasles-Mouton-Village est la référence première pour un axe important de la stratégie LEADER : la création de quatre jardins thématiques axés respectivement sur les oiseaux, la géologie, l'imaginaire et la botanique. *"Il s'agit de créer un produit original qui soit en mesure d'irriguer les flux touristiques sur l'ensemble de la Gâtine, tout en maintenant un patrimoine naturel et paysager de qualité. Créer des jardins dans ce grand jardin qu'est la Gâtine"*, indique joliment Valérie Rocher, qui pilote la création du jardin floral de Soutiers.

Un autre intérêt de l'opération "Jardins de Gâtine", cofinancée par LEADER à hauteur d'environ 600 000 ECU, est qu'elle a engendré la mise en œuvre de chantiers d'insertion basés sur des "emplois verts". Soutiers emploie ainsi actuellement 7 anciens chômeurs de longue durée.

Ces jardins s'insèrent également parfaitement dans la stratégie culturelle de la Gâtine.

Celle-ci ne peut compter sur des flux touristiques naturels importants, mais forte de son tissu associatif dense, elle est devenue une véritable "terre de festivals" : outre des animations culturelles tout au long de l'année, on trouve le Festival des Jeux (100 000 visiteurs) et trois festivals musicaux d'envergure à Parthenay, un Festival de Peinture et Sculpture à St-Loup-sur-Thouet et, chaque automne dans le village de Ménigoude (800 hab.), le Festival International du Film Ornithologique qui en 14 ans d'existence est devenu l'un des festivals de cinéma animalier et environnemental les plus importants du monde (30 000 visiteurs, des dizaines de cinéastes, une quarantaine de films en compétition, une multitude de rencontres axées sur l'écologie).

"En 1999, sera organisé dans la Gâtine le premier Festival International de l'Art culinaire, annonce Benoît Michenot. Ces événements mobilisent un nombre impressionnant de bénévoles et il serait intéressant en termes de développement de faire une étude complète sur le phénomène..."

Toutes ces réalisations et attractions de la Gâtine se trouvent évidemment présentées sur le réseau des réseaux.

Question subsidiaire : où se trouve le nombril du monde ?

Réponse : à Pougne-Hérisson (380 habitants), village médiéval du cœur de la Gâtine, qui organise chaque deux ans une sorte de happening basé sur l'imaginaire du conteur et humoriste Yannick Jaulin et qui abritera d'ici l'an 2000 un merveilleux "Jardin des Histoires du Monde". Pour en savoir plus sur le contenu – indescriptible – de ce projet auquel LEADER contribue, il suffit de surfer sur <http://www.gatine.org> <

LEADER PAYS DE GÂTINE

Superficie du territoire : 1 585 km²

Population : 64 198 habitants

Financement LEADER II : 2 500 000 ECU

UE : 880 000 ECU – **Autres fonds publics :** 1 530 000 ECU

Privé : 90 000 ECU

GAL du Pays de Gâtine

SMAEG

3 rue Henri Dunant, BP 505

F-79208 Parthenay CEDEX

Tél : +33 5 49 64 25 49 – Fax : +33 5 49 94 21 22

E-mail : michenotbe@district-parthenay.fr

Web : www.gatine.org

Quand la télématique
brise l'isolement et crée des emplois

Du Tweed à la Toile

Misant résolument sur les technologies avancées de communication, le groupe LEADER Western Isles, Skye & Lochalsh a facilité la création de plus de 200 emplois de télétravail dans les îles Hébrides, au nord-ouest de l'Ecosse. La diffusion de ces technologies rencontre également un écho favorable auprès des acteurs économiques "traditionnels": agriculteurs, pêcheurs, artisans et opérateurs touristiques. A l'occasion du séminaire LEADER "Mutations de l'emploi et nouvelles technologies" (juin 1998), un journaliste italien a visité ce "bout du monde branché sur le monde".

PAR NINO PATERNO [*]



“Graphiste demandé pour société de production multi-média en pleine expansion située dans les Western Isles d’Ecosse. Notre personnel compte 17 employés. Notre champ d’activités inclut la production télévisuelle, les services liés aux technologies de la communication, le graphisme et la photographie. Faire proposition à ken@eolas.co.uk”.

Une offre d’emploi parmi une trentaine d’autres annoncées en octobre 1998 sur <http://www.hebrides.com>, le site Web des îles Hébrides, qui revendique le titre de “plus grand site Internet territorial du monde”.

Vues d’avion, les îles Hébrides ou Occidentales, à l’extrémité nord-ouest de l’Ecosse, ressemblent à un immense pré vert parsemé de miroirs d’eau sertis dans une asymétrie quasi surnaturelle, d’une beauté à couper le souffle. Ici, l’insularité et l’isolement géographique ont préservé l’environnement et des traditions locales originales, autant d’atouts qui commencent à enrayer, voire renverser, la tendance multiséculaire à l’exode : de plus en plus de jeunes décident de rester dans les îles, qui voient également s’installer de nouveaux résidents attirés par l’authenticité de ce “bout du monde”. Et, pour certains, par les possibilités d’emploi offertes par les technologies avancées de communication.

“On trouve ici la plus forte proportion de diplômés du Royaume- Uni, affirme Carola Bell, directrice du groupe LEADER Western Isles, Skye & Lochalsh, mais l’isolement géographique des îles limitait considérablement les possibilités d’emploi. Le télétravail nous a semblé être une réponse réaliste au problème : on pouvait envisager de mettre cette offre de main d’œuvre hautement qualifiée en contact avec des clients éloignés, en utilisant les technologies de la télécommunication associées à la culture du travail flexible des insulaires.”

L’informatique accessible à tous :
formation à distance



Ancien agent commercial pour une société informatique, Donnie Morrison fait partie de ceux qui ont choisi de s’établir dans les îles : “j’étais en voyage d’affaires en Espagne en 1989. Parlant des ordinateurs portables, quelqu’un a dit que dans dix ans de nombreux métiers pourraient s’exercer à domicile, dans le confort de son foyer. L’idée me laissa d’abord quelque peu sceptique, puis j’ai commencé à y réfléchir, pour finalement caresser l’idée de retourner vivre dans ma région, c’est-à-dire ici. Avec ma famille, nous nous sommes installés en 1994 dans l’île de Lewis. J’ai été chargé cette année-là de conduire l’étude LEADER sur les possibilités locales du travail à distance, l’intérêt des habitants pour la formule, les compétences disponibles, les marchés potentiels, etc.” Cette recherche-action a débouché sur la création de l’ICT (“Western Isles Information and Communication Technology Advisory Service” / Service-conseil en technologies de l’information et de la communication pour les îles Hébrides) avec l’appui financier du FEDER (Objectif 1), du Conseil des îles Hébrides et de l’agence locale de développement Western Isles Enterprise qui gère LEADER depuis 1992. La direction de la structure a été confiée à Donnie Morrison.

L’ICT a pu constituer un fichier de “télétravailleurs” potentiels : quelque 500 personnes (600 en 1998) – résidentes ou souhaitant s’installer dans les îles – ont ainsi été recensées et leurs compétences répertoriées. Aucune entreprise n’existait localement dans le secteur du télétravail, l’ICT a créé dans l’île de Benbecula une société à responsabilité limitée, “Lasair”, à même de gérer des contrats conclus avec des donneurs d’ordre situés n’importe où dans le monde.

Lasair

En 1995, Lasair a pu répondre à un premier appel d’offres et décrocher un important contrat avec un éditeur américain spécialisé dans l’indexation et la mise en ligne de publications commerciales et économiques. Les revues sur support papier sont envoyées de Californie par courrier puis distribuées par Lasair à 35 travailleurs à domicile, dont 30 femmes, qui résument les publications, indexent les différents articles, les adaptent aux spécificités de la mise en page électronique et les mettent sur l’Internet. L’ensemble de la procédure correspond à un cycle de 5 à 10 jours. De par la nature des tâches à accomplir, ces postes de télétravail constituent une activité à réelle valeur ajoutée, qui dépasse le simple encodage de données mais implique des compétences en rédaction, réécriture, relecture, infographie, etc. “Un contrat que nous avons expérimenté en 1996 avec la Direction écossaise de la Santé nous a montré que l’encodage purement ‘mécanique’ de données s’avérait non rentable car fortement soumis à la concurrence des pays du tiers-monde”, indique Donnie Morrison.



Ile de Lewis : une impression de bout du monde...

De nombreux autres contrats sont venus s'ajouter depuis, parmi lesquels : la réalisation de synthèses de documents, l'indexation et la mise en ligne des publications des Services de Criminologie du Ministère de l'Intérieur britannique ; la mise sur CD-ROM de tous les numéros du "Scots Law Times", journal juridique écossais ; la conversion au support électronique (Internet, CD-ROM) de nombreux ouvrages scientifiques édités par les prestigieuses Presses de l'Université d'Oxford (contrat de deux ans conclu en janvier 1997 et occupant une cinquantaine de personnes à temps plein).

Lasair coordonne ainsi les prestations d'une centaine de télétravailleurs indépendants, tout en assurant le contrôle de la qualité. LEADER a fourni environ 35 000 ECU pour assurer une formation spécialisée aux télétravailleurs. Avec le temps, les compétences requises pour faire partie de ce "pool de télétravail" ont évolué : la capacité de bien écrire en anglais, de posséder des connaissances scientifiques ou médicales, par exemple, ont pris le pas sur les savoir-faire purement informatiques, ceux-ci pouvant être acquis dans le cadre de formations adaptées aux spécificités de chaque contrat.

Hébrides virtuelles (<http://www.hebrides.com>)

Le succès de Lasair a fait des émules et d'autres initiatives utilisant la télématique ont fleuri dans les îles. Parmi ces celles-ci, la société "Eolas", qui, avec un financement LEADER de 43 000 ECU, a construit le site Web "Virtual Hebrides" (<http://www.hebrides.com>), véritable encyclopédie des îles de par les informations extrêmement diversifiées qu'il contient, tout en offrant également des services très concrets aux usagers : offres

d'emploi, réservations touristiques, etc.

Après trois ans d'activités multimédia – Eolas se limitait antérieurement à la production audiovisuelle –, les résultats de l'entreprise sont tout à fait impressionnants : 180 contrats de télétravail, 18 employés à temps plein, 4 serveurs et un serveur-miroir à Glasgow, un département spécialisé dans l'élaboration de logiciels et la construction de base de données, etc.

Quant au ICT, il était occupé en 1998 à parachever la mise en place de son nouveau fleuron : un centre d'appels installé dans un édifice de 750 m² situé dans le parc d'activités de Stornoway. Coût de l'investissement : 2 millions d'ECU. Avant même l'achèvement des travaux, le centre a passé un contrat avec un opérateur téléphonique, contrat qui devrait créer 70 emplois et générer au cours de la première année un chiffre d'affaires d'environ un million d'ECU. Le centre hébergera également les bureaux du ICT pour un meilleur confort et surtout une meilleure efficacité en termes de services fournis.

Dissémination

Responsable des nouvelles technologies à la Skye & Lochalsh Enterprise, agence de développement pour les deux territoires du même nom, Alastair Nicolson reste réaliste : *"ce qui pénalise fortement notre territoire, ce sont les grandes difficultés de communication, tant à l'intérieur de l'archipel qu'avec l'Ecosse continentale. Un déplacement professionnel exige parfois une journée de voiture : les routes sont très étroites et il faut souvent prendre plusieurs ferries. La télématique nous rapproche les uns des autres tout en nous reliant au monde aussi, en cassant définitivement l'isolement millénaire que ces îles ont subi"*.



Stornoway, chef-lieu des îles Hébrides

Dans cette logique de désenclavement du territoire, le groupe LEADER participe à la dissémination des technologies de l'information à travers les îles. Les villages isolés sont ainsi progressivement équipés en centres télématiques. À Port of Ness, à la pointe nord de l'île de Lewis, une salle multimédia pourvue de dix ordinateurs permet à tous les habitants d'accéder à toutes les possibilités offertes par les technologies de la communication, des plus ludiques aux plus pédagogiques : le Lews Castle College, antenne de l'Université des Highlands & Islands, a mis sur pied un programme de formation à distance, tandis que l'installation d'un système de visioconférence permet aux insulaires de suivre les cours dispensés par l'Université ou consulter en ligne la bibliothèque de ce réseau de formation à distance regroupant une douzaine d'établissements d'enseignement supérieur. Cet équipement permet également au conseil d'administration du groupe LEADER de se réunir régulièrement en évitant des déplacements longs et difficiles à travers l'archipel.

"Il n'y a pas si longtemps, il aurait été impensable pour ces villages de disposer de tels services", fait remarquer Carola Bell. "Au départ, on n'avait aucune idée de l'impact qu'aurait la télématique sur les gens. Lorsque LEADER I a débuté, nous avons dû composer avec la méfiance inhérente à la mentalité insulaire. Notre action a donc d'abord été axée sur la promotion de la culture locale. Ainsi l'objectif premier du réseau d'enseignement à distance était de promouvoir la langue gaélique, en voie de disparition il y a dix ans et aujourd'hui parlée, lue et écrite par 70% de la population. Cette promotion de la langue écossaise a débouché sur la réalisation de produits culturels en gaélique. Peu à peu, nous avons orienté notre appui sur la modernisation des activités productives traditionnelles : l'agriculture à petite échelle, l'élevage ovin, la transformation des produits de la pêche, le tissage du tweed et le tourisme. Quant au télétravail, il trouve ici un terrain fertile. Son implantation est facilitée par la forte tradition de pluriactivité qui existe dans les îles. Son développement nécessite essentiellement une assistance en termes de formation que nous adaptons à

la spécificité de chaque projet. En aval, le commerce électronique de produits locaux et la télé-réservation pour les structures d'accueil, rencontrent la faveur des artisans et opérateurs touristiques, farouchement indépendants et habitués à se débrouiller seuls depuis toujours."

De fait, l'intérêt pour les nouvelles technologies dépasse largement le cercle des télétravailleurs. Tous les acteurs économiques "traditionnels" rencontrés – agriculteurs, pêcheurs, hôteliers, artisans – partagent la même conviction. "Les technologies de la communication peuvent être extrêmement utiles pour les artisans, en termes de production, de commercialisation, d'innovation...", affirment Anne Campbell et Margaret McKay, deux tisserandes de l'île de Harris où est fabriqué le célèbre tweed du même nom. Deux céramistes d'art, Alex et Sue Blair, acquiescent : "appliquées à notre secteur, ces technologies peuvent générer des emplois supplémentaires". John, employé à l'agence pour l'emploi de Stornoway, n'a lui non plus aucun doute à cet égard : "le grand défi, c'est de faciliter l'entrée des jeunes sur le marché du travail et tout ce qui peut y contribuer, en supprimant les distances ou en modernisant les procédés de production, recèle une valeur stratégique fondamentale. Tous les appuis et ressources disponibles, y compris LEADER, doivent converger vers cet objectif."

La stratégie qui consiste à valoriser les ressources naturelles, culturelles et humaines d'un territoire, en s'appuyant sur les appuis financiers et technologiques disponibles, est déjà bien avancée dans les Hébrides. Elle se traduit déjà par la création de plusieurs centaines d'emplois. En ce qui concerne l'utilisation optimale des technologies de l'information et de la communication, les territoires ruraux défavorisés disposent maintenant d'un modèle, là-bas, très loin, sur cet archipel des confins de l'Europe. <

[*] Journaliste et responsable du mensuel "La Freccia Verde" (La Flèche Verte), revue économique, sociale et culturelle de développement local basée en Sicile.

Web : www.stepim.it/STEPIM/lafrecciaverde

LEADER WESTERN ISLES, SKYE & LOCHALSH

Superficie du territoire : 5 600 km² (Western Isles : 2 901 km²)
Population : 41 000 habitants (Western Isles : 31 456 hab.)
Financement LEADER II : 7 500 000 ECU
UE : 3 125 000 ECU – **Autres fonds publics :** 3 125 000 ECU
Privé : 1 250 000 ECU

Western Isles, Skye & Lochalsh LEADER Programme

3 Harbour View
 Cromwell Street Quay
 UK-Stornoway (Isle of Lewis)
 HS1 2DF (Scotland)
 Tél : +44 1851 703 703
 Fax : +44 1851 704 130
 E-mail : wisleader@sol.co.uk
 Web : www.hebrides.com/leader/index.htm

Rural Europe : nouveaux services en ligne disponibles

Depuis plus d'un an déjà, la base de données contenant les adresses de tous les bénéficiaires LEADER (919 références) est disponible sur le site Internet Rural Europe. Les données sont mises à jour tous les mois. A partir de cette liste d'adresses, sont disponibles, dans la mesure où les informations ont été transmises à l'Observatoire européen LEADER :

- > la description de 360 territoires LEADER (novembre 1998) comprenant les données sur la démographie, l'économie, la structure du groupe d'action locale, son projet de développement et son budget ;

- > la présentation d'actions réalisées par les groupes d'action locale – Il s'agit de brefs résumés de chaque projet, répertoriés par thème générique et indexés à l'aide du thésaurus multilingue du développement rural "RURALVOC" ;
- > les propositions de coopération transnationale – les porteurs de projets peuvent envoyer leurs propositions d'action par le biais d'un formulaire en ligne.

A noter que le bulletin mensuel d'information INFO-LEADER est également téléchargeable dans son intégralité (en utilisant le logiciel "Acrobat") et que ces douze derniers mois, ce sont plus de 40 000 personnes, en provenance du monde entier, qui ont consulté le site Rural Europe.

Contact : Observatoire européen LEADER a/s Katalin Kolosy et Franco Perretta

Séminaires LEADER

L'Observatoire européen LEADER organise d'ici avril 1999 une série de 3 séminaires. Chacune de ces rencontres se déroule dans une zone où le GAL dispose d'une expérience pertinente pour le thème traité. Les programmes, langues et lieux définitifs sont disponibles 2 mois avant la date de déroulement de l'activité.

Contact : Observatoire européen LEADER, Unité "Organisation"

- > **"Le financement privé, une ressource capitale"**
Dates : 27-31 janvier 1999. Langues : espagnol/grec/français. Lieu : zone LEADER Moncayo (Aragon, Espagne)
- > **"Recherche & Développement rural"**
Dates : 6-10 mars 1999. Langues : anglais/allemand/français. Lieu : Pays-Bas (lieu exact à déterminer)
- > **"La clientèle familiale, un créneau pour le tourisme rural"**
Dates : 24-28 mars 1999. Langues : allemand/anglais/portugais. Lieu : zone LEADER Pillersee (Tyrol, Autriche)

LEADER Magazine, une publication très appréciée

882 personnes, parmi les lecteurs anglophones, francophones, germanophones, hispanophones, italoalphones et lusophones sondés en 1997-98 ont répondu à un questionnaire inséré dans le Magazine. Il s'agissait en gros de noter et/ou d'ordonner différents éléments et rubriques, et éventuellement de formuler commentaires, attentes, etc. Le traitement des 882 questionnaires retournés à l'Observatoire européen LEADER a permis de dégager quelques uns des résultats suivants :

- > **Utilité**
En général, les lecteurs de LEADER Magazine trouvent la publication "utile" à "très utile", accordant pour cet élément une moyenne de 2,4 points sur 3.
Parmi différentes utilités du Magazine, les lecteurs choisissent, par ordre de préférence : 1) une publication de référence pour LEADER; 2) une publication de référence pour le développement rural en Europe; 3) un outil d'information sur les activités du Réseau LEADER; 4) un outil d'information sur l'Union européenne; 5) un outil de relations publiques; 6) un outil de liaison entre le groupe et ses partenaires.

- > **Contenu**
Lorsqu'on leur demande l'intérêt qu'ils portent au contenu des différentes rubriques du Magazine, les lecteurs indiquent, par ordre de préférence (3 : très intéressant; 2 : intéressant; 1 : assez intéressant; 0 : sans intérêt) : 1) Reportages "de terrain" : 2,44 points; 2) "LEADER en action" : 2,41; 3) "Projecteur" : 2,33; 4) Articles thématiques écrits par des "experts" : 2,33; 5) "LEADER en réseau" : 2,4; 6) Interview : 1,84
- > **Présentation**
En général, les lecteurs de LEADER Magazine jugent la présentation graphique de bonne à très bonne, la note moyenne accordée atteignant 2,44 points sur 3.
En ce qui concerne le style rédactionnel, il est également évalué entre bon et très bon (2,14 points/3), de même que la qualité de la traduction (2,52 points/3).
- > **Diffusion**
La grande majorité des lecteurs (84%) diffusent le Magazine autour d'eux ("toujours" : 41,9%; "quelquefois" : 42,1%). On constate que lorsqu'il est diffusé, LEADER Magazine concerne en moyenne 13,3 personnes. On peut en fait estimer le lectorat potentiel de LEADER Magazine à plus de 100 000 personnes.
Tous les commentaires et suggestions des lecteurs de LEADER Magazine sont les bienvenus.

RENSEIGNEMENTS:

OBSERVATOIRE
EUROPÉEN LEADER
chaussée Saint-Pierre 260
B-1040 Bruxelles
Tél.: +32.2.736 49 60
Fax: +32.2.736 04 34

E-Mail:
leader@aaidl.be

World Wide Web:
<http://www.rural-europe.aaidl.be>

"Rural Europe": LEADER en ligne et en 6 langues

Les publications (LEADER Magazine, INFO-LEADER, les dossiers techniques, etc.), le programme des activités, la liste mise à jour de tous les bénéficiaires LEADER approuvés, ainsi que différentes banques de données sont consultables en ligne et en 6 langues (français, anglais, allemand, espagnol, italien et portugais) sur l'Internet. Plusieurs forums sont également ouverts.
www.rural-europe.aaidl.be

Nom: LEADER

("Liaison Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale")

Type de programme: Initiative communautaire

Territoires concernés: régions de l'Objectif 1 (en retard de développement), zones de l'Objectif 5b (zones rurales fragiles) et zones de l'Objectif 6 (zones nordiques à très faible densité de population) de l'Union européenne. 10% des crédits alloués aux zones 5b peuvent toutefois être affectés à des territoires limitrophes non éligibles.

Objectifs: dans la continuité de LEADER I (1991-1994), LEADER II vise à :

- > encourager les initiatives locales de développement rural exemplaires;
- > soutenir des opérations innovantes, démonstratives et transférables illustrant les nouvelles voies que peut emprunter le développement rural;
- > multiplier les échanges d'expériences et le transfert de savoir-faire;
- > appuyer des projets de coopération transnationale émanant des acteurs locaux des zones rurales et traduisant leur solidarité.

Bénéficiaires: LEADER II apporte son concours financier à deux catégories de bénéficiaires:

- > en premier lieu, les "groupes d'action locale", réunissant des partenaires publics et privés, qui établissent en commun une stratégie et des mesures novatrices pour le développement d'un territoire rural de dimension locale (moins de 100 000 habitants);
- > d'autres acteurs collectifs publics ou privés du milieu rural (collectivités locales, chambres consulaires, coopératives, associations, etc.) à la condition que leur action, plus thématique, s'inscrive dans une logique de développement au niveau d'un territoire local.

Type de mesures: acquisition de compétences en matière de développement rural, programmes d'innovation rurale (formation professionnelle, tourisme rural, soutien aux petites entreprises, valorisation des productions agricoles, sylvicoles et de la pêche locale, amélioration de l'environnement et du cadre de vie, etc.), coopération transnationale.

Les différentes composantes de LEADER II s'articulent autour d'un "Réseau européen du Développement rural" permettant une large diffusion (séminaires, échanges, publications) des actions innovantes entreprises en faveur du monde rural et facilitant les coopérations transnationales. Ce réseau est animé par l'"Observatoire européen LEADER".

Durée du programme: 6 ans (1994-1999)

Dotation de source communautaire: environ 1 755 millions d'ECU (dont plus de 1 000 millions pour les régions de l'Objectif 1) financés par les trois Fonds structurels.



**Observatoire
européen LEADER**



**Commission européenne
DG VI Agriculture**

LEADER magazine est la revue trimestrielle du programme de développement rural LEADER II. - **LEADER** ("Liaison Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale") est une Initiative communautaire lancée par la Commission européenne et coordonnée par sa Direction Générale de l'Agriculture (unité VI-F.1.1) - Le contenu de LEADER Magazine ne reflète pas nécessairement les opinions des institutions de l'Union européenne - **Direction de la rédaction:** A.E.I.D.L./ Observatoire européen LEADER - **Editeur responsable:** William Van Dingenen, A.E.I.D.L., chaussée Saint-Pierre 260, B-1040 Bruxelles - **Journalisme:** Jean-Luc Janot **Ont collaboré à ce numéro:** Yves Champetier, Malaquías Jiménez Ramírez, Katalin Kolosy, Werner Kräutler, Monica O'Malley, Nino Paterno, Gérard Valencu, Patricia Vendramin - **Photos:** groupes LEADER, EOLAS, Ramy Leon Lorenzo, Jo Strobel, Conseil Général des Deux-Sèvres - **Photo de couverture:** EOLAS **Coordination de la production:** Christine Charlier - **Conception graphique:** Kaligram - Imprimé en Belgique sur papier blanchi sans chlore - **LEADER magazine** est publié dans les onze langues de l'Union européenne et tiré à 30 000 exemplaires - **Renseignements:** LEADER magazine, A.E.I.D.L., chaussée Saint-Pierre 260, B-1040 Bruxelles - Tél.: +32-2 736 49 60 - Fax: +32-2 736 04 34 - E-Mail: leader@aeidl.be - WWW: <http://www.rural-europe.aeidl.be>