

Revue trimestrielle du programme européen LEADER II

LEADER II

magazine

LEADER magazine [août-septembre-octobre 1997] - chaussée St-Pierre 260, B-1040 Bruxelles - Bureau de dépôt Bruxelles X

Été 97 n° 15

**Agriculture et
développement rural**

Suède

Cavan-Monaghan

Carinthie



LEADER II

en action



Pays: Espagne
Action réalisée: cultures énergétiques
Coût: 35 312 ECU
UE et autres fonds publics: 23 542 ECU
Privé: 11 770 ECU

“La valorisation des déchets agricoles et sylvicoles est une préoccupation forte dans la Sierra de Segura. Une centrale d’énergie à la biomasse réutilise déjà les résidus de l’huile d’olive ainsi que le bois et les branchages délaissés par les exploitations forestières. LEADER soutient à présent l’introduction sur des terres en jachère de cultures énergétiques (colza et seigle) pouvant servir à la production de biodiesel. Le projet est piloté par différents partenaires: les autorités locales et régionales, le Centre de recherche agricole de Cordoue (CIFA), l’Université de Jaén, la Compagnie d’électricité de Séville, l’École d’agriculture biologique de la Sierra, ainsi qu’un constructeur automobile.”

Luis Parra,
responsable LEADER



Pays: Danemark
Action réalisée: Centre de développement et d’innovation agricole
Coût: 132 000 ECU
UE & fonds publics nationaux: 66 000 ECU
Privé: 66 000 ECU

“Le LUIIC (Landbrugets Udviklings & Innovationscenter – Centre de développement et d’innovation agricole) est la pierre angulaire du programme LEADER de Bornholm. Doté d’une équipe de conseillers, le Centre appuie la création et le suivi de nouvelles activités: introduction du tourisme à la ferme et regroupement des agriculteurs concernés; valorisation du patrimoine gastronomique de l’île (saumon, hareng fumé et fromage), en mettant en place des circuits courts de distribution (organisation collective des producteurs, des restaurateurs et des petits commerces); valorisation des produits fermiers, notamment la viande caprine, par l’installation de petits abattoirs et de points de vente dans des fermes.”

Niels Chresten Andersen,
coordinateur LEADER



Pays: Pays-Bas
Action réalisée: appui à la culture des plantes à bulbes
Coût: 283 500 ECU
UE: 40 500 ECU
Autres fonds publics: 27 000 ECU
Privé: 216 000 ECU

“Dans le cadre de sa stratégie d’appui à la diversification agricole, le groupe LEADER Noordwest Friesland encourage la culture des plantes à bulbes. Celle-ci s’inscrit en effet parfaitement dans le cycle de rotation des cultures locales, ce qui permet une utilisation d’intrants chimiques nettement moindre que dans d’autres régions néerlandaises. Cette activité, qui constitue déjà une nouvelle source de revenus pour certaines exploitations agricoles de la zone, a également débouché sur la création d’emplois locaux en aval. LEADER prend en charge jusqu’à 20% des coûts d’achat des bulbes de semence. D’ici la fin de 1997, une vingtaine d’agriculteurs auront bénéficié de cette mesure qui permettra la mise en culture d’environ 10 ha de fleurs supplémentaires.”

Jan R. van Weperen,
coordinateur LEADER



Pays: France
Action réalisée: “Route de l’Olivier”
Coût: 356 000 ECU
UE: 150 000 ECU
Autres fonds publics: 104 000 ECU
Privé: 102 000 ECU

“Ce projet, qui allie agriculture, environnement et tourisme, a permis des aménagements paysagers dans 6 communes, des travaux de restauration du patrimoine et l’amélioration de l’accueil du public dans 7 moulins à huile en activité. La ‘Route de l’Olivier’ est à présent balisée et un ‘Guide des Routes de l’Olivier’ a été diffusé dans toute la France. Une campagne de communication intensive a provoqué de nombreuses retombées médiatiques. L’opération d’amélioration paysagère se poursuit maintenant dans le cadre des mesures agri-environnementales de la PAC.”

Gilberte Brémond,
responsable LEADER



En quelques mots...

Yves Champetier, *Directeur,*
Observatoire européen LEADER

Projecteur: la Suède 4



La politique rurale suédoise. Interview de Marianne Ståhlberg, Directrice générale de l'Agence nationale pour le développement rural (GBV)

Agriculture et développement rural: la nécessaire convergence 6



Bertrand Hervieu plaide pour une agriculture conforme aux attentes et aux intérêts des sociétés et des territoires européens dans leur ensemble. Trois exemples LEADER.

Les mesures européennes en faveur des jeunes agriculteurs 14



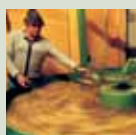
L'application renforcée des mesures communautaires et nationales est indispensable pour faciliter l'installation des jeunes dans l'agriculture et leur permettre de contribuer activement au développement de leur territoire.

LEADER Cavan-Monaghan [Irlande]: de l'entreprise agricole à l'entreprise rurale ... 15



Dans ces deux comtés frontaliers, de nombreux agriculteurs se sont lancés dans une seconde activité bien souvent en voie de supplanter la première. Certaines fermes se transforment ainsi en véritables entreprises artisanales. Avec LEADER pour les accompagner.

LEADER et l'agriculture en Carinthie [Autriche]: les filières du territoire 19



L'organisation de véritables "filières de développement" à partir de produits agricoles locaux, traditionnels mais longtemps sous-exploités, permet de redynamiser l'ensemble de l'économie des trois territoires de Carinthie concernés par LEADER.

Ce 15^e numéro de LEADER Magazine est consacré au rôle essentiel – et pluriel – que jouent les agriculteurs dans le développement du milieu rural, mais aussi aux mutations profondes que connaît l'agriculture européenne ainsi qu'aux perspectives qui en découlent aujourd'hui pour les territoires ruraux.

Certaines de ces mutations sont dictées par les nouvelles attentes des consommateurs en matière de qualité et de diversité des produits agro-alimentaires. Le développement de la demande pour les produits de qualité spécifique offre aux entreprises et territoires ruraux de nouvelles opportunités. Le dernier séminaire organisé par l'Observatoire européen LEADER a été l'occasion d'aborder ce thème, à travers la mission spécifique qu'ont les groupes d'action locale.

Réunis du 11 au 15 juin 1997 dans la petite ville de Kinsale (zone **LEADER West Cork**, Irlande), une cinquantaine de groupes locaux provenant de 6 États membres ont travaillé sur le thème de la commercialisation collective en circuits longs des produits agro-alimentaires de qualité.

Il s'agissait d'illustrer diverses approches méthodologiques suivies par les petites entreprises agro-alimentaires rurales pour vendre leur production en dehors de leur localité ou région.

Les produits agro-alimentaires de qualité spécifique peuvent ouvrir des perspectives intéressantes pour les agriculteurs et les transformateurs ruraux. Cependant, pour des raisons d'échelle de production, de gamme de produits, de compétence commerciale insuffisantes ou de difficulté d'accès à l'information entre autres, l'exploitation de ces nouveaux marchés est considérée par beaucoup comme trop difficile, voire hors d'atteinte.

Les six études de cas analysées dans le cadre de ce séminaire ont constitué une photographie de la diversité des initiatives prises par divers acteurs ruraux en Irlande, Espagne, France et Italie. Elles ont mis en valeur certains éléments essentiels à la réussite de ce type de démarche: création de structures de transformation appropriées, qualité du produit, regroupement des producteurs, volumes et gammes suffisants, régularité des approvisionnements, haut niveau de professionnalisme, organisation commerciale performante, etc.

Le séminaire a aussi permis de préciser les missions des groupes LEADER: au plus près des populations, ils facilitent l'identification des potentialités du territoire, peuvent jouer un rôle fondamental dans le réveil des initiatives, la formation et la mise en réseau des producteurs concernés, l'accompagnement de leur projet tout au long de ses diverses étapes.

Leur rôle consiste également à mobiliser, auprès de leurs divers partenaires et auprès des organismes spécialisés, les compétences spécifiques nécessaires à la réussite, comme par exemple la recherche-développement, l'attention portée au design et au conditionnement des produits, la mise en oeuvre de démarches marketing ciblées, etc.

C'est à ces conditions notamment que les territoires ruraux pourront bénéficier de nouvelles activités, à la fois compétitives et porteuses de valeur ajoutée, donc d'emplois. C'est à ces conditions qu'ils pourront mettre en valeur leur savoir-faire et un éventail de ressources trop souvent inexploitées, et proposer aux consommateurs une palette de plus en plus diversifiée des produits des terroirs d'Europe. <



Les distances et la dispersion du peuplement constituent deux contraintes majeures pour le développement de la Suède rurale.

Le clivage nord-sud du peuplement s'avère déterminant pour le développement et l'aménagement du territoire suédois: la moitié sud du pays abrite l'essentiel de la population, concentrée dans trois grands centres urbains et de nombreuses petites villes; la moitié nord constitue le plus vaste espace "vide" (2,2 hab./km²) de l'Union européenne, éligible à l'Objectif 6 des Fonds structurels.

Même s'il forme un tout relativement homogène tant du point de vue de ses handicaps (rudes du climat au sud comme au nord, longueur des déplacements à effectuer pour accéder au travail et aux services) que du point de vue de ses atouts (qualité de vie élevée, environnement bien préservé, force du milieu associatif, large autonomie des collectivités locales), le milieu rural suédois peut être divisé en trois grands ensembles géo-économiques:

- > les régions nordiques, très faiblement peuplées possèdent d'importantes ressources minières et forestières, vitales pour les principaux secteurs exportateurs de l'économie suédoise: la sidérurgie, la métallurgie, le papier et le bois d'oeuvre;

- > le sud réalise l'essentiel de la production agricole suédoise (surtout l'élevage). Il est également bien pourvu en ressources forestières;
- > l'"archipel suédois", terme faisant référence à l'ensemble des îles suédoises, constitue un milieu spécifique, très attrayant tant pour ses paysages et son bâti que pour les possibilités qu'il offre en matière de loisirs.

Urbanisation

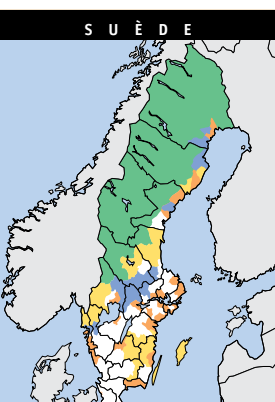
Au cours des années 50, la Suède rurale a subi une profonde mutation socio-démographique: les gains de productivité induits par la modernisation des exploitations ont entraîné une forte diminution des emplois dans l'agriculture et la sylviculture, ce qui a provoqué un exode rural de grande ampleur vers les trois grandes agglomérations du pays: Stockholm, Göteborg et Malmö. Le déclin démographique des campagnes s'est poursuivi au cours des années 70 et de la première moitié des années 80, mais de façon moins générale. Pour le milieu rural dans son ensemble, la tendance s'est inversée vers la seconde moitié des années 80: pour la première fois depuis cent ans, la population rurale connaissait une augmentation. Mais ce sont surtout les zones relativement périurbaines qui en ont profité, les régions nordiques enregistrant toujours des pertes mais de façon moins marquée.

"Toute la Suède doit vivre"

Depuis les années 60, la Suède a intégré dans sa politique régionale des mesures spécifiques en faveur du milieu rural. Une véritable politique rurale visant le développement durable, la cohésion sociale et l'accès à des services d'un niveau de qualité comparable au milieu urbain, a été mise en place au milieu des années 70: au niveau national, fut créé en 1977 le Comité consultatif de la Politique rurale.

Deux ans plus tard, fut mis en oeuvre un vaste programme de diversification de l'économie rurale visant à développer les activités non agricoles en soutenant la création de petites entreprises.

Les années 80 correspondent à l'essor de l'approche "ascendante" du développement: de plus en plus d'acteurs de tous niveaux et de tous secteurs s'impliquent activement dans une démarche de développement local.



- Objectif 2
- Objectif 5b partiellement éligible
- Objectif 5b
- Objectif 6

Superficie: 449 964 km²

(dont 38 459 km² d'eaux intérieures)

Utilisation du sol:

forêts: 243 340 km² • cultures, élevage: 35 165 km²

Population (1994):

8 816 381 habitants • - de 20 ans: 24% • + de 60 ans: 22%

Densité: 20 hab./km² (UE: 115 hab./km²)

PIB/hab. (1995): 19 786 ECU (UE 17 242 ECU)

Taux de chômage (1996): 9,9% (UE: 10,9%)

Zones éligibles aux Fonds structurels (1995-1999):

Objectif 2: 30 400 km²; 966 000 hab.; EU: 160 millions d'ECU

Objectif 5b: 57 650 km²; 657 000 hab.; EU: 138 millions d'ECU

Objectif 6: 225 000 km²; 449 000 hab.; EU: 252 millions d'ECU

Ruralité (1995)

Population "rurale": 23% de la population totale (UE: 14%)

Densité: 19 hab./km²

Agriculture: 0,8% du PIB

taille moyenne des exploitations (> 2 ha): 32 ha

Sylviculture: 1,1% du PIB

taille moyenne des exploitations (> 2 ha): 40 ha

Tourisme: 3,2% du PIB • 175 000 emplois

Il s'agit notamment pour les populations locales de compenser certaines conséquences négatives du regroupement de communes effectués au cours des années 60 et 70: de 1 031 communes en 1960, il en restait 278 en 1974 or la commune a toujours joué un rôle très important en matière de cohésion sociale et de services à la population (sécurité sociale, enseignement primaire et secondaire, culture, etc.).

L'opération "Hela Sverige ska leva" ("Toute la Suède doit vivre") témoigne de cette prise en mains du développement par les populations locales: réalisée en 1988-89 dans le cadre de la campagne en faveur du monde rural initié par le Conseil de l'Europe, cette action massive de sensibilisation aux problèmes du monde rural a débouché sur la création de 3 500 "groupes locaux" au service du développement, fédérés au sein d'un "Conseil du Mouvement populaire" ("Folkrörelseradet") ayant comme principales missions d'animer le développement local en prenant en charge une multitude d'interventions dans le domaine social, culturel, économique, etc.

L'année 1990 voit le remplacement du Comité consultatif de la Politique rurale par la création de l'agence nationale GBV ("Glesbygdsverket"/"Agence nationale pour l'Aménagement de l'Espace rural"), dont l'intervention, multisectorielle, touche toutes les questions liées au développement rural. La GBV facilite la coordination des politiques et programmes concernant le milieu rural, encourage et appuie la mise en oeuvre de projets souvent novateurs dans des secteurs aussi divers que l'emploi, la création d'entreprises, les services, l'aménagement communal, la culture, les actions en faveur des femmes, des jeunes, etc.

Depuis l'adhésion de la Suède à l'Union européenne, la GBV est impliquée dans la plupart des politiques communautaires pouvant concerner les zones rurales de l'Objectif 5b et dans certains programmes – LEADER par exemple – de l'Objectif 6. L'agence a joué un rôle central dans la préparation de LEADER II, coordonne la mise en oeuvre de l'Initiative au niveau national et fournit une assistance technique (conseil, formation, information) aux groupes d'action locale.

LEADER II: complémentarité et innovation

De par son approche intégrée et multisectorielle, l'Initiative communautaire LEADER II s'est facilement intégrée dans les objectifs de la politique régionale globale de la Suède. Comme la Finlande, la Suède a mis sur pied deux programmes LEADER II "régionaux", l'un pour les zones d'Objectif 5b, l'autre pour les zones d'Objectif 6. Le premier bénéficie d'une contribution communautaire de 12,1 millions d'ECU pour un coût total estimé à 71,8 millions. Le second peut compter sur une participation communautaire s'élevant à environ 4 millions d'ECU pour un coût total qui devrait atteindre 14,10 millions. Dans les deux cas, la contribution privée est forte, représentant 44% du coût total dans les zones 5b et 43% dans les zones d'Objectif 6.

Au total, ce sont 12 groupes d'action locale qui ont été approuvés par le gouvernement suédois sur recommandation de la GBV après sélection par un comité d'évaluateurs indépendants. Diversité régionale (équilibre

géographique), valeur exemplaire (innovation et transférabilité) et représentativité locale (partenariat diversifié) ont été trois critères de sélection très importants. La spécificité de LEADER par rapport aux autres programmes communautaires et nationaux est bien respectée en Suède.

L'égalité des chances et le respect de l'environnement sont deux dimensions intrinsèques à l'action des GAL, qui disposent d'une large autonomie.

Le développement de la Laponie (environ 17 000 Lapons vivent en Suède) est également un axe prioritaire du programme LEADER d'Objectif 6.

Le Conseil du Mouvement populaire, la GBV et d'autres organismes concernés par le développement rural ont pris conjointement en charge l'animation du Réseau national LEADER II opérationnel depuis juin 1997. <

GBV [Glesbygdsverket / Agence nationale pour l'Aménagement de l'Espace rural]

Splintvägen 1, S-83172 Östersund

Tél: +46 63 826 00 - Fax: +46 63 862 92



Madame Marianne Ståhlberg, Directrice générale de l'Agence suédoise pour le développement rural [GBV]

Madame Ståhlberg, quel est le rôle "européen" de la GBV?

Lors de sa création en 1991, l'Agence nationale pour le développement rural s'est vu confier comme principal rôle de veiller à ce que les zones rurales bénéficient le plus possible des politiques régionales suédoises. Depuis l'entrée de la Suède dans l'Union européenne, nous sommes également chargés de gérer le programme LEADER II et de coordonner les programmes de l'Objectif 5b. Cette dimension européenne est particulièrement motivante pour nous qui sommes situés au coeur de la Suède rurale.

"Partenariat" est un mot clé dans le contexte de LEADER. Comment ce concept se concrétise-t-il dans le milieu rural suédois?

Je suis contente que vous évoquiez ce point. La démarche partenariale est justement ce qui rend LEADER II innovant en Suède. Tous nos GAL correspondent à de larges partenariats où sont représentés les associations locales, les comités de village, les institutions scolaires, les secteurs privé et public travaillant ensemble au développement de leur territoire. La représentativité locale a été un critère déterminant dans la sélection des groupes LEADER et je constate avec satisfaction que les GAL y attachent également une grande importance.

Que peuvent apporter les groupes d'action locale suédois aux autres groupes LEADER ailleurs en Europe et, réciproquement, que peuvent-ils apprendre d'eux?

Je pense que la contribution de la Suède peut toucher deux domaines en particulier: la protection de l'environnement et la participation des femmes au développement. Dans les deux cas, nous bénéficions d'une solide expérience qui remonte au début des années 70. A travers le pays, de nombreuses associations locales travaillent dans l'esprit de l'"Agenda 21" défini au Sommet de Rio, faisant des questions environnementales une priorité. Quant aux femmes, elles jouent souvent un rôle décisif dans les démarches de développement, tant au niveau de leur participation dans les structures que comme porteuses de projet.

En ce qui concerne ce que nous pouvons apprendre des autres pays, je pense surtout au travail dans le cadre de partenariats locaux où le secteur privé est fortement représenté. <

Agriculture et développement la nécessaire

L'agriculture peut se porter bien et les territoires ruraux aller mal. On ne peut donc envisager l'avenir des zones rurales d'Europe sans prendre en compte le rôle de l'agriculture dans la gestion de ces espaces. Comment dès lors imaginer une agriculture conforme aux attentes et aux intérêts des sociétés et des territoires européens dans leur ensemble?

PAR BERTRAND HERVIEU

*Directeur de recherche au CNRS (Centre National de la Recherche Scientifique, France), **Bertrand Hervieu** s'intéresse particulièrement aux transformations du monde rural et aux politiques agricoles. Il est l'auteur de nombreux ouvrages sur le monde rural français et l'un des animateurs du Groupe de Bruges, qui réunit une vingtaine de personnalités européennes désireuses de contribuer au débat de société sur l'avenir de la politique agricole.*

Deux écueils guettent le développement rural: le premier consiste à ne penser celui-ci qu'en fonction du développement de l'agriculture; le second est de penser le monde rural indépendamment du monde agricole, quand ce n'est pas contre lui.

Penser le développement du monde rural en fonction de la seule agriculture conduit à de nombreuses impasses que l'on connaît bien. On sait en effet que la population agricole ne représente plus qu'une faible proportion des



ent rural: e convergence

actifs du monde rural: d'une certaine manière, la notion même de développement rural a émergé de la prise de conscience de ce que la croissance vertigineuse des gains de productivité en agriculture obligeait à inventer de nouvelles sources de création de richesses et d'emplois dans le monde rural pour y maintenir des populations et freiner l'exode. On peut dire que c'est en raison même du succès du développement du modèle productiviste en agriculture qu'a surgi la problématique du développement rural.

Le paradoxe auquel nous sommes confrontés est le suivant: en même temps qu'elle devient une très grande puissance agricole et agro-industrielle, l'Europe cesse d'être une civilisation agraire et ses territoires deviennent, pour une partie d'entre eux, comme facultatifs pour l'agriculture. Un prodigieux mouvement de concentration s'opère qui tend à relocaliser les productions en fonction des lieux de transformation et de distribution. Le triangle portuaire Rouen-Londres-

Amsterdam a un tel pouvoir d'attraction, qu'on pourrait imaginer un scénario projectif à trente ans dans lequel 60 à 70% de la production agricole européenne tendrait à se concentrer le long du sillon de la Manche et de la Mer du Nord, de Brest à Copenhague.

L'agriculture peut se porter bien et un grand nombre de territoires ruraux aller mal. On ne peut donc penser l'avenir des territoires ruraux sans peser le rôle de l'agriculture dans la gestion de ces espaces, d'autant que la contribution européenne au traitement de ce problème passe d'abord par le budget agricole: 40 milliards d'ECU en 1997, plus de la moitié du budget de l'Union européenne.

Comment prendre en compte ce constat et imaginer une agriculture conforme aux attentes et aux intérêts des sociétés et des territoires européens dans leur ensemble? Pour penser ce programme, il faut d'abord prendre au sérieux le fait que l'agriculture ne produit pas seulement des biens matériels, mais aussi des biens immatériels; pas seulement des produits alimentaires, mais aussi des produits non alimentaires; pas seulement des productions marchandes, mais aussi des productions non marchandes.

La qualité, pivot du changement

S'agissant des productions alimentaires, une première orientation s'impose, qui consiste à relayer l'objectif de quantité par celui de qualité. La notion de qualité est probablement le pivot du changement économique et culturel à mettre en oeuvre.

La première dimension de la qualité concerne la qualité du produit lui-même. En ce domaine, les exigences sont croissantes, et parfois contradictoires mais ces contradictions ne doivent pas dissimuler l'essentiel: l'alimentation européenne s'est standardisée plus vite qu'on aurait pu l'imaginer il y a 15 ou 20 ans, et la banalisation des produits agricoles mis sur le marché y a contribué. Non sans quelques épisodes qui ont cristallisé la prise de conscience des consommateurs: on se souvient de l'émotion de ces derniers au moment de l'affaire du veau aux hormones, ou lors de l'épidémie de la maladie dite "de la vache folle".





“La gestion de l’espace pour faciliter l’installation des jeunes agriculteurs”

Jacques Fournier [LEADER Livradois-Forez, France]



Dans la vallée de l’Ance, située dans le Parc naturel régional du Livradois-Forez (Auvergne), l’activité agricole occupe 30% des actifs, mais beaucoup d’exploitants sont âgés et sans successeur. L’extrême morcellement des parcelles et la progression des forêts vers les fonds de vallée provoquent une fermeture progressive et sournoise du paysage autour des villages et hameaux. Cette dégradation de l’espace a entre autres conséquences de décourager l’installation de jeunes agriculteurs (difficulté à mobiliser une surface viable pour une exploitation agricole ou forestière rentable; carence en bâtiments disponibles du fait de la transformation des fermes en résidences secondaires). Dès 1992, et à l’initiative du Parc, une démarche expérimentale de gestion de l’espace a été initiée dans plusieurs secteurs géographiques du Livradois-Forez, dont la Vallée de l’Ance. Cette démarche, qui concerne aujourd’hui 55 communes (environ 1 000 km²), vise, par le biais d’une animation de groupes de travail locaux, à faire émerger des objectifs de gestion de l’occupation du sol à moyen et long terme, partagés par les autorités locales et toutes les catégories socio-professionnelles présentes sur le territoire.

L’opération, partiellement financée dans le cadre de LEADER I, s’est déroulée en quatre phases:

- 1) la démarche a été présentée devant les conseils municipaux qui se sont engagés alors à définir des objectifs de gestion de l’espace pour 15 ans, à travailler en concertation étroite avec les communes voisines et à constituer un groupe de travail représentatif de la population communale;
- 2) des groupes de travail ont identifié et cartographié l’occupation des sols, les utilisateurs d’espaces agricoles, les enjeux de gestion de l’espace liés à la qualité du cadre de vie et des paysages, à l’économie agricole, forestière, touristique, aux activités de chasse, de pêche, etc. Cette phase de diagnostic s’est conclue par l’élaboration d’un rapport de synthèse qui, une fois

validé par la population locale, a constitué le document de référence pour le territoire;

3) un premier programme d’actions a été alors élaboré. Dans la Vallée de l’Ance, ce programme a fait l’objet en avril 1996 d’un “contrat de territoire” signé par les autorités locales et l’ensemble des partenaires concernés;

4) un an après la signature du programme d’actions “Vallée de l’Ance”, composé de 13 mesures, une réunion de bilan a permis de mettre en évidence l’avancée des réalisations. A titre d’exemple on peut citer:

- > la mise en place d’une ferme relais (la commune a acheté une maison en vente dans un village où le dernier agriculteur en place s’apprêtait à partir en préretraite. Plusieurs candidats à l’installation ont été reçus courant 1996);
- > la remise en état de 60 ha;
- > l’abattage des arbres et la remise en culture d’une enclave forestière dans l’espace agricole, à proximité d’un bourg et d’une route départementale;
- > la création d’une réserve foncière et l’embauche, grâce à LEADER II, d’un animateur dont la mission est de démarcher les propriétaires susceptibles de vendre leurs terrains et les agriculteurs intéressés à s’installer, afin de recréer progressivement un marché et une mobilité foncière.

L’ensemble de la démarche repose sur une animation soutenue et suivie dans le temps. L’opération s’attache en premier lieu à faire en sorte que les autorités locales, les agriculteurs, les chasseurs, les forestiers, les pêcheurs, les professionnels du tourisme, les commerçants, etc. se retrouvent et travaillent ensemble pour préparer les conditions d’un avenir possible pour leur territoire. C’est un travail de longue haleine dont les premiers résultats se traduisent peu à peu en réalisations concrètes sur le terrain. <



La sensibilité de l'opinion aux problèmes sanitaires en matière alimentaire est devenue forte, et l'exigence des consommateurs dans ce domaine vaut aussi bien pour les produits de masse que pour les produits de luxe. Ceux que certains excès en cette matière exaspèrent font valoir que les critères de définition de la qualité sont multiples et souvent subjectifs: ils auraient tort pour autant de se désintéresser de l'enjeu que constitue aujourd'hui la définition de la qualité des produits destinés à l'alimentation. Celle-ci se décline sur plusieurs registres: qualité gustative, qualité nutritionnelle, qualité sanitaire liée à la fraîcheur et à la conservation, qualité de la présentation, etc. Producteurs, distributeurs et consommateurs ont des appréciations différentes sur l'importance respective de ces divers registres, et des avis divergents sur chacun d'eux. Il est possible néanmoins d'arrêter des définitions et de les améliorer continuellement dans un débat qui engage l'ensemble des partenaires impliqués: la mise en place de labels, d'appellations d'origine contrôlée est un bon exemple de ce qu'il est possible de faire et avec des effets d'entraînement remarquables pour une production et pour une région particulière. Les programmes LEADER contribuent d'ailleurs largement à ces démarches.

Du "sur mesure standardisé"

Mais il serait erroné de déduire de cet exemple que ces logiques de valorisation de la qualité ne concernent que des productions exceptionnelles et marginales. Elles impliquent tout autant la consommation quotidienne, dans un va-et-vient constant entre produits "ordinaires" et produits "raffinés". A l'échelle de la société tout entière, les préoccupations relatives au goût et à la santé sont devenues dominantes. L'accroissement de la consommation quotidienne de produits préparés standardisés, faciles à servir, dont le consommateur attend qu'ils répondent à des critères de qualité, c'est-à-dire de sécurité parfaite, s'accompagne d'un accroissement parfaitement parallèle de la demande de produits identifiés, rares, "différents": produits de terroir, produits de la ferme, produits labellisés destinés à être cuisinés, etc. La consommation croissante de produits préparés s'accompagne d'un développement remarqué de la gastronomie. Ces modes de consommation se répandent dans nos pays à la faveur, notamment, de la transformation des modes de distribution. Dans un certain nombre de pays, produits dits "tout venant" et produits dits "de qualité" sont aujourd'hui susceptibles d'être achetés dans les mêmes lieux: la qualité ne se réduit pas aux produits proposés à la vente par les distributeurs spécialisés ou les grands traiteurs. La très grande distribution a aussi ses exigences de qualité et recherche de plus en plus le produit identifié, original mais égal, continu en qualité. Le pro-



Fabrication de fromage de brebis
dans la zone LEADER de Rhodes [Grèce]

duit fermier de qualité n'est plus dès lors réservé à la vente à la ferme. Mais, pour accéder à la grande distribution il doit répondre à des critères qui supposent organisation, regroupement, conditionnement.

Dans une grande partie d'Europe, nous sommes entrés, en matière d'alimentation, dans un régime de "sur mesure standardisé" et c'est donc tout un travail subtil qu'il faut poursuivre pour satisfaire ces attentes complémentaires ou simultanées qui ouvrent des perspectives sans doute pas illimitées, mais inévitables. Ce qui est certain, c'est que dans un secteur comme le marché des denrées alimentaires où la demande est extrêmement évolutive, seuls peuvent subsister les producteurs capables de s'insérer dans un processus complexe d'offre et de négociation, dans lequel de multiples facteurs culturels entrent en jeu. On l'aura compris: désormais la notion de qualité ne s'applique pas seulement au produit lui-même mais aussi au processus de production et au support de production en l'occurrence les sols et l'eau.

Productions non alimentaires

L'histoire du XX^e siècle nous a appris que les sociétés développées peuvent devenir de moins en moins minières, extractives et exploitantes des ressources naturelles, pour devenir des sociétés d'invention et de production de leur matière première énergétique. Dans ce contexte, la production biologique et biotechnologique d'énergie (éthanol, éther de colza, etc.) devient un enjeu stratégique et environnemental à long terme, comparable en importance à l'enjeu alimentaire d'hier, même s'il s'agit encore bien souvent de pistes qui demandent une expérimentation de longue haleine et impliquent une prise de risque de la part des différents partenaires, notamment des industriels.

—> A côté de ces productions d'ordre énergétique, l'agriculture est sollicitée de fournir des molécules de base pour les industries de synthèse, le textile ou la pharmacie. Faire entrer le monde agricole par le biais de ces productions non alimentaires dans une nouvelle culture de l'énergie et de l'environnement est une orientation novatrice de grande portée.

Biens immatériels

Mais l'agriculture n'est pas seulement une activité créatrice de biens matériels et de matières premières. Elle est aussi – et peut devenir de plus en plus – un secteur producteur de biens immatériels, ceci dans deux domaines principaux.

(Agri)culture

Le premier rassemble ce qui a trait à la culture, à la santé, à la gastronomie, au tourisme, à la pédagogie et à la formation des enfants. De nouveaux métiers sont à inventer pour répondre aux attentes des consommateurs et des citoyens. Cette demande devrait être de moins en moins une demande "secondaire" ou "subsidaire", associée aux loisirs et à la distraction des urbains frustrés de grand air. Non seulement la consommation de culture et de loisirs représente une part

croissante des dépenses dans le budget des ménages, mais cette demande traduit aussi une aspiration plus profonde à redéfinir – au delà des musées, parcs et autres expositions destinées à lui expliquer un monde agricole de plus en plus éloigné d'elle – le lien que la société entretient, à travers l'agriculture et les agriculteurs, avec la nature.

Cette attente pédagogique est un enjeu important. Elle renvoie à l'un des paradoxes essentiels d'une situation vécue par une partie croissante de la population européenne qui n'a jamais aussi bien mangé en diversité, en quantité, en fraîcheur, etc., mais n'a jamais su si peu sur ce qu'elle mangeait: dans une Europe de plus en plus urbanisée, de moins en moins de familles ont des racines rurales et chacun a rencontré des enfants qui à l'âge de huit ou neuf ans n'avaient pas encore établi le lien entre un hamburger et un bœuf! Culturellement c'est incontestablement une perte. Politiquement, c'est un risque, si l'on admet que cette ignorance peut générer à tout moment des réactions collectives irrationnelles. On sait que l'école à elle seule ou encore la famille à elle seule n'y suffiront plus pour diffuser ce savoir et cette connaissance. Il convient que les milieux professionnels concernés, en particulier les agriculteurs, apportent leur contribution. Imaginons ce que représenterait comme apport culturel au sens large le fait que chaque petit Européen ait eu la possibilité dans son cursus scolaire primaire d'aller voir dans une ferme ce qu'est un animal, ce qu'est une plante, comment on les soigne, ce que l'on en fait... Cet enjeu de société est déjà au coeur d'un grand nombre de projets LEADER. A terme, il s'agit bien de savoir comment généraliser ces expériences multiples.

Environnement

La deuxième catégorie de productions immatérielles rassemble les productions de nature, d'environnement, d'eau, de paysage, d'équilibre au sein des territoires. Il est évident qu'un pays – à plus forte raison un continent – qui rassemble ces biens naturels est plus riche, y compris d'un point de vue comptable, qu'un espace pollué, raboté, épuisé... Cette richesse était hier le fruit d'une activité agricole dont la fin était la mise en valeur globale de la terre.

En ce sens, la conception patrimoniale de la terre présentait l'avantage de faire converger l'intérêt particulier (celui des paysans) et l'intérêt général (celui de la société). En traitant la terre comme un capital immobilier qui ne vaut que pour autant qu'il "rend", la logique productiviste a désengagé l'activité agricole de la mission de préservation de l'environnement qui lui était associée (au moins implicitement) dans la conception patrimoniale. —>

Plantation de joncs dans le cadre de la remise en état d'une zone humide [LEADER Ostvorpommern, Allemagne]





“Vacances familiales et produits agro-alimentaires de qualité”

Michael Hofmann [LEADER Oberes Altmühltal-Mittelfranken, Allemagne]

Dans la haute vallée de l’Altmühl (Bavière),

c’est l’agriculture qui prédomine, occupant 14% de la population active. Les productions laitière, porcine et bovine constituent les principales sources de revenus des quelque 2 000 agriculteurs locaux. Le groupe LEADER de Moyenne-Franconie et une association d’habitants et d’agriculteurs (“EPIG”) ont mis en oeuvre depuis 1991 une série d’actions de développement rural axées principalement sur l’agro-tourisme et la commercialisation d’une viande bovine de qualité.

Vacances familiales

A l’initiative de 5 familles d’agriculteurs désireux de diversifier leur activité, les 70 habitants de Lauterbach ont créé une “Communauté Villageoise” et transformé la localité en véritable “village de vacances familiales”:

- > 13 gîtes ruraux de qualité ont été réalisés entre 1993 et 1996;
- > un programme d’animations hebdomadaires a été mis au point dès 1992 (rencontres, jeux et activités manuelles pour les enfants; “Fête des Pirates” pour laquelle les enfants fabriquent eux-mêmes leur costume; barbecues organisés par et pour les parents; promenades en calèche, visites d’une brasserie, etc.);
- > 1993 a vu la construction d’une aire de jeux et l’aménagement de deux salles polyvalentes;
- > en 1995, un étang a été aménagé (sanitaires, point de vente des produits agricoles locaux) et un circuit cycliste a été créé.

Le village a également installé un système d’évacuation des eaux usées par lagunage.

Lauterbach attire maintenant de nombreux visiteurs et l’activité touristique a généré des emplois, notamment pour les conjointes d’agriculteurs.

Viande de qualité

L’un des grands objectifs du programme LEADER I de Moyenne-Franconie visait également à diminuer progressivement l’agriculture intensive pour passer à l’élevage extensif. 60 agriculteurs se sont regroupés au sein d’une association, WFG (“Weidefleisch Franken GmbH & Co. KG”/ Viande de pâturage de Franconie). A partir de vaches angus et limousines élevées en pâturages et selon des critères spécifiques, WFG commercialise - essentiellement en circuits courts - une viande bovine de qualité. Un label (“Franki”) a été créé, des liens étroits existent avec plusieurs gros clients (hôtels, restaurateurs, cantines, etc.) et de nombreux ménages privés sont approvisionnés directement par les agriculteurs.



Marché routier

Amorcées dans le cadre de LEADER I, ces actions d’appui à l’agro-tourisme et à la production agricole de qualité se poursuivent dans le cadre de LEADER II ont trouvé leur consécration dans le projet “Bäuerlicher Rastmarkt Obere Altmühl” qui a consisté à mettre en place un “Marché routier des producteurs agricoles de la Haute-Altmühl” sur une aire de repos de l’autoroute A6/E50 Nuremberg-Vienne, l’un des axes les plus fréquentés d’Europe.

L’ensemble de deux bâtiments comporte une halle de 500 m² où sont vendus les produits agro-alimentaires locaux. On y trouve également un restaurant offrant des spécialités culinaires de la région, un point d’information touristique ainsi qu’un hôtel de 30 chambres. Ce projet de 5 millions d’ECU, financé dans le cadre des programmes LEADER et Objectif 5b, a été conduit par une société créée par 30 investisseurs provenant principalement du secteur agricole local. Inauguré officiellement en septembre 1997, ce complexe est la “vitrine” de la région et constitue un excellent point de vente pour les agriculteurs et les opérateurs agro-touristiques locaux, tout en permettant de créer entre 50 et 60 emplois dans une zone rurale relativement défavorisée. <





“L'appui à l'agriculture biologique”

António Realinho [LEADER Raia Centro-Sul, Portugal]



Convaincus que l'agriculture biologique

représentait une possibilité de diversification intéressante, 60 agriculteurs de la Beira Interior (centre-est du Portugal) ont créé en 1995 l'association ARAB (“Associação Regional de Agricultores Biológicos”/ Association régionale des agriculteurs biologiques). Les productions concernées sont très diversifiées: amandes, cerises, raisin de table, mais aussi huile d'olive et olives de conserve, figues, céréales et productions horticoles.

Les objectifs de l'association sont de promouvoir le développement de l'agriculture biologique (notamment par l'organisation de rencontres, de colloques et de conférences) et de fournir aux producteurs une assistance technique en matière de production, de commercialisation, de promotion et de présentation des produits.

Le groupe LEADER Raia Centro-Sul a contribué à la mise en oeuvre des actions suivantes:

- > réalisation d'un stand mobile, afin de faciliter les opérations promotionnelles et la participation d'ARAB à des foires spécialisées (nationales et internationales);
- > édition d'une revue (15 000 exemplaires destinés aux agriculteurs, techniciens, établissements scolaires, etc.) et d'un dépliant visant à mieux faire connaître les produits, à sensibiliser l'ensemble de la population aux méthodes de production biologique, à opter pour des emballages respectueux de l'environnement, etc.;
- > organisation annuelle d'un rencontre nationale des agriculteurs biologiques: ainsi, la deuxième “Encontro Nacional de Agricultores Biológicos”, qui a eu lieu les 17 et 18 mai 1997, a rassemblé environ 300 personnes,

en provenance du Portugal mais aussi d'Espagne.

Il y a été notamment question des difficultés rencontrées par le secteur: besoin d'adapter les programmes d'aide et de certification, nécessité d'une meilleure organisation collective, etc.

A court terme, l'agriculture biologique devrait représenter une perspective très intéressante pour le développement des territoires ruraux: en plus d'assurer une amélioration de la santé publique et la préservation de l'environnement, elle contribue au maintien de la population rurale car elle exige plus de main d'oeuvre que l'agriculture conventionnelle.

Pour davantage exporter, l'agriculture du Portugal doit s'orienter vers une production de meilleure qualité. Les produits certifiés “biologiques” sont un grand pas dans cette direction. <



En d'autres termes, si nous voulons des paysages harmonieux, des terres riches, de l'eau limpide, des territoires vivants, un environnement viable, une nature variée, il nous faut désormais choisir de les produire, c'est-à-dire en faire l'objectif d'une politique, volontaire et publiquement débattue. Dans cette perspective, un vaste chantier s'ouvre pour les agriculteurs et tous ceux qui veulent exercer les métiers qui se rapportent aux espaces.

Si la première catégorie des biens immatériels produits par les agriculteurs sera de plus en plus prise en charge par le marché, la seconde relèvera pour longtemps encore d'une rétribution publique, correspondant à la création d'une richesse collective ou publique. Créer et entretenir un patrimoine intergénérationnel, renouveler une identité collective illustrée notamment par les paysages, assurer la qualité de la vie quotidienne sont des missions d'intérêt général dont le financement incombe à la collectivité. En quoi le fait d'y contribuer et d'en vivre amoindrirait-il le statut social des agriculteurs, d'autant que les richesses produites sont, par excellence, des richesses non délocalisables?

Un métier de synthèse

C'est une autre manière d'exercer le métier d'agriculteur qui se profile à l'horizon. Pour dépasser le modèle standard, technico-comptable, de l'agriculteur d'aujourd'hui, il n'est pas demandé à la nouvelle génération de réinventer le paysan d'hier mais d'inventer un métier de synthèse, un métier du court terme et du long terme, un métier du marché et du territoire. Ni seulement gestionnaire, ni seulement technicien, ni seulement jardinier, ni seulement animateur, mais probablement tout cela à la fois.

Cette redéfinition oblige à recadrer la relation que le monde agricole entretient avec la puissance publique. Plutôt qu'un contrat abstrait entre l'agriculture et l'Europe, c'est un contrat cadré entre chacun des agriculteurs de demain et la puissance publique qu'il faut imaginer. C'est un contrat individualisé, assorti d'un cahier des charges, précisant les droits et les devoirs de chacun. Puisque l'agriculture est nécessairement une affaire publique et donc l'affaire de tous, c'est la relation entre l'agriculteur et les pouvoirs publics qu'il faut aujourd'hui moderniser. En orientant explicitement l'argent public vers la préservation et l'amélioration du territoire, de l'environnement, de l'eau, du paysage, on évitera en même temps de mettre en place une agriculture définitivement duale: d'un côté, une agriculture exportatrice accaparant l'argent public, hier sous forme de restitutions à l'exportation (selon l'écart entre le prix garanti et le prix mondial), aujourd'hui sous forme de compensations, et demain sous forme de réparations des dégâts causés à l'environnement; d'un autre côté, une agriculture fragilisée sur les marchés, occupant l'espace et réclamant la solidarité nationale pour éviter la complète paupérisation.



Développement agricole et développement rural

Remettre les exigences d'équilibre de territoire et de gestion de l'environnement et des paysages au coeur de la définition de l'intervention publique, c'est refuser ce dualisme qui s'instaure au profit de la diversité des agricultures, des agriculteurs et des territoires. C'est inventer une nouvelle mission agricole, au moins aussi mobilisatrice que la mission alimentaire qui s'imposait après-guerre. C'est mettre le territoire au coeur de la définition de la politique agricole. C'est, finalement, faire converger explicitement développement agricole et développement rural.

De ce point de vue, les programmes LEADER apparaissent comme autant de lieux d'expérimentation de cette convergence. Prises dans l'ensemble, ces expériences offrent bien un nouveau visage d'agriculteurs et d'espaces ruraux confrontés à la complexité, tournant le dos à une approche unidimensionnelle pour appréhender à la fois des enjeux économiques, culturels, territoriaux. Et c'est bien en tentant de répondre à de nouvelles attentes des sociétés européennes que l'agriculture et les espaces ruraux contribueront demain au renforcement de la construction de l'Union, comme ils l'ont fait hier en relevant le défi alimentaire auquel l'Europe était confrontée à ses débuts. <



Les mesures européennes en faveur des jeunes agriculteurs

L'application renforcée des mesures communautaires et nationales est indispensable pour retenir les jeunes dans les zones rurales, faciliter leur installation dans l'agriculture et leur permettre de contribuer activement au développement de leur territoire.

PAR VERONIKA VEITS [*]

Précarité, dureté des conditions de travail pour un revenu incertain, la profession d'agriculteur ne séduit plus. Le phénomène n'est pas récent et l'agriculture est aujourd'hui un secteur vieillissant: seuls 8,3% des chefs d'exploitation ont moins de 35 ans alors que presque un exploitant actif sur 4 a plus de 65 ans.

Vieillissante, l'agriculture est également une activité en mutation et l'agriculteur, s'il doit être correctement formé afin de faire face aux exigences accrues de compétitivité, doit être polyvalent. En effet l'agriculteur d'aujourd'hui est tout autant producteur de denrées alimentaires, techniciens et de matières renouvelables que "gardiens" de l'environnement et gestionnaires du territoire.

Considérant que les jeunes sont un élément dynamique essentiel pour le secteur agricole mais aussi plus généralement pour les zones rurales, l'Union européenne a progressivement mis en place une série d'instruments pour le soutien des jeunes agriculteurs.

Parmi ceux-ci, il faut souligner tout particulièrement les aides à l'installation et aux investissements destinés à faciliter la reprise des exploitations par les jeunes agriculteurs, dont plus de 25 000 jeunes agriculteurs bénéficient chaque année. Le régime communautaire de préretraite devrait également contribuer au rajeunissement du secteur agricole.

Par ailleurs, un accent particulier est mis sur la formation et les jeunes repreneurs d'exploitation peuvent bénéficier d'une aide particulière à cet effet.

De même, les jeunes agriculteurs peuvent participer à d'autres programmes communautaires de formation, tels "Leonardo da Vinci" ou encore "Jeunesse pour l'Europe". Enfin, diverses actions sont mises en place, sur une base décentralisée, dans le cadre des programmes des Fonds structurels pour les régions d'Objectifs 1, 5b et 6, ou encore dans le cadre de l'Initiative communautaire LEADER.

Celle-ci offre en effet diverses possibilités aux jeunes agriculteurs non seulement pour valoriser leur production (produits fermiers, etc.) ou participer à la préservation et à la mise en valeur de l'environnement mais aussi pour développer des activités complémentaires (agro-tourisme, etc.) et jouer un rôle actif dans le développement de leur territoire.

Si les divers instruments européens existants [1] constituent un cadre d'action approprié, une application renforcée des mesures est indispensable pour retenir les jeunes dans les zones rurales et faciliter leur installation dans l'agriculture. C'est notamment une des principales recommandations du rapport de la Commission sur "Les jeunes agriculteurs et le problème de la reprise des exploitations dans l'agriculture européenne" (COM (96) 398 final). La Commission fait également une autre recommandation: elle invite les États membres à adapter les mesures nationales en vigueur en matière de taxation des transferts et des héritages pour faciliter l'accès des jeunes agriculteurs au secteur.

Le rapport, qui offre un panorama des divers instruments communautaires destinés aux jeunes agriculteurs, a permis de sensibiliser les décideurs politiques à la situation de ces derniers. Il ne constitue donc pas un point final mais une étape intermédiaire dans les réflexions sur la place et le rôle des jeunes agriculteurs non seulement dans l'agriculture mais, plus largement, dans les zones rurales et, sur les moyens dont ces derniers disposent pour contribuer activement au développement socio-économique de leur territoire. <

[*] Administrateur à la Direction générale de l'Agriculture de la Commission européenne (DG VI/FII.1).

[1] Le répertoire "Actions communautaires et développement rural", publié par l'Observatoire européen LEADER, présente sous forme de fiches synthétiques l'ensemble de ces instruments.



Diversification tous azimuts
dans la zone LEADER Cavan-Monaghan [Irlande]

De l'entreprise agricole à l'entreprise rurale

Frontaliers avec l'Irlande du Nord, les comtés de Cavan et de Monaghan sont surtout agricoles. Mais diversification oblige, de nombreux agriculteurs se sont lancés dans une deuxième activité qui, bien souvent, est en voie de supplanter la première. Certaines fermes se transforment ainsi en véritables entreprises artisanales. Avec LEADER pour les accompagner.

"Il y a dix ans, la coopération entre les populations du sud et du nord était très difficile..." Michael Heaney est venu en voisin présenter l'expérience du groupe Inishowen, dont il est le directeur, au séminaire qui réunit aujourd'hui à Monaghan tous les groupes LEADER opérant de part et d'autre de la frontière entre la République d'Irlande et l'Irlande du Nord. Objectif: lancer un processus de coopération transfrontalière durable. Car plus qu'une frontière, les 12 zones concernées partagent les mêmes difficultés: un certain isolement, le manque d'emplois, l'exode rural et un potentiel de développement bridé par le conflit politico-religieux qui sévit de façon plus ou moins latente en Irlande du

Nord, avec des conséquences négatives sur les comtés limitrophes du Sud. *"Comment voulez-vous attirer des touristes et à fortiori des investisseurs lorsque vous avez cette image de champ de bataille, même si dans les communautés rurales, catholiques et protestants s'entendent plutôt bien?"*, déplore Adge King, directeur de la Cavan-Monaghan Rural Development Co-op, coopérative qui gère le programme LEADER d'une zone doublement enclavée du fait de la frontière et d'un relatif éloignement de la mer.

Créé en 1991 à l'initiative de responsables de coopératives agricoles, ce groupe d'action locale rassemble les principaux acteurs et secteurs socio-économiques des

→ deux comtés de Cavan et Monaghan: coopératives laitières, syndicats agricoles, associations villageoises, autorités locales, Teagasc (centre national de recherche et de vulgarisation agricole et rurale), institutions financières, responsables d'entreprise, etc. *"En lui donnant l'impulsion institutionnelle et les moyens financiers nécessaires pour s'ouvrir à toutes les forces vives du territoire, LEADER a permis au mouvement coopératif agricole d'évoluer en toute logique vers ce qui est au fond sa grande finalité, le développement rural"*, affirme Anthony Leddy, président du conseil d'administration du GAL. *"Au tournant des années 80, les coopératives laitières ne s'intéressaient déjà plus uniquement au prix du lait mais au développement local dans son ensemble. Elles ont joué un rôle moteur dans la constitution de 'Water Scheme Groups', regroupements d'habitants et d'agriculteurs pour organiser l'installation de l'eau courante dans les campagnes. Ces groupes ont été en quelque sorte une première expérience de dynamique locale, de mobilisation de l'ensemble des citoyens autour d'un projet de développement concret."*

Dans cette zone où de nombreux secteurs – le tourisme notamment – sont pénalisés par une frontière "sensible", l'agriculture occupe toujours la première place dans l'économie: plus de 60% des emplois en dépendent directement ou indirectement. Mais les terres sont pauvres et la majorité des exploitations sont morcelées et de taille très modeste (16 ha en moyenne).

Conjuguées aux contraintes provenant des quotas dans les secteurs laitier, bovin et ovin, ces conditions défavorables exigeaient une diversification en profondeur de l'activité agricole.

Champignons

Dans les années 60, une première vague de diversification avait d'abord concerné deux productions agricoles "classiques": beaucoup de fermiers s'étaient tournés vers les volailles (actuellement 55% de la production nationale) et le porc (20%). Mais de par son ampleur, son caractère novateur en Irlande et les retombées qu'elle a induites pour l'ensemble de l'économie, c'est la production de champignons qui, quelques années plus tard, a constitué un premier "grand bond en avant" en termes de développement local.

Tim Connolly est un pionnier: encouragé par le Teagasc, il se lance en 1981 dans la production de champignons, cultivés dans des sacs à compost placés à l'intérieur de larges tunnels en polyéthylène assurant lumière, température et humidité constantes.

"J'ai d'abord installé deux tunnels", raconte-t-il. "Au bout d'un an, nous avons vu que c'était rentable: la production génère rapidement des fonds propres, car il ne se passe que 6 semaines entre l'ensemencement des champignons et la récolte. Nous avons donc installé 3 autres champignonnières en 1983."

■ Les bâtiments de la ferme McCabe sont construits de façon entièrement écologique



Tim produit ainsi chaque année 100 tonnes de champignons, qui lui rapportent autant que ses 65 vaches laitières. *“Les champignons m’ont permis d’acheter assez de parcelles pour que mes deux fils puissent rester avec moi sur la ferme.”* La cueillette des champignons – à la main, ce qui constitue l’avantage de la production irlandaise par rapport aux concurrents britanniques ou néerlandais – occupe également chez Connolly 5 employés permanents à temps partiel (environ 30 heures par semaine).

L’une des clés du succès des quelque 240 champignonnistes de la zone LEADER (près de la moitié des producteurs irlandais de champignons) tient dans l’organisation de la distribution: Tim Connolly écoule sa production par l’intermédiaire d’une centrale – “Monaghan Mushrooms Ltd” – qui parvient à placer dans les rayons des grandes surfaces britanniques les champignons récoltés 24 heures auparavant en Irlande. Cette formule a permis à l’entreprise de devenir en 16 ans le premier producteur de champignons en Europe. Cette centrale de conditionnement et de distribution, qui a organisé environ 200 producteurs de champignons en autant d’“unités satellites” à qui elle fournit spores, compost et assistance technique, a réalisé un chiffre d’affaires de 32,3 millions d’ECU en 1994 et créé 300 emplois dans ses différentes unités de conditionnement.

Adge King insiste sur l’importance de cette nouvelle filière avant de préciser cependant: *“ici, l’appui de LEADER aux agriculteurs concerne avant tout des produits non agro-alimentaires car du fait de l’étroitesse du marché, peu d’agriculteurs se sont lancés dans les produits fermiers: ils choisissent plutôt une deuxième activité, compatible avec leur exploitation agricole en termes de temps, d’espace, de bâtiments, etc. C’est le plus souvent une activité très différente de leur activité première.”*

Inventeurs

Cette deuxième activité est souvent au départ un hobby, une passion que l’on professionnalise, jusqu’à en faire une entreprise à part entière, qui n’a quelquefois plus grand-chose à voir avec l’agriculture. On y croise souvent l’innovation, l’invention, le génie même. Avec des emplois à la clé.

John McKeown a 36 ans. Il “fait” du lait et du boeuf, à temps partiel car il manque de terres. Passionné de mécanique, il se lance en 1989 dans la construction de hangars agricoles en acier, avant de développer en 1995 un produit révolutionnaire: le “trail lift” est un chariot-élévateur tracté tout terrain, quatre fois moins cher qu’un chariot-élévateur classique, du “sur mesures” pour les agriculteurs. *“Le produit est au point et nous l’avons breveté. Le grand défi maintenant, c’est la commercialisation...”* Et on perçoit que sur ce plan là John se sent un peu désemparé.

Jim O’Donnell, lui, a inventé un tapis chauffant pour l’élevage des porcelets. Le dispositif – une résistance électrique placée entre deux plaques isolantes – assure plus de confort à l’animal et consomme dix fois moins



■ Martin Gilliland aux commandes d’un ball-trap

d’énergie que l’habituelle lampe infrarouge. *“Le succès en Irlande a été instantané”,* explique Tim. *“Dès le milieu de 96, nous avons commencé à entrevoir le seuil de saturation sur le marché national. Nous nous sommes lancés maintenant dans l’exportation: le Royaume-Uni, la France et l’Italie – un peu –, le Portugal – beaucoup – et depuis quelques mois, le Canada, où nous avons trouvé un distributeur. Le problème, c’est qu’en volume nous ne sommes pas encore capables de répondre à la demande...”* L’entreprise O’Donnell, qui compte 8 employés et produit 250 “heatpads” par semaine, doit donc à présent envisager l’expansion: *“d’abord agrandir nos locaux ici, à Cavan, avant de tenter peut-être l’aventure américaine: les États-Unis représentent un marché de 50 000 unités par an...”* Signalons en passant que les agriculteurs locaux n’ont pas le monopole de l’innovation: un professeur de Coothill (Cavan), Séan Grogan, a inventé un “portecraie” à poussoir, qui évite de se salir lorsqu’on écrit au tableau. Le principe s’inspire du bâton de rouge à lèvres. Simple mais il fallait y penser... LEADER a fourni 4 000 ECU pour la promotion du produit que l’on commence à trouver dans certaines bonnes papeteries d’Irlande.

→ Professionnaliser sa passion

Les loisirs, destinés à une clientèle locale ou très spécialisée, représentent un autre créneau que les agriculteurs cherchent à valoriser. Trois exemples:

Dans la famille Jones, à côté des vaches laitières, on élève des chevaux depuis des générations. *“Malgré l’arrivée du tracteur, beaucoup de fermiers irlandais ont conservé un ou deux chevaux, explique Tom Jones, mais ils ne les entretiennent pas. Or depuis quelques années, on assiste à un nouvel engouement pour l’équitation, qu’elle soit de randonnée ou de compétition. Mon frère et moi avons décelé un fort potentiel dans ce secteur et décidé de faire de notre passion une véritable entreprise d’élevage et de dressage de chevaux.”*

En 1993, le Fonds international pour l’Irlande les aide à construire des écuries modernes destinées aux juments et aux poulains. Trois ans plus tard, LEADER II participe à hauteur de 50 000 ECU à l’installation d’un manège. *“Il va servir à dresser, et à apprendre à dresser, les chevaux, soit pour les loisirs soit pour le saut. En collaboration avec l’association régionale des éleveurs de chevaux (150 adhérents), il s’agit de recréer une ‘filière cheval’ à réelle valeur ajoutée: non dressée, une jument de trois ans vaut 600 ECU. Prête à être montée, elle peut valoir 12 000 ECU et plus...”*

Martin Gilliland a, lui aussi, professionnalisé sa passion, le ball-trap: il vient de finir d’aménager sur sa ferme 4 sites de tir permettant de simuler une dizaine de types de chasse (lapin, bécasse, faisan, etc.). L’originalité et la réussite de ce qui est en train de devenir une véritable entreprise de loisirs résident en partie dans sa conception: l’ensemble est agencé comme un parcours de golf qu’on peut parcourir à son rythme. LEADER a contribué au financement des équipements: abris, sentiers, clôtures mais aussi lanceurs automatiques sophistiqués. *“En plus de m’occuper de mes 14 vaches, j’étais maçon. Le ball-trap me permet à présent d’exercer toutes mes activités à la ferme”,* précise Martin.

Johnny et Lucy Madden possèdent le domaine de Hilton Park qui jouxte la frontière. Les six chambres d’hôtes qu’ils ont aménagées dans les années 80 ne suffisant pas à rentabiliser cette ferme-château, ils sollicitent une aide de LEADER pour restaurer les magnifiques jardins qui, faute de moyens suffisants, étaient laissés pour compte. *“Il s’agissait de dépasser l’accueil touristique et de faire de ce lieu chargé d’histoire une attraction culturelle pour l’ensemble de la région”,* explique Johnny. Parterres et sentiers sont réhabilités, un petit refuge est installé au bord du lac situé sur la propriété. Ouvert au public en 1996, le domaine commence à attirer des groupes spécifiques, des peintres amateurs par exemple: *“mon but est de créer un centre d’art ouvert à tous fonctionnant en réseau avec trois autres pôles culturels de cette partie du comté. Nous sommes en train de*

construire un projet avec le Centre littéraire Tyrone Guthrie proche d’ici. Mais je tiens à dire que LEADER a fait énormément de choses pour ce territoire, on commence à peine à en récolter les fruits. Dommage que LEADER n’ait pas plus d’ampleur car on sent vraiment qu’il a été conçu pour réellement aider les porteurs de projet.”

Permaculture

C’est aussi la passion qui anime Marcus McCabe. Ce jeune agriculteur du comté de Monaghan, ardent militant pour l’écologie, a converti son exploitation à la permaculture: depuis 3 ans, sa ferme produit des plantes aquatiques (roseaux, massettes, etc.) permettant l’épuration naturelle des eaux usées (lagunage) ainsi qu’une grande variété de végétaux destinés à reconstituer le paysage et la biodiversité. A cette production horticole s’ajoutent des activités de consultation et de formation en lagunage, aménagement paysager, construction entièrement écologique de bâtiments, etc. La grande maison de bois chauffée à la biomasse qu’il a construit lui-même héberge en permanence des jeunes en insertion professionnelle et des étudiants qui souhaitent se spécialiser dans ce qui pourrait devenir demain une importante activité agricole.

LEADER a participé à la promotion du projet et Marcus de citer: *“la réalisation d’une brochure et d’un catalogue, le publipostage ciblé sur les paysagistes, les collectivités territoriales, les différents clients potentiels en Irlande et ailleurs. La somme peut sembler dérisoire – 2 500 ECU – mais mine de rien, l’opération nous a mis sur la carte et ouvert le marché: suite à cela, les contrats se sont mis à pleuvoir et ce n’est plus le travail qui manque. Notre problème maintenant, c’est de grandir en douceur...”*

Membre de plusieurs organisations écologiques internationales, notamment du Réseau Eco-village global, Marcus McCabe se prend à rêver à *“des villages fonctionnant de façon écologique et autonome qui, grâce aux télécommunications, désengorgeraient en partie les villes et recréeraient un milieu rural de qualité: vivant, convivial, solidaire...”* Avant-gardiste? Utopiste? Ce qui est sûr, c’est qu’à son stade actuel, le projet s’est attiré l’attention – et la sympathie – de tous les agriculteurs des environs. <

Superficie du territoire: 318 km²
Population: 106 000 habitants
Financement LEADER II: 6 875 000 ECU
UE: 3 165 937 ECU
Autres fonds publics: 1 055 313 ECU
Privé: 2 653 750 ECU

Cavan-Monaghan Rural Development Co-op Society Ltd
Agricultural College, Ballyhaise, IRL-Co. Cavan
Tél: +353 49 38477 - Fax: +353 49 38189



*Lavage de la laine
dans la haute vallée
de la Möll*

LEADER et l'agriculture en Carinthie [Autriche]

Les filières du territoire

Dans cette région alpine où la grande majorité des agriculteurs exercent plusieurs activités, LEADER et les autres instruments d'appui au développement rural visent à consolider localement emplois, revenus et qualité de vie. La stratégie choisie – organiser de véritables “filières de développement” à partir de produits agricoles locaux, traditionnels mais longtemps sous-exploités – permet de redynamiser l'ensemble de l'économie des trois territoires de Carinthie concernés par l'Initiative.

La zone LEADER Grossglockner-Oberes Mölltal, qui s'étend du “toit de l'Autriche” (3 798 m) jusqu'au bassin inférieur de la Möll, est un de ces endroits où l'expression “en amont... en aval” prend son double sens, géographique et économique. Dans cette haute vallée de l'extrême ouest de la Carinthie, le groupe d'action locale a choisi de revaloriser une production traditionnelle mais qui périssait: la laine. Relayant et complétant une action initiée par le Parc national des Hautes Tauern, les programmes 5b et LEADER ont permis d'organiser une filière dont les principaux chaînons – production, transformation et commercialisation – suivent, littéralement, le cours de la rivière: en amont, les alpages et les moutons des quelque 50 agriculteurs concernés, ainsi qu'une unité moderne de lavage, car-

dage et filage de la laine; au centre de la vallée, les tisserands et autres transformateurs de laine à domicile, souvent des conjointes d'agriculteurs; en aval, les points de vente et notamment le magasin du “Regionalverein Grossglockner”, association de 150 acteurs socio-économiques de la vallée, ainsi qu'une boutique – “Mode & Design KM” – qui crée et commercialise toutes sortes de vêtements alliant tradition et modernité, notamment un “jean de Carinthie”, version locale revue et corrigée de l'incontournable pantalon américain.

— “Du mouton aux bas de laine”

“Cette boutique est le noyau de notre projet ‘Goldärmel’ [] qui consiste à commercialiser des vêtements en laine produits par des artisans et designers locaux”, explique Maria Schmidl, qui partage ses activités professionnelles entre le secrétariat local de LEADER et la gestion du magasin de l’association Grossglockner ouvert en 1995 à l’entrée de la vallée. “Parallèlement à notre ‘Route de l’Or’, on peut maintenant parler d’une véritable ‘Route de la Laine’ qui descend la vallée. Il s’agit d’une filière économique complète, qui va ‘du mouton aux bas de laine’. La laine est un secteur porteur: de plus en plus de consommateurs s’y intéressent et sont prêts à payer plus pour des produits faits main. Auparavant, cette laine était jetée. A présent, c’est la base d’une activité complémentaire à bonne valeur ajoutée qui profite notamment à de nombreuses agricultrices et complète l’offre touristique”.*

Outre sa vaste gamme de lainages, le magasin permet de commercialiser quelque 300 produits fermiers et artisanaux. 140 personnes sont membres de l’association et ce nouveau point de vente (3 emplois permanents à temps partiel) a réalisé en 1996 un chiffre d’affaires de 70 000 ECU.

La trentaine et deux enfants, Georg et Elisabeth Fellner forment un ménage agricole particulièrement représentatif de la vallée. Leur ferme d’une dizaine d’hectares ne permettant pas de leur assurer des revenus suffisants, Elisabeth tisse des couvertures en laine tandis que

Georg travaille en hiver à la station de ski. Il est aussi membre du groupe “Innovation en agriculture” mis sur pied dans le cadre de LEADER. *“La plupart d’entre nous sont pluriactifs mais certains exercent leur deuxième activité aussi loin qu’à Munich, à plus de 200 km d’ici. Ce sont des navetteurs hebdomadaires, une situation qui n’est pas très confortable... Nous cherchons donc à ce qu’ils puissent pratiquer l’ensemble de leurs activités dans la vallée. Pour ce faire, notre groupe de travail a choisi de privilégier l’organisation en filière de productions transformées à la ferme. La laine est le secteur phare mais il y a aussi le fromage, la viande et la charcuterie. 20% des agriculteurs d’ici sont aussi des producteurs fermiers.”*

Grâce au programme 5b et à LEADER, une unité collective d’abattage (moutons, porcs et bovins) est déjà en opération à Heiligenblut, le village le plus éloigné, et 4 autres vont être construites dans autant de localités. L’ensemble de la production agro-alimentaire, qui procède de méthodes biologiques, obéit à une charte de qualité cautionnée par un label. *“En général, le programme 5b finance les équipements et LEADER, qui commence à prendre le relais, assure l’accompagnement des projets - études, promotion, commercialisation, etc.”*, précise Christian Kropfitsch, directeur du KIR, l’Institut carinthien pour le développement local (voir encadré).

Amorcer la pompe

Avec environ un tiers des fonds déjà engagés (juin 1997), la Carinthie est la région autrichienne la plus avancée dans la mise en oeuvre de LEADER II, et dans le cadre de son programme, c’est la zone Grossglockner-Oberes Mölltal qui compte le plus de projets déjà en opération. *“Le nord de ce territoire bénéficie de la présence du plus ancien Parc national d’Autriche, fondé en 1981, dans lequel sont conduits depuis longtemps des actions de développement rural”, explique Kurt Rakobitsch, coordinateur LEADER pour le Land. “En inscrivant les projets 5b et LEADER dans la démarche déjà engagée par le Parc plus haut dans la vallée, nous pouvions gagner en temps et en efficacité, atteindre une certaine visibilité et, de cette façon, ‘amorcer la pompe’ du développement local, non seulement dans cette vallée mais aussi dans les deux autres zones LEADER de Carinthie.”*

Le magasin de l’Association
des artisans du Grossglockner





Carnica

Dans la Rosental (“Vallée des Roses”), le long de la Drave, on retrouve cette même démarche de filière qui permet de décliner identité, culture et image territoriales, respect de l’environnement, activité agricole, tourisme, revenus complémentaires, voire emplois à temps plein pour les habitants.

Ici le produit fédérateur est l’abeille carnica, une espèce indigène très performante que la région a exportée par trains entiers un peu partout dans le monde, entre 1850 et les années 1930. L’apiculture a ensuite décliné mais aujourd’hui encore, la région produit 35% du miel autrichien. On compte ici quelque 200 apiculteurs, la plupart membres d’une organisation professionnelle avec laquelle, entre autres, le groupe d’action locale a élaboré une stratégie en deux volets: regroupement des 8 communes pour la promotion de l’image de la vallée (utilisation généralisée du nom “Carnica Rosental”, d’un logo figurant l’abeille carnica, etc.), développement d’une filière apicole intégrée.

Ernst Fuchs, responsable de l’apiculture au sein du GAL et véritable encyclopédie vivante de l’abeille, est intarissable sur la démarche entreprise: *“la redynamisation du secteur apicole est articulée autour de trois axes, tous cofinancés par LEADER: l’élevage de reines afin de réobtenir une race carnica pure (un laboratoire sera construit prochainement), la professionnalisation des producteurs, même s’ils sont tous apiculteurs à temps partiel, le développement et la commercialisation de produits innovants*

Développement “régional”

Le Land de Carinthie semble avoir trouvé le juste équilibre entre contraintes de gestion “descendantes” et approche “ascendante” du développement.

En Carinthie comme ailleurs en Autriche, le développement rural intégré, basé sur l’approche territoriale (“Regionalentwicklung”) et l’initiative locale, n’est pas une nouveauté mais bénéficie d’une expérience datant de la fin des années 70 (voir LEADER Magazine n°11).

Tirant les leçons de certaines difficultés rencontrées il y a quelques années dans le cadre d’un programme d’appui au tourisme rural, les autorités du Land de Carinthie semblent avoir trouvé un juste équilibre entre les contraintes “descendantes” de toute gestion responsable de fonds publics et l’approche “ascendante” du développement qui prend en compte les aspirations de la population et permet de libérer les initiatives locales. La Division de l’Aménagement du territoire du Land coordonne les différents programmes régionaux, nationaux et européens de développement local, mais l’assistance technique aux projets est assurée par une

structure autonome, l’Institut carinthien pour l’Aménagement du territoire, le Développement local et la Protection de la nature” (KIR), mis sur pied en juin 1996.

Chacun des trois groupes d’action locale de Carinthie est une association informelle d’individus, d’associations et d’institutions locales (communes, Parc naturel, etc.) concernés par le développement, qui dispose d’une large autonomie en ce qui concerne la sélection et la mise en oeuvre des initiatives, à condition bien sûr de respecter les paramètres opérationnels et financiers préalablement fixés dans le programme LEADER régional.

Chaque GAL est structuré en plusieurs “groupes d’innovation” thématiques (agriculture, apiculture, tourisme, artisanat, etc.). Ces groupes de travail et de réflexion sont chargés d’animer le développement local dans le cadre de LEADER mais aussi d’autres programmes communautaires (5b, INTERREG, etc.): mobilisa-



tion de la population et des acteurs locaux, repérage des porteurs de projet potentiels, etc. Ce type d’organisation explique en grande partie la dimension fortement collective des actions mises en oeuvre en Carinthie: filières agricoles et intersectorielles, infrastructures touristiques...

L’interface entre les groupes d’action locale et les autorités du Land est assurée pour chaque zone par un responsable LEADER (“LEADER Betreter”) chargé de coordonner la mise en oeuvre des actions déjà engagées, monter les dossiers des projets à venir et les défendre auprès de l’administration du Land. <



La coopérative Sonnenalm fournit en produits laitiers les écoles de la Norische Region

— dérivés du miel. Le tout doit s'accompagner d'une redécouverte de l'abeille en tant que gardienne du patrimoine naturel et culturel."

L'étendard de la filière est le Musée du Miel de Ferlach ouvert en 1995 et situé là aussi à l'entrée de la vallée. Outre tout ce qui touche à l'apiculture et à l'histoire de l'activité, on peut y découvrir la gamme des nouveaux produits déjà commercialisés: miel biologique, cire et propolis bien sûr, mais aussi salami, musli, liqueur au miel, bière spéciale au miel fabriquée par une grande brasserie de Klagenfurt (qui reverse un pourcentage de ses recettes à la recherche apicole), ainsi qu'un nouveau type de ruche plus performant. 20 apiculteurs ont créé en septembre 1996 une centrale de vente et sont en train d'élaborer un label.

Arche de Noé

Déjà partiellement évoquée dans le cas de l'abeille carnica, la réintroduction de races animales indigènes quasi disparues est une autre dimension forte de la stratégie de développement des trois zones LEADER carinthiennes.

Plus au sud, aux pieds des Karawanken (2 000 m) qui forment la frontière avec la Slovénie, Friedhelm Jabinschek et son association "Alpen-Adria" (60 agriculteurs adhérents) réintroduisent depuis peu le "mouton à lunettes", ancienne race ovine commune au sud de l'Autriche, à la Slovénie et au Frioul italien. Pratiquement éteint vers la fin de la Deuxième guerre mondiale, le cheptel atteint à présent 400 têtes. Seul mouton labellisé d'Autriche, sa viande savoureuse commence à être commercialisée, notamment dans 10 restaurants de Carinthie.

"La demande est très forte, constate Friedhelm, notre campagne publicitaire a en fait dépassé nos capacités de vente!" Friedl croit avant tout à l'engagement privé: la promotion du produit est entièrement financée par l'association Alpen-Adria; montres, T-shirts, parapluies, etc. à l'effigie du précieux mouton sont vendus lors de foires et autres animations que l'association organise au cours de l'année, ainsi que le long d'une Route de la Transhumance qu'on est en train de baliser. "Notre objectif est l'autofinancement complet d'ici trois ans, survivre par exemple aux deux programmes qui nous ont donné le coup de pouce, LEADER et INTERREG. Le premier nous a permis d'aborder le marché en finançant l'assistance technique nécessaire, le second nous aide à recruter et à organiser les éleveurs en Slovénie."

"Les aides communautaires nous ont permis de revaloriser des productions agricoles relativement 'indélocalisables' comme les races locales traditionnelles, chose qui n'était pas possible avant l'entrée de l'Autriche dans l'Union européenne", affirme Raphaël Pliemitscher, responsable de l'association des éleveurs de vaches blondes regroupant 60 agriculteurs de la zone LEADER Norische Region d'où cette race très rustique est originaire. Ces derniers ont reconverti une partie de leur élevage vers ce qui était considéré jadis comme la "meilleure vache de l'Empire austro-hongrois". On peut ici encore parler de filière puisque l'opération concerne éleveurs, bouchers, restaurateurs, opérateurs touristiques et population locale, la promotion de la "vache blonde" passant par l'organisation de fêtes villageoises. En allemand, développement local se dit "développement régional": en Autriche comme en Allemagne, une "Region", unité territoriale de référence pour les actions de développement rural, est en effet un bassin de vie correspondant le plus souvent à une vallée ou ensemble de vallées ayant historiquement une unité culturelle, économique et sociale. Les filières mises en place en Carinthie dynamisent cette identité et, comme le dit Barbara Klemens, responsable LEADER de la Norische Region, "replacent les agriculteurs au cœur du développement rural". <

[*] "Manches dorées", jeu de mots faisant référence à la qualité artisanale de la confection et à une ancienne activité de cette région qui possède un gisement aurifère aujourd'hui inexploité. L'or constitue une image fédératrice pour le tourisme de ce territoire: la "Route de l'Or" est un réseau de chemins de randonnée parcourant le Grossglockner-Oberes Mölltal.



Superficie du territoire: 1 586 km²
(Grossglockner-Oberes Mölltal: 596 km²;
Carnica Rosental: 467 km²; Norische Region: 523 km²)
Population: 45 928 habitants
(Grossglockner-Oberes Mölltal: 8 577 hab.;
Carnica Rosental: 22 475 hab.; Norische Region: 14 876 hab.)
Financement LEADER II: 8 400 000 ECU - **UE:** 2 900 000 ECU
Autres fonds publics: 2 900 000 ECU - **Privé:** 2 600 000 ECU

LEADER II Geschäftsstelle Kärnten
Amt der Kärntner Landesregierung - Abteilung 20 Landesplanung,
Sachgebiet Orts- und Regionalentwicklung
Wulfengasse 13, A-9020 Klagenfurt
Tél: +43 463 536 32062 - Fax: +43 463 536 32007
E-mail: akl20.eu@online.edug.co.at

Séminaires LEADER [octobre 1997-avril 1998]

L'Observatoire européen LEADER organise d'ici avril 1998 une série de séminaires. Chacune de ces rencontres se déroule dans une zone dont 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").

> "Formation et développement local"

Dates: 8-11 octobre 1997.

Langues: finnois/anglais/allemand.

Lieu: GAL North-Eastern Savo (Viitaniemi, Finlande).

"Organiser le partenariat local"

Ce deuxième dossier de la série "Innovation en milieu rural" s'intéresse à la constitution et à la mise en oeuvre du partenariat et donc aux éléments de méthode qui

> "Commercialiser les produits locaux en circuits courts"

Dates: 5-9 novembre 1997.

Langues: portugais/français/espagnol.

Lieu: Mirandela, Terra Quente (Norte, Portugal).

> "Elaborer des produits touristiques autour de la randonnée"

Dates: avril 1998. Langues: italien/allemand/anglais.

Lieu: GAL Appennino Piacentino,

Parma (Emilie-Romagne, Italie).

rendent possible – et durable – cette démarche devenue un élément clé des processus de développement rural.

(Prix: 300 BEF TTC / environ 7,5 ECU).

Publications LEADER II [rappel]

> Répertoire "Actions communautaires et développement rural"

(Prix: 1 800 BEF TTC / environ 45 ECU).

> Répertoire "Actions innovantes de développement rural"

(Prix: 1 800 BEF TTC / environ 45 ECU).

> "Evaluer le potentiel touristique d'un territoire" (guide méthodologique).

(Prix: 300 BEF TTC / environ 7,5 ECU)

> "L'organisation collective d'une filière

pour la valorisation locale des ressources agricoles:

l'exemple de la transformation fromagère

("Innovation en milieu rural" - Cahier n°1).

(Prix: 300 BEF TTC / environ 7,5 ECU).

> Affiche LEADER II

(Prix: 700 BEF TTC / environ 18 ECU;

affiche supplémentaire envoyée à la même adresse:

200 BEF TTC / environ 5 ECU).

7 Réseaux nationaux LEADER II opérationnels

A la date de rédaction de cet article (juillet 1997), les réseaux nationaux LEADER II étaient opérationnels dans les pays suivants: Allemagne, Autriche, Finlande, Irlande, Italie, Pays-Bas et Suède.

ALLEMAGNE:

LEADER-Netzwerk-Deutschland,

a/s Hermann Klenner,

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung,
Adickesallee 40, D-60322 Frankfurt am Main.

Tél: +49 69 15 64 756; Fax: +49 69 15 64 790.

AUTRICHE:

LEADER-Netzwerk-Österreich,

a/s Luis Fidlshuster,

ÖAR-Regionalberatung GmbH,
Amalienstr. 68, A-1130 Wien.

Tél: +43 1 877 94 21; Fax: +43 1 877 94 25;

E-mail: oear@ping.at

FINLANDE:

Siège du Réseau: LEADER-verkostoyksikkö,

a/s Mari Ojanperä,

Prännärintie 17, SF-61800 Kauhajoki.

Tél: +358 6 2360 067;

E-mail: mari.ojanpera@leader.kauhajoki.fi

Antenne de langue suédoise:

Finlands LEADER-nätverksenhät (Kristinestad),

a/s Ulf Grindgärds,

Kommunbyrån, SF-64300 Lappfjärd.

Tél: +358 6 2221 496; Fax: +358 6 2222 462;

E-mail: ulf.grindgards@leader.kauhajoki.fi

IRLANDE:

LEADER II Irish National Networking (LINN) Service,

t.a.v. Farrell Grant Sparks,

Molyneux House, Bridge Street, IRL-Dublin 8.

Tél: +353 1 475 81 37; Fax: +353 1 475 20 44;

E-mail: fgs@fgs.ie

ITALIE:

Rete nazionale italiana LEADER,

a/s Gerardo Delfino / Franco Mantino,

INEA (Istituto Nazionale di Economia Agraria),
Via Barberini, 36, I-00187 Roma.

Tél: +39 6 487 07 93; Fax: +39 6 474 19 84.

PAYS-BAS:

Nederlandse LEADER Netwerk

a/s Klaas Bijleveld, Provinciehuis Friesland,

Postbus 20120, NL-HM8900 Leeuwarden.

Tél: +31 58 292 52 89; Fax: +31 58 292 51 25

SUÈDE:

Svenska LEADER-Nätverket

Box 787, S-45126 Uddevalla.

Tél: +46 522 65 39 13 - Fax: +46 522 65 39 29

E-mail: nils.lagerroth@hs-o.hush.se

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, Jacques Fournier, Katell Guernic, Bertrand Hervieu, Michael Hofmann, António Realinho, Veronika Veits - **Photos:** groupes LEADER, Campagne Campagne, Ann Linden, Ferdinand Neumüller, Hans-Olof Utsi - **Photo de couverture:** Campagne Campagne - **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 37 500 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>