

## ① LA REGION RHONE-ALPES

Dans un Etat historiquement très centralisé, Rhône-Alpes est une des 22 régions créées par la décentralisation des années 80.

Elle représente une France à l'échelle 1/10<sup>ème</sup> :

- . 10 % de la surface,
- . 10 % de la population (6 millions d'habitants),
- . 10 % du P.I.B.

Ses compétences, ses politiques :

Missions principales (en % du budget),:

- transports régionaux collectifs : 25 %
- formations initiales (secondaires, universités), investissements et fonctionnement (hors rémunération des enseignants) : 20 %,
- formations professionnelles (apprentissage, formation continue) : 15 %,
- économie, technologie, recherche (dont agriculture, forêt et tourisme) : 7 %,
- aménagement du territoire (Parcs Naturels Régionaux, projets de développement local porté par les territoires) : 4 %.

Moyens : un budget de 1,9 M€ un millier d'agents,

Aménagement du territoire et développement économique sont les politiques qui intéressent les zones de montagne, même si elles ne leur sont pas spécifiquement dédiées.

## ② COMMENT LA REGION RHONE-ALPES AIDE-T-ELLE LES PROJETS DE DEVELOPPEMENT AUTOUR DE LA QUALITE ET DE LA SPECIFICITE DES PRODUITS DE ZONES RURALES ? (DONT LA MONTAGNE). SELON QUELS PRINCIPES ?

➔ Utiliser à bon escient une ressource qui apparaît marginale, si l'on s'en tient aux montants, dans l'ensemble des financements publics (nota : la Région n'est pas impliquée dans la mise en œuvre de la Politique Agricole Commune ),

➔ Aider prioritairement le projet lui-même, initié par un collectif qui réunit tous les partenaires utiles : les maillons amont et aval d'une filière, autour d'un produit ou d'une famille de produits, par exemple.

→ Deux cas de figure à distinguer :

- une approche principalement à partir du produit, portée par des professionnels qui s'engagent sur la qualité d'un type donné de production, agricole principalement, à travers des programmes intégrés, pluriannuels,
- une approche plus large au niveau d'un territoire, dont l'image positive est mise au service de plusieurs familles de produits : agricoles, touristiques, artisanaux ou forestiers, éventuellement associés.

Pour ce deuxième cas de figure, exemple des Parcs Naturels Régionaux (P.N.R.), espaces dont le projet est régi par l'engagement volontaire des collectivités locales et des diverses professions autour d'une charte de défense et de valorisation de l'identité locale et du respect des patrimoines et biens communs.

Les Parcs créent une marque propre à chaque territoire concerné, marque partagée par les divers produits qui s'y réfèrent, chacun créant un cahier des charges adapté. Celui-ci impose une discipline partagée, pour qu'un produit ne dégrade par l'image des autres, qui partagent la même référence au territoire.

→ Dans les deux cas de figure (entrée «produit», ou entrée «territoire»), il faut que la promesse soit tenue, que la qualité soit réelle et que les conditions soient réunies pour vérifier que les engagements pris ont été tenus.

Il ne doit pas y avoir distorsion entre l'image «montagne, tradition, nature, qualité des espaces» et la réalité du produit proposé, ce qui est d'autant plus difficile que les partenaires associés sont divers et nombreux.

Exemple : La politique «tourisme de terroir» peine à se mettre en place, car elle implique un vaste ensemble d'opérateurs de nature disparate (collectivités locales, prestataires d'hébergement, de restauration et de loisirs).

### **③ QUELS TYPES D'AIDES SONT APPORTES ET SELON QUELLES MODALITES?**

→ l'ingénierie de projets : études, conseils techniques, animations,

→ la formation, la mise en place de chaînes de contrôle de la qualité,

→ les investissements, mais seulement après qu'aient été identifiés ceux qui sont nécessaires à un saut qualitatif que les opérateurs ont du mal à accomplir,

→ le croisement des financements publics doit être limité pour simplifier la gestion des projets, et assurer une synergie entre intervenants publics,

→ caractère pluriannuel de l'aide, sur la base d'un programme qui définit les engagements de chacun.

#### ④ QUELLE PLACE POUR LA MONTAGNE DANS CES POLITIQUES ?

→ les projets pris en compte par la Région, en matière agricole, ne font pas appel à la dénomination «montagne», car les autres signes officiels de qualité, en particulier les appellations d'origine, apparaissent plus appropriés,

→ la spécificité «montagne» de ces politiques d'aide aux produits d'origine et de qualité est faible ; ces politiques sont dédiées aux zones rurales dans leur ensemble.

Car, en Rhône-Alpes :

- les zones rurales en besoin de développement ne sont pas toutes situées en montagne,
- les zones de montagne ne sont pas toutes en retard de développement, certaines d'entre elles comptant même parmi les plus dynamiques et les plus prospères de la région.

→ malgré tout, de facto, ces politiques s'appliquent préférentiellement en zones de montagne, en particulier dans les Parcs Naturels Régionaux,

→ cependant, la Région a entrepris en 2005, de définir une politique «montagne», pour s'assurer que les spécificités de la montagne sont prises en compte dans l'ensemble des interventions de la Région, que ce soit en termes :

- de contraintes ou de menaces plus fortes qu'en zones de plaine,
- de potentiel ou d'opportunités, qui sont réelles, en particulier dans les domaines d'excellence de Rhône-Alpes.