



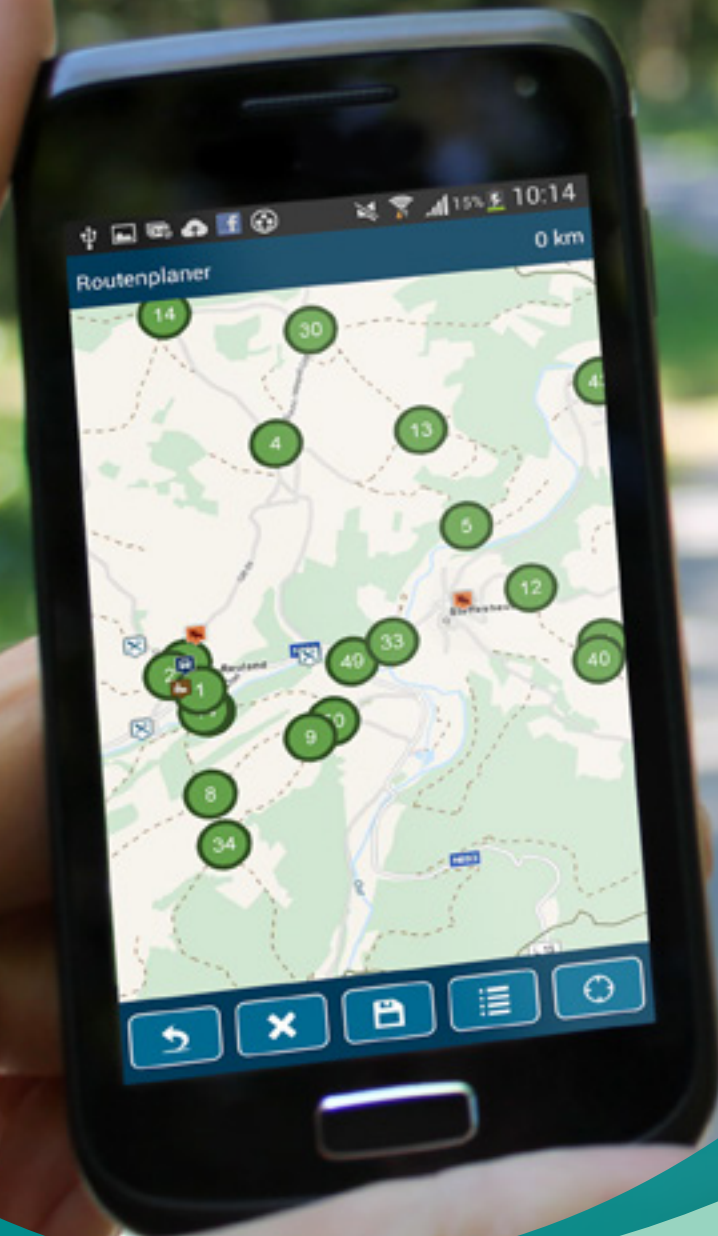
European Network for  
Rural Development

FR

## BROCHURE DE PROJETS

Fonds européen agricole  
pour le développement rural

# DES ZONES RURALES INTELLIGENTES ET COMPÉTITIVES



<https://enrd.ec.europa.eu>

Financé par la





European Network for  
Rural Development

## Le Réseau européen de développement rural

Le Réseau européen de développement rural (REDR) est la plateforme qui relie les parties prenantes du développement rural dans toute l'Union européenne (UE). Le REDR contribue à la bonne mise en œuvre des programmes de développement rural (PDR) des États membres en générant et en partageant les connaissances ainsi qu'en facilitant l'échange d'informations et la coopération dans les zones rurales d'Europe.

Chaque État membre a établi un réseau rural national (RRN) qui regroupe les organisations et administrations participant aux démarches de développement rural. Au niveau de l'UE, le REDR favorise la mise en réseau des RRN, des administrations nationales et des organisations européennes.

Pour en savoir plus, veuillez consulter le site web du REDR (<https://enrd.ec.europa.eu/fr>).

## Le Fonds européen agricole pour le développement rural (Feader)

La brochure présentant des exemples de projets du Feader fait partie d'une série de publications du REDR conçues pour encourager l'échange d'informations. Chaque édition de la brochure présente différents types de projets qui ont bénéficié d'un cofinancement PDR du Feader.

Les précédentes éditions de la brochure sur les projets du Feader peuvent être téléchargées dans la section «Publications» du site web du REDR <sup>(1)</sup>. La palette de projets et de pratiques efficaces <sup>(2)</sup> du REDR inclut de nombreux autres exemples d'intervention du Feader dans des initiatives de développement rural.

<sup>(1)</sup> <https://enrd.ec.europa.eu/fr/publications-and-media>

<sup>(2)</sup> <https://enrd.ec.europa.eu/policy-in-action/projects-practice>

***Europe Direct est un service destiné à vous aider à trouver des réponses aux questions que vous vous posez sur l'Union européenne.***

**Un numéro unique gratuit (\*):  
00 800 6 7 8 9 10 11**

(\* Les informations sont fournies à titre gracieux et les appels sont généralement gratuits (sauf certains opérateurs, hôtels ou cabines téléphoniques).

**Directeur de la publication:** Matthias Langemeyer, chef d'unité par intérim, direction générale de l'agriculture et du développement rural, Commission européenne.

Rédaction achevée en avril 2016. La version originale est le texte anglais.

De nombreuses autres informations sur l'Union européenne sont disponibles sur l'internet (<http://europa.eu>).

Luxembourg: Office des publications de l'Union européenne, 2016

ISBN 978-92-79-57873-1 — doi:10.2762/0202 (version imprimée)

ISBN 978-92-79-57869-4 — doi:10.2762/82617 (version électronique)

© Union européenne, 2016

Reproduction autorisée, moyennant mention de la source

Le contenu de la présente publication ne reflète pas nécessairement l'opinion officielle des institutions de l'Union européenne. Le texte de la publication est fourni à titre d'information uniquement et n'a pas de valeur juridique.

Imprimé sur papier recyclé ayant reçu le label écologique de l'Union européenne pour papier graphique (<http://ec.europa.eu/ecolabel/>)

Vous pouvez également commander gratuitement un exemplaire papier via le site internet EU Bookshop (<https://bookshop.europa.eu/fr/home/>).

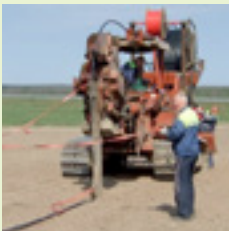
### Remerciements

Auteurs: Ed Thorpe, Veneta Paneva, Jon Eldridge, Frieda Klotz, Ilze Raath

Mise en page: Benoit Goossens

Photo de couverture © GO Eastbelgium

# Sommaire

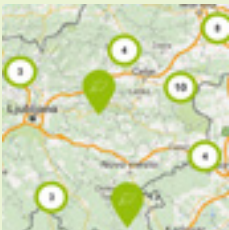


## 1. Le haut débit en zone rurale

Page 4

Création communautaire de réseaux villageois en Suède

Extension des réseaux de fibre optique en Lituanie rurale



## 2. Accès numérique au marché

Page 8

Travailler ensemble pour la création de marchés biologiques en Slovaquie

«Pays gourmand»: promotion des restaurants français



## 3. Modernisation d'exploitations agricoles

Page 12

Des technologies de capteurs pour permettre le suivi à distance des populations d'abeilles en Espagne

Fromage Kedar — Une production à valeur ajoutée grâce à la modernisation d'exploitations agricoles



## 4. Développement du marché

Page 16

Accès au marché de l'alimentation publique en Slovaquie

Des superaliments de l'Arctique finlandais récompensés



## 5. Diversification rurale

Page 20

Combiner les offres locales afin d'attirer les touristes en Bulgarie rurale

Promouvoir le tourisme rural dans l'Eifel belge grâce à des outils de randonnée intelligents



## 6. Communautés durables

Page 24

Des solutions apportées par les résidents assurent la viabilité des communautés rurales en Allemagne et en Autriche

Un service de bus local à la demande relie les communautés rurales du pays de Galles



# Introduction

La présente brochure de projets Feader est consacrée aux zones rurales intelligentes et compétitives. Elle se veut une source d'inspiration sur les moyens de traiter un certain nombre de thèmes cruciaux pour les zones rurales d'aujourd'hui, y compris la connectivité rurale, la valeur ajoutée, le développement des marchés, la modernisation et la diversification.

Être intelligent et compétitif suppose d'élaborer des stratégies et des outils pour permettre à différents types de zones rurales d'être économiquement compétitives, tout en préservant leurs ressources naturelles et leur cohésion sociale. Cela n'est pas seulement important pour les zones rurales elles-mêmes, mais ce l'est aussi pour maximiser la contribution qu'elles apportent au reste de l'économie et à la société au sens large.

Les projets présentés dans cette publication visent à refléter une partie de l'ampleur des approches envisageables pour favoriser les zones rurales intelligentes et compétitives, qu'il s'agisse d'améliorer la connectivité, d'affiner les modèles commerciaux existants ou de se diversifier grâce à de nouveaux produits ou de nouveaux secteurs d'activité.

Ils mettent en évidence l'énorme potentiel qu'offrent les nouvelles technologies pour proposer des services plus rapides et plus adaptés. En particulier, les technologies de l'information et de la communication (TIC) peuvent rapprocher les entreprises rurales des consommateurs et les communautés des services dont elles ont besoin — même dans certaines des zones rurales les plus isolées.

Les exemples démontrent également le potentiel des approches intelligentes non technologiques, souvent fondées sur la collaboration et de nouvelles méthodes de travail, et les liens étroits existant entre l'agriculture et les autres activités économiques rurales.

## Six thèmes des zones rurales intelligentes et compétitives

La brochure est divisée en six sections consacrées à quelques-uns des principaux domaines dans lesquels les programmes de développement rural permettent de soutenir les zones rurales intelligentes et compétitives:

### 1. Le haut débit en zone rurale

Les connexions à haut débit rapides sont de plus en plus importantes pour les zones rurales qui souhaitent être compétitives et prospères dans l'économie moderne. Les approches intelligentes du développement rural doivent faciliter l'offre de ces services dans les zones rurales, souvent isolées.

### 2. Accès numérique au marché

Les technologies numériques peuvent permettre aux entreprises rurales d'atteindre des marchés nouveaux et plus vastes. Les projets au titre du Feader peuvent aider les détaillants et producteurs en zone rurale à créer des sites web et des applications mobiles et à utiliser les médias sociaux afin de pouvoir accéder directement aux consommateurs et d'avoir ainsi la possibilité d'augmenter leurs ventes et leurs marges bénéficiaires.



### 3. Modernisation d'exploitations agricoles

La modernisation des pratiques et équipements agricoles peut jouer un rôle capital dans le maintien de la compétitivité des exploitations agricoles européennes. Elle peut impliquer de la haute technologie comme des innovations à petite échelle et s'appliquer aux petits ou grands producteurs ruraux.

### 4. Développement du marché

Pour soutenir la compétitivité des producteurs européens, il est essentiel d'étudier également les moyens de développer l'accès aux marchés. L'aide du Feader peut être utilisée pour aider les producteurs à surmonter les obstacles entravant leur accès aux marchés existants ou à concevoir des produits nouveaux ou à valeur accrue afin d'étendre ou de créer des marchés.

### 5. Diversification rurale

Les approches intelligentes du développement rural doivent tenir compte de la grande diversité des activités économiques rurales (potentielles), en allant au-delà des grands volets de la production agricole et forestière. Pour les producteurs ruraux, la diversification peut impliquer d'étendre leurs activités à de nouveaux domaines ou à d'autres formes d'entrepreneuriat rural, dont un grand nombre sont encore étroitement liées à la sylviculture et à l'agriculture.

### 6. Communautés durables

Les approches intelligentes du développement rural doivent veiller à ce que les communautés rurales soient des endroits dynamiques et attrayants où vivre et travailler. Garantir l'offre de services ruraux durables — y compris des écoles et des magasins — peut, en association avec la création d'emplois, créer des cycles positifs de développement rural local.

Chaque section de cette publication débutera par un aperçu d'une page du sous-thème ainsi que des approches envisageables pour créer des zones rurales intelligentes et compétitives. Suivront deux brèves études de cas de projets soutenus par le Feader qui illustreront le thème ainsi que la bonne pratique à mettre en œuvre dans ce domaine.

Nous espérons que cette brochure contribuera à faire mieux connaître quelques-uns des problèmes auxquels sont actuellement confrontées les zones rurales, ainsi que les nombreuses solutions possibles qui peuvent être soutenues dans le cadre des programmes de développement rural.

Gageons que ces exemples inspireront d'autres initiatives similaires, fondées sur les pratiques et approches présentées. Le point de contact du REDR reste à l'écoute des approches émergentes et innovantes qui peuvent être partagées et discutées au sein du réseau.

**L'équipe du point de contact du REDR**

# 1. Le haut débit en zone rurale

**Les connexions à haut débit rapides sont de plus en plus importantes pour les zones rurales qui souhaitent être compétitives et prospères dans l'économie moderne. Les approches intelligentes du développement rural doivent faciliter l'offre de ces services dans les zones rurales, souvent isolées.**

Une connexion à haut débit rapide peut permettre aux communautés et entreprises locales d'accéder véritablement à l'information, aux services, aux fournisseurs, aux marchés et à d'autres possibilités inaccessibles hors ligne (voir la section 2). De plus en plus, ces aspects peuvent faire toute la différence entre une entreprise viable et une faillite.

*Si, actuellement, 97 % des foyers de l'UE peuvent accéder à une connexion fixe à haut débit, seuls 25 % des ménages ruraux sont connectés au très haut débit.*

Toutefois, un grand nombre de petites communautés rurales isolées sont confrontées à des obstacles de marché pour accéder au haut débit, là où les entreprises privées ne sont pas disposées à effectuer les investissements nécessaires à la connexion aux infrastructures existantes.

La nécessité pour les zones rurales de disposer de la connexion la plus rapide possible est au cœur de la politique actuelle de l'UE. Il s'agit de l'une des priorités de la mise en œuvre du train de mesures sur le marché unique numérique de l'UE <sup>(1)</sup> — l'une des priorités de la Commission européenne pour la période 2014-2020.

## Haut débit filaire

Une approche consiste à relier les zones rurales au principal réseau filaire. La connexion via les lignes téléphoniques existantes ne suffit pas à offrir un accès très rapide. C'est pourquoi les solutions filaires nécessitent le placement de nouveaux câbles entre l'infrastructure à haut débit existante et les zones rurales éloignées.

Le financement du Feader peut ici apporter une valeur particulière puisqu'il peut en même temps cibler les zones rurales où les entreprises privées sont peu susceptibles d'investir suffisamment et s'appuyer sur l'infrastructure nationale ou régionale existante.

*L'étude de cas de la page suivante présente un projet lituanien qui s'est servi de l'aide du Feader pour étendre un programme déjà ambitieux de connexion à haut débit filaire à certaines communautés rurales.*

Si certaines approches reposent sur l'extension de l'infrastructure à haut débit aux zones rurales, d'autres sont davantage axées sur les communautés: en partant du niveau local, elles cherchent des moyens d'aider les communautés rurales à atteindre le réseau actuel et les fournisseurs d'internet privés.

*Voir, pages suivantes, la description d'un projet suédois qui a incité les communautés à participer à la création de «réseaux villageois» et a encouragé les entreprises privées à s'y rattacher.*

## Haut débit sans fil

Dans de nombreuses zones rurales, les spécificités et besoins locaux poussent à préférer les technologies sans fil aux connexions filaires. Ces solutions reposent sur l'installation d'antennes permettant la transmission du haut débit sans fil à un récepteur de la zone rurale.

Le signal peut être très rapide s'il n'y a pas d'obstacles entre les antennes. Le récepteur est souvent placé sur un grand bâtiment de la communauté rurale tel qu'une école.

Bien qu'il n'ait pas obtenu d'aide du Feader, un projet de Mull of Kintyre (Écosse) <sup>(2)</sup> a également retenu cette approche pour émettre un signal à haut débit rapide vers une petite communauté insulaire en passant au-dessus de l'eau. Une technologie similaire a été utilisée dans le cadre de l'ambitieux projet espagnol «Guifi» <sup>(3)</sup>, qui, actuellement, avec ses 27 000 utilisateurs, est vraisemblablement le plus vaste réseau sans fil du monde.

<sup>(2)</sup> [www.tegola.org.uk](http://www.tegola.org.uk)

<sup>(3)</sup> <https://guifi.net/en>

<sup>(1)</sup> [http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market\\_fr](http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market_fr)



# Création communautaire de réseaux villageois en Suède

En Suède, le projet «La fibre au village» a encouragé les communautés à créer leurs propres réseaux internet villageois, que les fournisseurs de services internet peuvent rejoindre et desservir sans mettre en péril leur viabilité financière, éliminant ainsi l'un des grands obstacles à la fourniture du haut débit en zone rurale.

L'une des grandes réussites du projet a été de démontrer à quel point l'implication de la communauté pouvait permettre de surmonter les obstacles de marché à l'accès rural au haut débit. Désormais, les communautés locales, les autorités locales et les fournisseurs de services internet privés connaissent tous mieux les approches locales qui peuvent être utilisées pour fournir une connexion à haut débit rurale rapide et fiable.

*«Tous les participants voulaient que le projet aboutisse, que ce soit les habitants ordinaires, les administrateurs publics, les groupes d'intérêts ou le secteur privé — il était évident que la plupart ne connaissaient toujours pas la diversité des possibilités et des solutions offertes par ce type de collaboration communautaire en zone rurale.»*

Camilla Jönsson

Swedish Urban Network Association

## Déterminer les besoins des communautés

Ce sont des associations locales de villages suédois qui ont pour la première fois émis le souhait de disposer d'un accès à l'internet à haut débit pour elles-mêmes. Elles se sont adressées au conseil du comté en vue d'obtenir l'aide du

Feader pour une approche communautaire destinée à relier la région au réseau à haut débit qui existe déjà dans le pays. Pour mener à bien ce projet, elles ont engagé la société de consultation privée Ekot Konsult.

Le projet a débuté par un travail avec les communautés locales afin de déterminer quels étaient les besoins et les problèmes en matière d'accès à l'internet. Quatre séminaires d'étude pilote ont été organisés afin de rassembler les acteurs ruraux pour examiner ces questions.

L'un des grands résultats obtenus a été l'identification des «zones blanches» de l'internet rural, c'est-à-dire des communautés rurales dans lesquelles le marché privé ne fournissait pas d'accès à l'internet à haut débit et avait peu de chances de le faire dans les cinq prochaines années. Le projet a ensuite pu axer son intervention sur le soutien des zones rurales dans lesquelles le marché privé n'apportait pas de solution pour l'investissement dans des infrastructures à haut débit.

## Stimuler l'implication des communautés

Une fois cet exercice initial de définition des besoins effectué, les partenaires du projet — y compris l'organisation nationale des agriculteurs et le réseau urbain suédois — ont



© Fbre to the Village

L'implication efficace de la communauté a permis de surmonter les obstacles de marché à l'accès rural au haut débit dans le petit village de Hedemora.

© Fibre to the Village



De nombreuses communautés ont évité une partie des coûts financiers en proposant de réaliser elles-mêmes le travail manuel.

élaboré des supports d'information et des conseils pratiques sur les moyens par lesquels les communautés locales pouvaient créer leur propre réseau villageois.

Ces supports ont ensuite été utilisés lors d'une série de séminaires locaux visant à mettre à profit l'implication de la communauté pour créer des réseaux villageois à haut débit. Organisés dans des centres communautaires et d'autres bâtiments locaux du pays, les séminaires ont permis d'expliquer comment créer des réseaux villageois et comment les financer. La dimension des séminaires a considérablement varié en fonction de la communauté (de 25 à 150 participants).

*«Nous avons organisé plus de 50 séminaires locaux du nord au sud de la Suède. Les 13 premiers ont été financés au titre du Feader et les autres par l'Agence suédoise des postes et télécommunications.»*

**Lars Hedberg**  
Chef de projet, Ekot Konsult

## Résultats et réalisations

Les résultats de ces «séminaires d'inspiration» ont été très positifs. Grâce à la collaboration et à la discussion, ce projet est parvenu à mobiliser les habitants du village et les autorités locales afin de les aider à utiliser leurs capacités pour trouver leurs propres solutions au problème de l'accès rural au haut débit. Les séminaires ont également été l'occasion de nouer un dialogue avec les fournisseurs de services internet.

Plusieurs villages et opérateurs de réseaux ont immédiatement planifié l'élargissement du réseau à haut débit dans leur région. L'un des grands avantages de l'implication de la communauté est que les habitants locaux connaissent mieux que personne les conditions locales, ce qui facilite grandement les accords sur les interventions nécessaires pour installer des infrastructures sur des terrains privés.

*«Le projet a permis aux participants de zones rurales d'accéder à une connexion par fibre, au lieu du wifi. Les travaux ont débuté en 2009. Aujourd'hui, près de 1 500 villages ont mis ou mettent en place leur propre réseau à haut débit.»*

**Lars Hedberg**  
Chef de projet, Ekot Konsult

Nom du projet	Fibre to the Village
Type de bénéficiaire	Associations villageoises
Période	2009-2010
Financement du projet	<b>Coût total: 53 810 euros</b> Contribution du Feader: 42 250 euros Contribution locale: 11 560 euros
Informations complémentaires	<a href="http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/policy-in-action/rdp_view/en/view_project_3200_en.html">http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/policy-in-action/rdp_view/en/view_project_3200_en.html</a>
Personne à contacter	<a href="mailto:lars.hedberg@ekotkonsult.se">lars.hedberg@ekotkonsult.se</a>

## Extension des réseaux de fibre optique en Lituanie rurale

Le projet PRIP a élargi un programme national déjà ambitieux d'infrastructure à haut débit à des communautés rurales isolées de Lituanie. L'initiative a montré comment le financement ciblé du Feader pouvait s'appuyer sur des programmes plus vastes pour faire la différence dans les zones rurales.

Le PRIP a pu s'appuyer sur les travaux précédemment accomplis par le Fonds européen de développement régional (FEDER), qui a mis en place un vaste réseau de haut débit filaire en Lituanie. Les activités soutenues par le Feader ont permis d'installer de nouveaux câbles à fibre optique afin de relier les centres d'activité ruraux au principal réseau filaire.



© Plačialuostis internetas

Le projet PRIP a étendu le réseau national de haut débit filaire à des communautés rurales ciblées en Lituanie.



## Une stratégie ambitieuse à long terme en Lituanie

Il existait en 2005 de grands écarts au niveau de l'accès à l'internet à haut débit en Lituanie. Seuls 2 % des villages comptant moins de 3 000 habitants avaient alors accès au haut débit, et seuls 4,9 % des ménages ruraux étaient reliés.

Aujourd'hui, la Lituanie est considérée comme un grand exemple de réussite en matière de fourniture de l'internet à très haut débit par des câbles à fibre optique. Le pays est premier du classement de l'UE et s'est même classé dans les dix meilleurs pays au monde sur le plan de la pénétration du haut débit par fibre optique.

Cela est dû en grande partie à l'ambitieuse initiative du Réseau des technologies de l'information à haut débit en zone rurale (Rural Area Information Technology Broadband Network ou RAIN), lancée en 2005 et soutenue par le FEDER. Cette initiative s'est déroulée en deux étapes visant à installer une «colonne vertébrale en fibre optique» à haut débit dans le pays.

*«La péninsule située à l'autre bout du lagon Kronian nous a fourni le défi d'ingénierie le plus intéressant à relever: nous avions initialement prévu de tirer un câble aérien et de le fixer sur l'île dans le lagon — ce qui posait en fait un problème de sécurité, en raison des réserves de gaz qui y sont présentes. Pour équiper la péninsule d'un réseau, il a fallu procéder au forage sous-marin le plus long jamais réalisé dans les pays baltes.»*

**Gediminas Šečkus**  
Coordinateur de projet, RAIN

L'infrastructure du réseau est détenue par l'État et gérée par l'entreprise publique Plačiajuostis internetas. Tous les fournisseurs de services internet jouissent d'un accès égal à cette infrastructure nationale pour fournir leurs services sur le marché privé. Les utilisateurs finals peuvent choisir librement leur opérateur, leurs services et leur technologie de «dernier kilomètre» en fonction de leurs besoins.

	RAIN	RAIN-2	PRIP
Période de mise en œuvre	2005-2008	2009-2015	2014-2015
Câbles de fibre optique placés	3 357 km	5 775 km	485 km
Nombre de points d'accès	935	2 789	426
Nombre d'habitants atteints	~ 300 000	~ 700 000	~ 100 000

## Utiliser le Feader pour atteindre les endroits plus isolés

Le but espéré et attendu était que les petits opérateurs utilisent le réseau RAIN pour fournir des services de «dernier kilomètre» aux communautés et entreprises rurales et relier les villages entre eux. Il a toutefois été jugé nécessaire d'utiliser davantage les investissements publics pour relier les communautés rurales difficiles à atteindre auxquelles les fournisseurs privés avaient peu de chance d'offrir une solution.

Depuis 2014, le projet PRIP, financé avec l'aide du Feader, s'appuie sur les résultats de RAIN-2, en particulier pour étendre le réseau de fibre optique aux communautés rurales ciblées. Il a permis de placer 485 km supplémentaires de câbles de fibre optique afin de connecter les zones rurales isolées au principal réseau à haut débit du pays.

*«Nous invitons les opérateurs du haut débit à investir dans les communautés rurales. La création de ce réseau optique supplémentaire par le PRIP a permis de diminuer les coûts d'investissement pour les opérateurs commerciaux, tout en encourageant ceux-ci à participer et à fournir des services à haut débit de qualité dans les zones rurales.»*

**Gytis Liaugminas**  
Directeur, Plačiajuostis internetas

Le projet a permis de créer 426 points d'accès supplémentaires dans les grands bâtiments ruraux de ces communautés, comme les exploitations agricoles et les centres du tourisme rural. Les communautés peuvent alors élaborer les solutions locales les plus appropriées pour profiter de ces points d'accès — que ce soit des technologies avec ou sans fil.

Si la portée du PRIP est plus réduite que celle du RAIN, le fait qu'il cible spécifiquement les zones rurales difficiles à atteindre a eu une incidence importante sur l'élargissement de l'accès des communautés rurales au haut débit. En 2015, le pourcentage de ménages des zones rurales disposant d'un accès à l'internet à haut débit avait augmenté pour s'établir à 58,4 % (soit une multiplication par douze depuis 2005).

*«Notre exemple a inspiré d'autres personnes: nous avons été en contact avec de nombreux pays de l'UE et d'ailleurs. L'infrastructure à haut débit géorgienne est en cours d'installation sur la base du modèle lituanien.»*

**Gediminas Šečkus**  
Coordinateur de projet, RAIN

Nom du projet	<b>PRIP — Développement des infrastructures de connexion au haut débit dans les zones rurales</b>
Type de bénéficiaire	Société publique — Plačiajuostis internetas
Période	2011-2012
Financement du projet	<b>5 millions d'euros</b> de financement au titre du Feader (85 % du total — 15 % de financement public national)
Informations complémentaires	<a href="http://www.placiajuostis.lt">www.placiajuostis.lt</a>
Personne à contacter	<a href="mailto:v.tvaronavicius@placiajuostis.lt">v.tvaronavicius@placiajuostis.lt</a>

# 2. Accès numérique au marché

**Les technologies numériques peuvent permettre aux entreprises rurales d'atteindre des marchés nouveaux et plus vastes. Les projets du Feader peuvent aider les détaillants et les producteurs ruraux à utiliser ces approches afin d'obtenir un accès direct aux consommateurs en vue d'accroître leurs ventes ainsi que leurs marges bénéficiaires.**

Les outils numériques particulièrement utiles pour les entreprises rurales incluent les **sites web, les médias sociaux et les applications pour téléphones portables**. Les logiciels et applications continuent à se développer et permettent aujourd'hui de proposer des services auparavant complexes, tels que la conception de sites web ou la gestion des paiements en ligne, grâce à des logiciels faciles à utiliser, accessibles aux plus petites entreprises.

## Sites web

L'une des approches les plus communément utilisées pour améliorer l'accès numérique aux marchés est **le recours aux activités de promotion et de marketing en ligne**. La quasi-totalité des entreprises rurales peuvent tirer des bénéfices d'une publicité et d'une promotion de leurs produits et services en ligne.

Une possibilité particulièrement intéressante pour les producteurs ruraux consiste à utiliser les outils numériques pour permettre la **vente directe** aux consommateurs (potentiels), sans devoir passer par les circuits d'approvisionnement traditionnels. Cette approche accroît les possibilités d'augmenter les marges de profit et d'accéder à un marché beaucoup plus vaste, y compris sur le plan international.

Les producteurs ruraux ont généralement besoin de créer leur propre site web pour mettre en valeur et vendre leurs produits. Toutefois, une approche intéressante consiste à collaborer avec d'autres producteurs afin de mettre en place des **plateformes communes** pour la promotion des entreprises locales. Telle était par exemple l'approche du projet PROVE, au Portugal, qui comprenait un système de commande en ligne auprès de producteurs locaux <sup>(1)</sup>.

Ces approches peuvent s'inscrire dans des stratégies de promotion d'une région ou d'un secteur entier et être à même d'être promues plus largement, par exemple via les offices de tourisme locaux.

*Voir, pages suivantes, la présentation détaillée d'une initiative soutenue par Leader pour la promotion des restaurants du sud de la France via une plateforme en ligne partagée promouvant également les détaillants et producteurs locaux.*

<sup>(1)</sup> [www.prove.com.pt](http://www.prove.com.pt)

En plus des approches de l'entreprise au consommateur (B2C), les sites web et les plateformes en ligne sont également utilisés dans le contexte d'**opérations entre entreprises** (B2B). Parmi d'autres exemples pertinents, citons les grossistes et les acheteurs du secteur public tels que les écoles et les hôpitaux. Ces approches peuvent élargir les marchés, rendre les transactions plus efficaces et faciliter l'optimisation de systèmes de livraison adaptés à la demande spécifique.

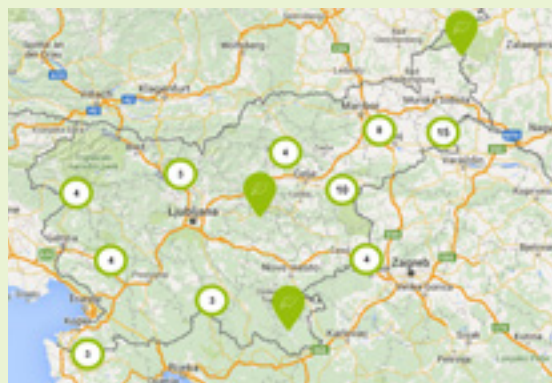
## Médias sociaux et applications

L'un des domaines qui a connu la croissance la plus rapide ces dernières années a été celui des **médias sociaux**, qui permettent même aux plus petites entreprises de se connecter aux clients (potentiels) à l'aide de différents outils faciles d'accès tels que Facebook, Twitter et Instagram.

De même, les **applications pour téléphones portables** exploitant la technologie GPS peuvent être utilisées pour permettre aux populations locales et aux visiteurs de trouver des producteurs ruraux qui vendent leurs produits à proximité. Telle a notamment été l'approche retenue par le projet autrichien «Les bons produits de la ferme» <sup>(2)</sup>. Quelques-unes des approches les plus intelligentes ont notamment impliqué une combinaison de tous ces outils numériques.

*L'étude de cas présentée page suivante montre comment les fermes biologiques de Slovénie se sont rassemblées afin de mettre au point un portail en ligne et une application pour téléphones portables afin de permettre aux consommateurs de trouver des fermes et des produits près de chez eux.*

<sup>(2)</sup> [www.gutesvombauernhof.at/index.php?id=3](http://www.gutesvombauernhof.at/index.php?id=3)



# Travailler ensemble pour la création de marchés biologiques en Slovénie

Un projet mené dans le nord-est de la Slovénie a rassemblé un groupe d'agriculteurs certifiés biologiques afin de faciliter et d'encourager les relations directes avec les consommateurs et de promouvoir la présence des produits biologiques sur les marchés locaux. Parmi les outils promotionnels élaborés figurent un portail web interactif et une application mobile permettant aux fermes biologiques de promouvoir leurs produits.

Créée en 2011, la coopérative EKO-podeželje réunit 16 producteurs représentant un large éventail de produits biologiques dans le nord-est de la Slovénie. Leur but était de travailler ensemble en vue de surmonter les obstacles sur les marchés, tels que le coût plus élevé de l'alimentation biologique.

*«Des synergies sont possibles lorsqu'il y a une confiance commune et que tous les membres transmettent un même message.»*

**Silvo Pozdrec**

Directeur, coopérative EKO-podeželje

La coopérative a obtenu une aide du Feader afin d'informer sur les produits biologiques et d'améliorer sa capacité à vendre directement aux consommateurs grâce aux nouvelles technologies.

## Permettre un accès direct aux consommateurs

Le projet a donné lieu au portail interactif en ligne [www.ekoportal.si](http://www.ekoportal.si), qui permet aux agriculteurs biologiques d'atteindre directement les consommateurs potentiels. Ce portail donne aux consommateurs la possibilité de chercher des produits biologiques en Slovénie par type de produit et par lieu.

Les consommateurs peuvent effectuer des recherches dans 14 catégories de produits, y compris le miel et les produits de la ruche, les plantes, les fruits, les légumes, les cultures, le lait, le fromage, les œufs et la viande. Les entreprises d'agritourisme implantées dans des fermes biologiques — comme les «séjours à la ferme» biologiques — sont également indiquées.

Le système en ligne fournit des résultats indiqués sur une carte interactive de la Slovénie. Les consommateurs peuvent cliquer sur chaque ferme pour lire une brève présentation de celle-ci et accéder à toute une série d'informations détaillées la concernant, y compris sa localisation, les produits qu'elle propose, sa date de certification biologique, ses coordonnées et des photos. Les autres fermes biologiques sont également surlignées.

*«Ce projet m'a sans aucun doute aidé à promouvoir ma ferme, en particulier via ma nouvelle boutique en ligne.»*

**Boris Uranjek**

Agriculteur, membre de la coopérative EKO-podeželje

Les consommateurs peuvent également trouver sur le site web des explications sur la valeur de l'agriculture biologique ainsi que des informations utiles sur la législation et l'étiquetage des produits biologiques. Le portail est



Les producteurs biologiques peuvent tirer profit de leurs produits de qualité en accédant directement aux marchés.

© Eko Portal

accompagné de l'application mobile «EKO podeželje», qui permet aux utilisateurs de localiser les fermes biologiques qui se trouvent à proximité et leurs produits à l'aide du GPS.

## Sensibilisation

Le projet répondait à la nécessité d'accroître la confiance des consommateurs dans les produits certifiés biologiques. Dans ce cadre, un plan marketing commun a été élaboré.

Celui-ci incluait des visites et des dégustations sur les marchés locaux, dans les fermes des membres et dans d'autres lieux où les produits peuvent être achetés. Au total, ce sont 55 événements qui ont été organisés, ainsi que 79 dégustations et 27 ateliers pour enfants et adolescents.

Les produits biologiques ont également été promus lors de salons commerciaux et d'autres événements agricoles, nutritionnels et environnementaux. Une série de supports promotionnels, allant des affiches et brochures aux vidéos, ont été produits afin de soutenir cette activité.

*«Le principal enseignement tiré a été qu'en travaillant ensemble, en groupe, chaque producteur biologique a pu renforcer sa présence sur le marché.»*

**Silvo Pozdrec**

Directeur, coopérative EKO-podeželje

## Résultats

Le nombre de visites sur le portail web du groupe a plus que quintuplé entre août 2014 et mai 2015, et le nombre d'utilisateurs a presque été multiplié par sept, ce qui a débouché sur une augmentation globale des ventes et un développement du secteur biologique sur le marché régional.

Ces résultats ont encouragé les membres de la coopérative, qui sont déterminés à poursuivre leur travail en vue d'améliorer l'accès des consommateurs aux outils numériques.

*«Ce projet a réaffirmé la nécessité de consacrer plus de temps à la vente. Nous nous préparons à réaliser davantage d'activités en vue d'accroître les ventes dans notre ferme.»*

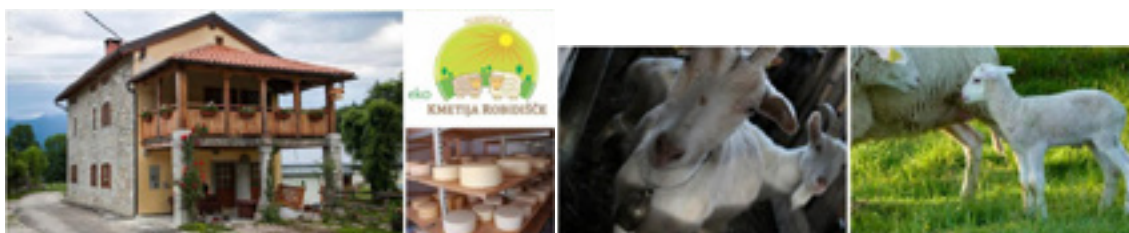
**Zvonko Pukšič**

Agriculteur, membre de la coopérative EKO-podezelje

Par ailleurs, le projet a déjà amené des investissements privés dans de nouvelles initiatives promotionnelles et suscité l'intérêt d'autres agriculteurs, qui envisagent de réaliser des activités similaires dans des coopératives.

Nom du projet	Sensibilisation et promotion de la vente de cultures et produits biologiques
Type de bénéficiaire	Coopératives et agriculteurs
Période	2012-2015
Financement du projet	<b>Coût total: 343 036 euros</b> Contribution du Feader: 199 990 euros Contribution publique nationale: 143 046 euros
Informations complémentaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="http://www.ekoportal.si">www.ekoportal.si</a></li> <li>• <a href="http://www.eko-podezelje.si">www.eko-podezelje.si</a></li> </ul>
Personne à contacter	<a href="mailto:silvo.pozdrec@eko-podezelje.si">silvo.pozdrec@eko-podezelje.si</a>

© Eko Portal



La plateforme web permet aux utilisateurs de localiser les produits biologiques et les fermes qui les produisent dans les zones rurales de Slovénie.

## «Pays gourmand»: promotion des restaurants français

Trois projets français Leader interconnectés ont permis d'élaborer, d'étendre et de promouvoir un label local de qualité alimentaire par l'intermédiaire d'un site web particulier. Les clients potentiels — autochtones ou touristes — peuvent désormais rechercher les restaurants et producteurs locaux certifiés dans près de 70 municipalités du sud de la France.

L'initiative «Pays gourmand» a débuté en 2010 lorsque le groupe d'action locale pour le «Pays» français couvrant Asses, Verdon, Vaire et Var (appelé «Pays A3V») a effectué une étude sur les recettes utilisées dans les restaurants locaux. Cette étude a montré que très peu de restaurants de la région utilisaient des produits locaux, malgré la qualité et la diversité de l'offre.

### Un nouveau label de qualité

Afin d'améliorer la qualité et la réputation des restaurants locaux et d'encourager l'utilisation de produits locaux, le projet a permis de créer un nouveau label «Pays gourmand», et une charte de qualité définissant les conditions de certification a été élaborée.

Les établissements doivent proposer au moins un plat «Pays gourmand» — composé essentiellement de produits locaux — chaque jour sur leur menu. Les cafés reçoivent également le label lorsqu'ils proposent au moins trois boissons «Pays gourmand» par jour. Les choix «Pays gourmand» peuvent varier et les restaurants sont encouragés à utiliser des produits de saison.



© Pays gourmand

*«Les gens qui viennent ici en vacances ne veulent pas y trouver ce qu'ils pourraient manger n'importe où ailleurs. C'est pourquoi nous essayons de leur offrir des produits locaux... adaptés à la saison.»*

**Bruno Roussey**

Restaurant «Pays gourmand» *Le Mot de la Faim*,  
Embrun, France

Deux projets de coopération ultérieurs qui ont bénéficié d'un financement supplémentaire de Leader ont permis d'étendre l'utilisation de ce label au Pays Serre-Ponçon Ubaye Durance (appelé «Pays SUD») et au «Pays dignois» voisins. Ces deux régions cherchaient déjà des moyens de promouvoir leur cuisine locale pour des raisons similaires à celles du pays A3V.

L'extension de l'utilisation du label «Pays gourmand» permet à de nouveaux territoires de profiter du travail déjà accompli par le Pays A3V sans devoir créer de toutes pièces leur propre marque concurrente. Elle a également permis au Pays A3V de bénéficier de l'exposition générale et de la notoriété de la marque «Pays gourmand».

## Outils numériques

L'un des éléments cruciaux du projet a été la création d'un site web: [www.paysgourmand.fr](http://www.paysgourmand.fr). Tous les restaurants et détaillants certifiés sont ajoutés à la carte interactive «Pays gourmand». Les utilisateurs du site web peuvent y trouver une brève description de chaque établissement, y compris sa localisation, ses coordonnées ainsi que les informations utiles sur les choix «Pays gourmand» disponibles.

*«Les gens veulent faire le tour des restaurants "Pays gourmand", car ils veulent goûter différentes spécialités locales et ils savent que les produits locaux de qualité ne sont pas nécessairement plus chers... Le label nous apporte beaucoup de clients.»*

**Louissette Ricaud**

Restaurant «Pays gourmand» *L'Oustalet*,  
La Colle Saint-Michel, France

Au début de 2016, près de 50 restaurants ainsi qu'une douzaine de détaillants figuraient sur cette carte interactive, qui couvre les trois «Pays» de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, dans le sud de la France. La carte inclut également la localisation et les coordonnées des quelque 40 producteurs locaux qui approvisionnent les restaurants certifiés.

En plus de la carte interactive, les utilisateurs peuvent trouver des informations détaillées sur les territoires couverts par l'initiative «Pays gourmand», les produits locaux typiques, les recettes régionales traditionnelles ainsi qu'une sélection d'options plus modernes, y compris des recettes des restaurants participants. Sur la page d'accueil, on découvre chaque jour un nouveau restaurant, producteur, territoire ainsi qu'une nouvelle recette.

*«Nous ne donnons pas le label aux fermes, mais nous essayons de tenir une liste de tous les producteurs locaux qui approvisionnent les restaurants certifiés et d'en faire la publicité sur notre site web, de sorte que les habitants et les touristes puissent les trouver.»*

**Olivia D'Haene**

Gestionnaire du projet «Pays gourmand» pour le Pays A3V

Autre outil numérique mis au point par l'équipe «Pays gourmand», une plateforme en ligne réservée aux membres facilite les nouvelles relations commerciales entre les détaillants et les fournisseurs. Les fermes participantes peuvent y publier les produits que les restaurants «Pays gourmand» pourraient vouloir acheter.

<b>Nom du projet</b>	<b>Pays gourmand</b>
Type de bénéficiaire	GAL
Période	2010-2011
Financement du projet	<b>Coût total des trois projets «Pays gourmand»: 194 500 euros</b> Contribution combinée du Feader: 107 400 euros Cofinancement national/régional combiné: 87 100 euros
Informations complémentaires	<a href="http://www.paysgourmand.fr">www.paysgourmand.fr</a>
Personne à contacter	<a href="mailto:paysgourmand@pays-a3v.net">paysgourmand@pays-a3v.net</a>

© Pays gourmand



La carte «Pays gourmand» reprend tous les restaurants certifiés dans la région du projet.

# 3. Modernisation d'exploitations agricoles

**La modernisation des pratiques et équipements agricoles peut jouer un rôle capital dans le maintien de la compétitivité des exploitations agricoles européennes. Les programmes de développement rural offrent des possibilités considérables pour faciliter ce processus de modernisation.**

La modernisation des exploitations agricoles peut impliquer une vaste diversité d'activités, notamment l'achat de nouvelles machines agricoles, la mise à jour des systèmes de gestion et l'utilisation de données. Le processus peut souvent sembler difficile et onéreux, mais de nouveaux systèmes applicables à tous les producteurs ruraux, petits et grands, émergent sans cesse.

## Agriculture de précision

L'agriculture de précision met à profit le savoir-faire en matière de technologie et d'ingénierie pour fournir aux agriculteurs les informations dont ils ont besoin pour prendre de meilleures décisions, réduire leur consommation de ressources et accroître leur production.

Les applications concrètes de l'agriculture de précision utilisent souvent des **capteurs à distance** qui renvoient des informations détaillées et précises afin d'orienter les décisions de gestion, qu'il s'agisse de l'entretien des haies, de la planification de l'irrigation ou de l'élevage d'animaux. Elles peuvent s'avérer particulièrement utiles pour les endroits ruraux difficiles d'accès.

*L'étude de cas de la page suivante présente un projet espagnol qui s'est servi de l'aide du Feader pour installer un réseau de capteurs placés dans les ruches afin de constituer un système d'alerte précoce sur la santé des abeilles.*

Les approches envisageables sont notamment le **suivi des besoins de gestion des sols** et de la performance des cultures. Telle a été l'approche choisie par un ambitieux projet d'agriculture de précision utilisant des images satellites en Belgique <sup>(1)</sup>. La tendance actuelle est l'utilisation de drones ou d'autres appareils volant à basse altitude afin de collecter les informations nécessaires.

Une autre stratégie consiste à utiliser des logiciels pour surveiller des **animaux dotés d'une puce électronique** afin de permettre une gestion améliorée des cheptels ou troupeaux sur de vastes terrains. Un projet mené au pays de Galles (Royaume-Uni) a permis de mettre au point une application (Sheep Tag App) <sup>(2)</sup> afin de pouvoir surveiller un troupeau depuis un téléphone portable.

Parmi d'autres formes potentiellement utiles de nouveaux **logiciels** émergents, citons les calculateurs de carbone et les outils servant à surveiller le début du vêlage chez le bétail. Ceux-ci peuvent souvent être utilisés de manière productive pour améliorer les performances, même dans les petites exploitations agricoles.

*Voir, pages suivantes, la description d'un projet écossais utilisant l'investissement dans la traite robotisée moderne pour augmenter les rendements et pouvoir passer à une production à valeur ajoutée.*

## Agriculture intelligente

La modernisation d'une exploitation agricole ne veut pas toujours dire adopter la dernière innovation technologique ou effectuer un gros investissement. Les fermes peuvent moderniser leurs **processus de production** grâce à de plus petites pièces de machinerie ou encore des **méthodes de travail innovantes** et intelligentes, par exemple le partage des ressources entre plusieurs exploitations.

Il existe plusieurs exemples de longue date dans lesquels **l'utilisation coopérative de machines** a permis de réduire le coût d'achat de machines spécialisées de plus grande valeur pour les agriculteurs. Il ne doit pas forcément s'agir de la dernière trouvaille technologique, mais uniquement du moyen le plus approprié pour fournir le service conformément aux besoins des agriculteurs.

L'adoption de systèmes agricoles modernes peut s'accompagner de services de conseils spécialisés et indépendants ainsi que d'outils d'aide analytiques. Elle peut également être facilitée par des échanges efficaces entre pairs et par la coopération entre producteurs ruraux.



<sup>(1)</sup> [http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/policy-in-action/rdp\\_view/fr/view\\_project\\_681\\_fr.html](http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/policy-in-action/rdp_view/fr/view_project_681_fr.html)

<sup>(2)</sup> [www.bbc.com/news/uk-wales-34211541](http://www.bbc.com/news/uk-wales-34211541)

# Des technologies de capteurs pour permettre le suivi à distance des populations d'abeilles en Espagne

En Espagne, le projet Apilink a utilisé un système d'observation qui a permis la détection précoce de problèmes dans quelque 500 ruches. Ce projet transsectoriel associant scientifiques et praticiens a amélioré la capacité des apiculteurs à utiliser des solutions rentables pour sauver leurs ruches et ainsi leurs produits à base de miel.

Le projet a vu le jour afin de répondre au problème du déclin des populations d'abeilles en Espagne — comme c'est le cas ailleurs en Europe. Les problèmes rencontrés incluent la hausse de la mortalité dans les ruches due au syndrome de plus en plus fréquent d'effondrement des colonies — dans lequel les ouvrières abandonnent leur reine et leur ruche.

Le nom complet du projet Apilink était «Surveillance à distance des ruches afin de réduire les coûts et d'accroître la productivité des ruches dans le but d'aider les populations rurales». Il a été mené par l'Université européenne de Madrid, en partenariat avec l'Université de Cordoue et les associations d'apiculteurs des Asturies, d'Aragon et de Malaga.

*«L'apiculture ne nécessite pas un grand investissement initial et représente donc une option de plus en plus intéressante pour l'entrepreneuriat rural. Toutefois, les problèmes tels que la dégradation de l'environnement [et] les nouvelles maladies [...] rendent de plus en plus nécessaire [...] la détection précoce des problèmes.»*

**David Atauri**  
Gestionnaire de projets, Apilink

## Des flux d'informations provenant de 500 ruches

Environ 500 ruches ont été équipées de capteurs dans cinq ruchers: trois gérés par des apiculteurs privés avec différentes pratiques de gestion et sous différents climats, et deux autres gérés par des chercheurs universitaires, avec l'aide des associations d'apiculteurs.

Les capteurs détectent les sons émis par les abeilles dans la colonie et envoient les informations vers un terminal unique qui les traite et les conserve dans une base de données centrale. Le système note les comportements et les changements sonores à l'intérieur des ruches qui pourraient signaler des problèmes. Les abeilles émettent en effet en permanence des sons en fonction de leur communication et de leurs activités.

Grâce à cette technologie, le système génère automatiquement des rapports réguliers qu'il envoie directement aux apiculteurs sous forme électronique. En outre, lorsque l'activité de la colonie diminue, une alarme se déclenche automatiquement sur leur ordinateur ou leur téléphone afin qu'ils puissent agir immédiatement.



© Apilink

Les capteurs servent à fournir un système d'alerte précoce sur la santé des colonies d'abeilles; grâce à eux, les scientifiques espèrent mieux comprendre les menaces auxquelles les abeilles sont confrontées.

*«Le contrôle à distance permet aux apiculteurs de savoir lorsqu'une ruche est désertée (départ de la reine), lorsqu'elle a des problèmes de santé ou lorsqu'elle produit du miel.»*

**David Atauri**  
Gestionnaire de projets, Apilink

Le projet pilote a fourni des informations pendant trois ans; durant cette période, les chercheurs ont modifié et amélioré en permanence le système de suivi.

### Impact économique et scientifique

En permettant une intervention rapide, le système donne aux apiculteurs une meilleure chance d'éviter les répercussions négatives de phénomènes tels que le syndrome de l'effondrement des colonies ou la propagation de maladies. Cette réduction de la mortalité se traduit par une augmentation de la productivité apportant ainsi des bénéfices économiques pour les apiculteurs.

En outre, cette approche permet d'obtenir de meilleurs résultats avec des coûts financiers moindres. Les précédents systèmes utilisés pour contrôler la santé des colonies d'abeilles nécessitaient énormément de main-d'œuvre, puisqu'il fallait visiter régulièrement des ruches souvent éloignées les unes des autres. Non seulement ces visites sont chères, mais elles engendrent du stress à l'intérieur des colonies.

*«[Les systèmes d'alerte précoce] aident les apiculteurs à prendre des décisions plus rationnelles sur le moment le plus approprié pour visiter les colonies ou contrôler la santé des abeilles.»*

**David Atauri**  
Gestionnaire de projets, Apilink

Le projet présente également une dimension scientifique importante, puisqu'il fournit une vaste base de données que les chercheurs peuvent analyser pour améliorer leur compréhension de la santé des ruches et détecter rapidement les impacts environnementaux sur les abeilles, notamment le syndrome de l'effondrement des colonies. Notons que la base de données est accessible aux autres apiculteurs, chercheurs ou parties intéressées.

Ce projet a prouvé que les technologies modernes pouvaient être efficacement appliquées à une industrie traditionnelle afin d'apporter des avantages concrets non négligeables aux entrepreneurs ruraux. Il constitue également un bon exemple de la manière dont les chercheurs peuvent travailler avec les producteurs ruraux dans l'intérêt et au bénéfice de tout le monde. L'implication des apiculteurs et des associations d'apiculteurs a été essentielle pour adapter le système aux besoins locaux et susciter l'intérêt du secteur au sens large pour l'initiative.

Nom du projet	<b>Apilink</b>
Type de bénéficiaire	Universités et associations d'apiculteurs
Période	2012-2014
Financement du projet	<b>183 900 euros</b> de financement octroyé par le réseau national espagnol pour l'assistance technique préparatoire et la mise en œuvre du projet
Informations complémentaires	<a href="http://www.apilink.net">www.apilink.net</a>
Personne à contacter	<a href="mailto:info@apilink.net">info@apilink.net</a>

## Fromage Kedar — Une production à valeur ajoutée grâce à la modernisation d'exploitations agricoles

**Une exploitation agricole familiale écossaise a utilisé l'aide du Feader pour moderniser ses processus de production de lait grâce à un système de traite robotisée. Elle a ainsi pu accroître sa production laitière tout en réduisant ses heures de travail, favorisant ainsi la poursuite de son objectif à long terme: produire son propre fromage sur place et améliorer ainsi sa compétitivité.**

### Un nouveau modèle commercial

TE Lochhead and sons était un producteur laitier traditionnel qui a perdu son troupeau lors de l'épidémie de fièvre aphteuse qui a éclaté dans le sud de l'Écosse en 2001. Plutôt que de remplacer leur troupeau, Gavin Lochhead et sa famille ont cherché des moyens de se différencier des autres agriculteurs. Ils ont décidé de se lancer dans la production de fromage et d'accroître ainsi la valeur de leur produit de base, le lait.

L'agriculteur a pu participer à l'initiative écossaise «Programme de valeur ajoutée et d'amélioration de la qualité», qui lui a organisé une série d'ateliers afin qu'il puisse

monter un dossier commercial complet. À partir de ce dossier, un plan commercial complet a été élaboré et une proposition d'investissement a été formulée en vue des demandes de subvention et de prêts bancaires.

*«Notre ferme possède un patrimoine très ancien et bien ancré, mais il est important de tenter d'explorer d'autres débouchés. Une fois que nous serons pleinement opérationnels, le lait que nous vendons sous forme de fromage devrait valoir le double de ce que nous recevons actuellement.»*

**Gavin Lochhead**  
Producteur laitier et producteur de fromage





La traite robotisée a amélioré l'efficacité et augmenté le volume de la production laitière de cette ferme familiale.

Investir dans une nouvelle infrastructure de fabrication de fromage n'a pas été la seule nécessité. Pour pouvoir consacrer assez de temps et d'énergie à la fabrication de fromage, la famille devait accroître l'efficacité et la capacité de ses processus de traite. Il lui fallait un volume de lait plus important et la possibilité de consacrer moins de temps à la traite. La solution était d'installer un équipement moderne de traite robotisée dans la ferme.

### Un équipement de traite moderne

En plus de son propre argent, la famille Lochhead a pu accéder à des prêts bancaires ainsi qu'à une subvention au titre des mesures de PDR pour la diversification rurale. L'investissement total s'est monté à plus de 1,5 million d'euros pour la construction d'un nouveau complexe pouvant accueillir 150 vaches. Il comporte une salle de traite en forme de stalle dans laquelle se trouvent trois machines de traite robotisée, ainsi qu'un abri pour l'élevage des veaux et un entrepôt.

La production de lait à l'aide des machines de traite robotisée a débuté en 2013. L'automatisation du processus a augmenté le nombre de traites par vache et le volume global de lait tiré du troupeau. Elle a également permis d'assurer une surveillance plus intense et plus efficace de la santé des animaux et de la qualité du lait tiré du troupeau.

*«La traite robotisée nous permet de passer cinq heures de moins par jour à traire les vaches. Elle améliore le bien-être des animaux et nous permet de nous concentrer sur l'élevage ainsi que la production et la commercialisation du fromage.»*

**Gavin Lochhead**

Producteur laitier et producteur de fromage

La famille a effectué un deuxième investissement dans une petite usine de fabrication de fromage ajoutée à l'unité laitière. L'investissement complet a pu être réalisé avec l'aide d'un emprunt de capital auprès de la banque, fondé sur une étude complète de faisabilité réalisée avec le soutien du service écossais de conseil aux exploitations agricoles (Scottish Farm Advisory Service).

### Un produit final de niche

Dans le cadre de leur modèle commercial général, les Lochhead ont acheté 150 vaches Brunnes suisses afin de devenir les seuls producteurs de fromage de cette race de vaches au Royaume-Uni. Ils ont également mis en œuvre un plan visant à garantir que leur production dispose d'une certification biologique, afin de se différencier encore davantage sur un marché hautement concurrentiel.

L'entreprise a commencé à fabriquer et à vendre son premier fromage en 2016, un fromage mozzarella qui sera suivi d'autres fromages «de montagne» (de style suisse).

*«Une étude de marché a aidé l'entreprise à trouver une niche à prendre sur le marché du fromage. Non seulement le projet exploitera cette niche, mais il créera également un certain nombre d'emplois ruraux dans la région, et peut-être encore plus à l'avenir.»*

**Paul Mayfield**

Conseiller en matière d'alimentation et de boissons

Ce nouveau modèle commercial a nécessité un investissement conséquent pour moderniser les structures de production de l'exploitation familiale. Toutefois, avec l'aide efficace de conseillers agricoles en Écosse, les Lochhead ont trouvé de bons moyens d'apporter une valeur ajoutée à leur production et d'en profiter à bon escient, en utilisant un circuit de vente court qui passe par les marchés d'agriculteurs et les magasins de vente au détail locaux, y compris les magasins de fermes.

Nom du projet	<b>Modernisation d'une exploitation agricole afin d'y apporter une valeur ajoutée</b>
Type de bénéficiaire	Agriculteur
Période	2011-2013
Financement du projet	<b>Coût total: 1 620 000 euros</b> Contribution du Feader: 412 000 euros Contribution privée: 1 208 000 euros
Informations complémentaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="http://www.kedarcheese.co.uk">www.kedarcheese.co.uk</a></li> <li>• <a href="https://www.youtube.com/watch?v=FSjHLIDiMAE">www.youtube.com/watch?v=FSjHLIDiMAE</a></li> </ul>
Personne à contacter	<a href="mailto:glochhead@btconnect.com">glochhead@btconnect.com</a>

# 4. Développement du marché

**Pour soutenir la compétitivité des producteurs européens, il est essentiel d'étudier également les moyens de développer l'accès aux marchés. L'aide du Feader peut être utilisée pour aider les producteurs à surmonter les obstacles entravant leur accès aux marchés existants ou à concevoir des produits nouveaux ou à valeur accrue afin d'étendre ou de créer des marchés.**

Ces dernières années, dans plusieurs secteurs, les producteurs ruraux ont réussi à diversifier leurs activités afin d'élargir les marchés où ils opèrent ou auxquels ils veulent accéder. Certains de ces marchés existaient déjà depuis quelques années, mais sont devenus plus accessibles au fil du temps. D'autres peuvent être considérés comme de «nouveaux» marchés qui ont vu le jour suite à la création de «nouveaux» produits.

## Alimentation publique

L'un des grands domaines de croissance potentiels des producteurs européens est l'accès au vaste **marché public de l'alimentation**, notamment la nourriture achetée dans certaines écoles, crèches, hôpitaux et prisons. L'accès à ce marché a toujours été difficile, car les agriculteurs isolés éprouvent des difficultés pour satisfaire aux exigences relatives à la cohérence des volumes, à la diversité de l'offre et à l'homogénéité de la qualité.

Les approches intelligentes permettant d'accéder à cet important marché public incluent la création ou le soutien de **coopératives ou de réseaux de producteurs** afin que ceux-ci puissent répondre aux exigences des acheteurs en tant que groupe. Ces réseaux peuvent être virtuels ou réels.

Des approches différentes ou connexes peuvent permettre de mettre à profit les modifications des **systèmes de marchés publics**. En Écosse, par exemple, il a fallu diviser les marchés de l'alimentation publique en plus petits lots, de manière à ce que différents fournisseurs puissent conclure des marchés de taille plus modeste.

*Voir, page suivante, une étude de cas réalisée en Slovaquie sur la création d'une coopérative de producteurs ruraux destinée à fournir des produits alimentaires à un nouveau consortium d'écoles publiques et de crèches.*

## Marchés de niche

Lorsque les entreprises arrivent à revoir et adapter leur production en fonction des besoins particuliers du marché, elles peuvent créer un point de vente unique (PVU) qui les différencie de la concurrence. Cela peut constituer l'un des moyens d'assurer une viabilité à long terme dans un domaine compétitif.

On peut par exemple imaginer des moyens pour les producteurs d'apporter une **valeur ajoutée à leurs produits**, par exemple en transformant eux-mêmes des produits primaires en produits à plus grande marge bénéficiaire. Les projets peuvent également prendre la forme de développement de **nouveaux produits**, fabriqués par exemple au moyen de matériaux auparavant considérés comme des déchets. Telle a été l'approche retenue par un projet maltais qui a transformé des déchets de tomate en un nouveau «vinaigre de tomate raffiné» <sup>(1)</sup>.

Une autre approche peut consister à profiter de la renommée ou de **caractéristiques propres à la production locale**, comme celles reconnues par des noms d'aliments protégés par l'UE, afin de créer un marché de niche, comme l'a fait «Finest Greek Tastes» <sup>(2)</sup>, un projet de coopération Leader entre les régions de Grèce.

*Voir, pages suivantes, l'étude de cas présentant un projet finlandais qui a permis la création d'une nouvelle marque de compléments nutritionnels pour le marché international fabriqués à partir d'herbes traditionnelles de Laponie.*

D'autres projets ont permis d'inventer de **nouveaux modes de vente**, en ligne (voir la section 2) ou via des infrastructures physiques, souvent à une échelle relativement réduite et locale. Parmi d'autres exemples, citons la création de boutiques de producteurs artisans ou d'exploitations agricoles, de marchés d'agriculteurs ou de foodtrucks mobiles, ou encore la création de nouvelles relations entre hôtels, restaurants et fournisseurs locaux.

<sup>(1)</sup> [http://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/gp\\_webtemplate\\_tomatomt.pdf](http://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/gp_webtemplate_tomatomt.pdf)

<sup>(2)</sup> <http://www.finestgreektastes.com>



# Accès au marché de l'alimentation publique en Slovénie

Un projet slovène a employé avec succès une approche destinée à permettre aux petits producteurs locaux d'accéder au vaste marché de l'alimentation publique. Il a permis de créer un réseau de producteurs et un consortium d'écoles et de crèches afin de faciliter la constitution d'une relation d'achat entre ces deux ensembles.

Le groupe d'action locale (GAL) «Heart of Slovenia» a fait de «l'amélioration de la valeur ajoutée et de la qualité de la culture et de la transformation, ainsi que de la commercialisation des produits agricoles locaux» l'une de ses grandes priorités. Pour atteindre cet objectif, il tente de faciliter la création de réseaux et la collaboration entre les acteurs locaux pour élaborer des approches innovantes.

La stratégie a permis de reconnaître que de nombreux producteurs locaux n'ont ni la diversité ni le volume de production nécessaires pour répondre de manière cohérente et fiable aux exigences des grands acheteurs tels que les écoles, les restaurants et les hôtels.

## Une coopérative de producteurs

Dans ce contexte, Jarina Rural Development Cooperative a bénéficié d'un financement au titre de Leader pour une série d'activités interconnectées visant à promouvoir l'autosuffisance alimentaire locale dans la zone du GAL.

*«Grâce à des services efficaces et à une attitude commerciale socialement responsable de la part de tous les acteurs impliqués, les circuits d'approvisionnement courts présentent un potentiel important, non seulement sur le plan économique, mais aussi sur le plan de la qualité des aliments et de la qualité de vie.»*

**Vesna Erhart**  
Jarina Cooperative

Une possibilité particulière a été observée sur le marché de l'alimentation publique. Jarina a cherché à surmonter les obstacles rencontrés par les producteurs locaux pour accéder à ce marché en facilitant la coopération entre eux afin qu'ils puissent offrir, ensemble, la cohérence et la qualité de l'approvisionnement nécessaires pour satisfaire ce marché.

Jarina s'est employée à expliquer aux producteurs qu'en travaillant ensemble, ils pouvaient améliorer le profil de leurs entreprises. Le résultat a été la création d'un réseau d'exploitations agricoles locales de différentes tailles et différentes échelles. En travaillant avec Jarina, chaque producteur local peut se concentrer sur son activité principale de production alimentaire et laisser à la coopérative le soin de l'aider à définir et développer son marché.

Jarina organise le circuit de la distribution d'un bout à l'autre, en réceptionnant les marchandises à la ferme et en les livrant aux acheteurs. La coopérative met en œuvre une approche axée sur le marché, associant les produits de nombreux producteurs afin de répondre aux besoins spécifiques des acheteurs, en tenant compte de la qualité exigée.

*«Notre réseau d'environ 100 producteurs nous permet de répondre aux besoins des acheteurs. De plus, vu que nos producteurs se trouvent dans différentes régions, ayant chacune leurs propres conditions climatiques, la période durant laquelle nous sommes en mesure de livrer des produits frais sortis de la ferme est bien plus longue.»*

**Vesna Erhart**  
Jarina Cooperative



Jarina Cooperative organise l'ensemble du circuit d'approvisionnement afin d'améliorer l'accès des petits producteurs aux marchés.

© Jarina

## Un consortium d'écoles et de crèches

Afin d'exploiter le potentiel de l'approvisionnement du marché de l'alimentation publique, Jarina a travaillé directement avec des écoles et des crèches. Elle a rencontré des directeurs, des cuisiniers et des organisateurs de restauration scolaire afin de les informer sur la disponibilité d'ingrédients locaux et les utilisations qu'ils peuvent en faire. Elle s'est également efforcée d'aider les acheteurs à comprendre le caractère saisonnier de certains produits.

La coopérative a rattaché ces discussions à l'élaboration de programmes éducatifs visant à mettre en avant les avantages de la consommation de produits locaux auprès des enfants et de leur famille. Elle a notamment organisé dans ce cadre des démonstrations, des ateliers et des visites à la ferme.

Jarina a guidé les établissements éducatifs dans des discussions sur la valeur du travail en collaboration afin de commander ensemble les volumes nécessaires dans l'intérêt des acheteurs et des fournisseurs. Le résultat a été la constitution officielle d'un consortium de 15 écoles et crèches.

La création du réseau de fournisseurs et du consortium d'acheteurs a permis d'atteindre la capacité adéquate d'un bout à l'autre de la chaîne d'approvisionnement, ce qui a rendu possible l'existence de la relation d'approvisionnement entre les écoles et les producteurs locaux.

Par ailleurs, le travail réalisé a aidé les fournisseurs locaux à atteindre d'autres marchés locaux, notamment ceux des hôtels et des restaurants. La promotion des réussites du projet a même réussi à attirer l'attention de ces acheteurs privés et a débouché sur la conclusion de nouveaux marchés d'approvisionnement.

*«Nous sommes très fiers de la coopérative Jarina, puisque celle-ci a été invitée à fournir des produits locaux aux hôtels et restaurants de Ljubljana, la Capitale verte européenne 2016.»*

**Aleksandra Gradišek**  
Gestionnaire du GAL «Heart of Slovenia»

Nom du projet	Élargissement du réseau de produits locaux dans la région du GAL «Heart of Slovenia»
Type de bénéficiaire	Coopérative de développement rural
Période	2012-2014
Financement du projet	<b>Budget total: 61 000 euros</b> Financement au titre de Leader: 49 000 euros Cofinancement privé: 12 000 euros
Informations complémentaires	<a href="http://www.jarina.si">www.jarina.si</a>
Personne à contacter	<a href="mailto:info@jarina.si">info@jarina.si</a>

## Des superaliments de l'Arctique finlandais récompensés

Une petite start-up finlandaise a mis au point des compléments nutritionnels à base d'herbes et de plantes traditionnelles lapones. Cette réussite a montré comment le développement de produits de niche, associé à une promotion et à un marketing efficaces, a le potentiel d'atteindre de nouveaux et vastes marchés.

«Arctic Warriors» a vu le jour lorsque trois amis se sont rendu compte que la Laponie possédait des plantes et des herbes aux importantes propriétés naturelles. La valeur nutritionnelle des plantes lapones est renforcée par les hivers rudes et les longues nuits d'été qui caractérisent ce territoire arctique.

*«Nous avons été choqués en apprenant que des superaliments étaient importés en Finlande alors qu'il est prouvé que les plantes traditionnelles lapones sont propres, fortes et hautement nutritionnelles. Nous avons donc tous les trois décidé de faire quelque chose.»*

**Katja Misikangas, Ilkka Kauppinen, Tuija Kauppinen**  
Équipe dirigeante d'Arctic Warriors

### De nouveaux produits pour une nouvelle marque

Les trois amis ont pu accéder à un financement octroyé aux start-up par leur groupe d'action locale «Peräpohjolan Leader ry» afin de développer leur entreprise et de mettre au point leurs compléments nutritionnels flambant neufs. Le but était de faire des herbes et plantes lapones des superaliments qui répondraient à la demande du marché en pleine croissance des aliments naturels énergétiques.

Les partenaires ont reconnu que la promotion et l'emballage étaient essentiels pour atteindre un marché relativement

jeune. Ils voulaient fabriquer un produit sympathique, facile à utiliser et à consommer, qui transmettrait l'esprit et l'éthique de ces produits naturels lapons.

L'idée promotionnelle qui a émergé reposait sur le concept de «guerriers de l'Arctique» (Arctic Warriors), qui se voulait le reflet à la fois des forces du produit et de la philosophie de l'entreprise. Trois produits portent la marque Arctic Warriors, en fonction de trois types de guerriers: le défenseur, le combattant et l'énergie:

- 1) **Defender Gel Shot:** à base d'angélique, d'ortie et de glycérie du nord, il apporte immunité et résistance;
- 2) **Fighter Gel Shot:** à base d'orpin rosat et d'ortie, il prévient le stress et la fatigue;
- 3) **Energy Honey Shot:** à base de miel, d'orpin rosat et d'ortie, il convient au sport ou aux autres activités physiques.

Sur l'emballage figurent des dessins colorés des trois guerriers en fonction du type de produit; les ingrédients 100 % naturels sont aussi clairement indiqués. Les produits sont proposés en bouteilles ou en berlingots en plastique conçus pour être facilement ouverts lors d'activités en pliant et en pressant l'emballage pour faire sortir le liquide. Ils peuvent être consommés directement ou incorporés dans des boissons.

«Cela faisait longtemps qu'on attendait ce genre de marque. Le goût vous fait sourire. L'emballage est agréable, finlandais et naturel.»

**Taika Nummi**  
Étudiante

## Soutenir les agriculteurs locaux

Arctic Warriors est déterminé à être un partenaire actif du développement de l'économie locale. L'entreprise a constitué un réseau d'agriculteurs locaux auxquels elle achète ses matières premières, mais avec lesquels elle échange aussi des informations et des bonnes pratiques en matière de culture de plantes.

Pour l'entreprise, cette relation est importante pour garantir des produits locaux de qualité, aider les agriculteurs locaux et se faire une place dans l'économie et la communauté locales. Elle a déjà incité d'autres agriculteurs locaux à entamer la culture d'herbes traditionnelles en plus de leurs activités agricoles principales.

«Nous avons remarqué que nos clients sont très impressionnés d'entendre que nous connaissons personnellement nos agriculteurs ainsi que le parcours des herbes, de la semence au produit final.»

**Tuija Kauppinen**  
Associée et directrice des ventes et du marketing,  
Arctic Warriors

## Accès aux marchés internationaux

En travaillant avec un consultant en marketing sur l'internet, la marque Arctic Warriors a continué de se constituer une solide présence en ligne, y compris via Facebook, Twitter et Instagram. Le site web contient une multitude d'informations sur la société, ses produits, ses plantes et ses agriculteurs, ainsi que des témoignages de clients satisfaits.

Il inclut également une boutique en ligne ainsi que des liens vers plus de 25 magasins en ligne et de nombreux magasins et chaînes de vente au détail en Finlande, auprès desquels les produits Arctic Warriors peuvent aussi être achetés. En relativement peu de temps, Arctic Warriors s'est développé rapidement en Finlande ainsi que sur les marchés norvégien et suédois.

Surtout, l'équipe a continué de développer ses activités de marketing international pour ses produits de niche. Berrytime, un magasin en ligne basé à Hong Kong, vend aujourd'hui les produits Arctic Warriors dans le monde entier. L'entreprise négocie également en ce moment avec des revendeurs potentiels en Corée du Sud, en Chine et au Canada.

Nom du projet	Arctic Warriors
Type de bénéficiaire	Entreprise privée (start-up)
Période	2014
Financement du projet	<b>Coût total: 30 890 euros</b> Contribution du Feader: 15 129 euros Contribution privée: 15 761 euros
Informations complémentaires	<a href="http://www.arcticwarriors.fi">www.arcticwarriors.fi</a>
Personne à contacter	<a href="mailto:info@arcticwarriors.fi">info@arcticwarriors.fi</a>



© Arctic Warriors

Les compléments alimentaires Arctic Warriors emploient un marketing minutieusement pensé pour accéder aux marchés internationaux.

# 5. Diversification rurale

**Les approches intelligentes du développement rural doivent tenir compte de la grande diversité des activités économiques rurales (potentielles), en allant au-delà des grands volets de la production agricole et forestière.**

La diversification rurale consiste à exploiter les domaines de croissance importants pour le développement rural, tels que «l'économie de l'expérience», où les consommateurs dépendent de l'argent pour des activités au lieu de produits. La diversification peut apporter un élan économique tout en réduisant la dépendance de certaines zones rurales à l'égard de la production.

La diversification peut impliquer pour les producteurs ruraux d'étendre leurs activités à d'autres domaines, ou encore d'exercer de nombreuses autres activités différentes. Ces activités reposent souvent sur les richesses naturelles et culturelles présentes dans la région, y compris les exploitations agricoles et les forêts.

Au cœur de nombreuses approches de diversification rurale se trouve la nécessité d'attirer des visiteurs pour qu'ils dépendent de l'argent dans les magasins locaux, utilisent les services locaux et soutiennent les entreprises locales. Les approches intelligentes peuvent s'appuyer sur l'utilisation de nouvelles technologies ainsi que sur des approches intégrées de réflexion stratégique sur le développement d'une zone locale.

## Une offre locale compétitive

Les communautés et entreprises rurales qui cherchent à attirer des visiteurs ont tout intérêt à réfléchir à une offre locale combinée pour les touristes: c'est ce que l'on appelle la **création de destinations**. Une activité ou une entreprise seule a un certain pouvoir d'attraction, mais si elle est associée à des entreprises et des services complémentaires, y compris des endroits où séjourner et se restaurer, d'autres activités et des endroits où faire des achats, ce pouvoir est plus fort. Une «destination» est alors créée.

L'aide du Feader a été utilisée par des acteurs ruraux afin d'étoffer l'offre proposée aux touristes potentiels dans certains endroits ruraux. Ces projets fonctionnent souvent mieux lorsqu'ils font participer différents groupes d'acteurs de la communauté locale afin de mettre en œuvre une approche stratégique globale et cohérente.

*L'étude de cas de la page suivante présente un projet local bulgare qui a permis de créer plusieurs attractions complémentaires dans le cadre d'une offre globale proposée aux touristes ruraux.*

D'autres approches peuvent être axées sur la spécialisation dans un secteur d'activité particulier — par exemple, les produits régionaux ou les sports d'aventure tels que l'escalade et le parapente.

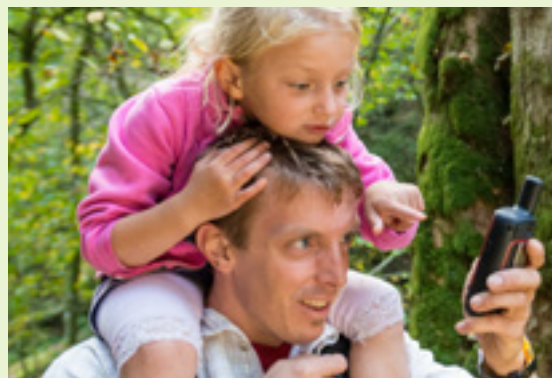
## Des outils intelligents pour les visiteurs

En plus d'une offre attractive, les stratégies rurales doivent arriver à atteindre les visiteurs potentiels afin de leur dire ce qu'ils peuvent trouver, pourquoi ils doivent venir et comment ils peuvent organiser leur séjour.

L'aide du Feader peut être utilisée pour élaborer des outils en ligne tels que **des plateformes et des campagnes de marketing en ligne**, présentant de différentes manières la diversité des entreprises et attractions locales.

Parmi les outils plus spécifiques figurent les applications pour téléphones portables — **applications mobiles** —, qui aident les visiteurs à profiter au maximum de leur séjour dans la zone locale. En améliorant l'expérience des visiteurs, ces outils peuvent avoir le double avantage d'accroître le nombre de visiteurs et d'améliorer leur propension à dépenser de l'argent auprès des entreprises locales.

*Voir, pages suivantes, une étude de cas sur un projet mené par une région belge qui a conçu un outil et une application en ligne afin d'inciter une nouvelle génération de visiteurs à utiliser les chemins de randonnée locaux.*



# Combiner les offres locales afin d'attirer les touristes en Bulgarie rurale

La municipalité de Borino, dans le sud de la Bulgarie, a mis à profit le financement du Feader pour créer de nouvelles attractions touristiques et des outils destinés à faciliter l'accès aux sites naturels et historiques. Ce projet constitue un bon exemple d'approche intégrée destinée à promouvoir le tourisme rural.

## Une approche axée sur la communauté

Le projet a vu le jour lorsqu'un groupe d'action locale (GAL) de la région montagneuse des Rhodopes occidentales a réussi à impliquer des résidents locaux dans la formulation d'idées pour la création de nouvelles attractions touristiques venant compléter les attractions naturelles déjà populaires dans la région.

Tout a commencé par des campagnes d'information menées dans plusieurs villages afin d'impliquer les habitants locaux dans le développement de la région grâce au financement de Leader/DLAL. Lors de l'une des réunions, un habitant a proposé de recréer une attraction utilisée lors des vacances et des foires du village dans les années 30: un prototype ancien de grande roue.

*«Ces "idées locales folles" ne verraient pas le jour sans le financement de Leader. Il aurait été très difficile de recréer une activité locale si particulière via d'autres mesures de PDR. Voilà la grande force de l'approche Leader: une seule personne ou communauté se voit offrir la possibilité de réaliser ses rêves.»*

**Bilgin Asanov**  
Coordinatrice, GAL «Western Rhodope»

## Vers une approche intégrée

L'idée de recréer le prototype de grande roue a été transformée, en étroite collaboration avec la communauté locale, en un projet visant à inclure 14 attractions touristiques au total, qui compléteront et promouvoir les sites naturels de la région, tels que les grottes Yagodina et Dyavolsko gyrlo (la gorge du diable).

Les attractions incluent une nacelle aérienne de 20 mètres offrant une vue panoramique sur les montagnes, une station ornithologique équipée de télescopes et de jumelles permettant l'observation d'oiseaux rares ainsi qu'une piste cyclable de 62 kilomètres.

Afin de faciliter l'accès à ces attractions et aux autres présentes dans la région, il a été prévu dans le cadre du projet de construire deux centres d'information et de mettre au point des cartes topographiques indiquant les chemins de randonnée et les pistes cyclables, ainsi que tous les sites naturels qui attirent chaque année des milliers de touristes.

Ces activités ont été conçues pour compléter un autre projet du GAL soutenu par le Feader. Celui-ci prévoyait la construction d'un chemin boisé de 20 kilomètres de long, surnommé le «chemin du diable», qui sillonne les montagnes et offre aux randonneurs la possibilité de profiter de sites autrefois inaccessibles.



Les parties prenantes ont puisé dans leur propre patrimoine culturel pour recréer une attraction locale des années 30.

© LAG 'Western Rhodope'

Le GAL et la municipalité sont tous deux prêts à lancer d'autres activités en vue d'améliorer les infrastructures environnantes et de faciliter l'accès à ces différentes attractions. Les plans et idées évoqués incluent la construction de parkings, de ponts d'observation, de ponts, d'abris et de points d'information.

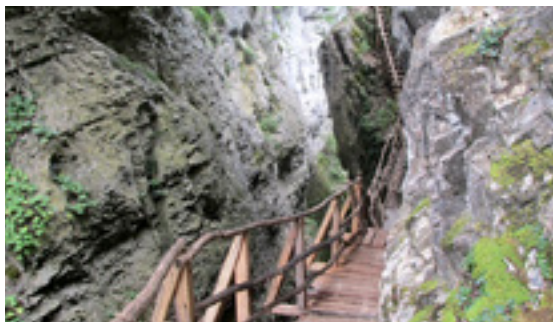
## Utiliser les technologies modernes

Dans le cadre de son approche intégrée, le GAL a imaginé et mis au point des outils informatiques destinés à favoriser la connaissance et la promotion de la région. Un site web spécial a déjà été créé afin de promouvoir le chemin du diable. Le projet a également créé une possibilité de réservation en ligne des hôtels et chambres d'hôtes de la région.

Après la construction des nouvelles attractions en 2015, le GAL les lancera officiellement avec la municipalité de Borino et en assurera la promotion via le site web qui leur est dédié. Une application mobile sera également mise au point afin de fournir aux randonneurs et cyclistes un moyen aisé de naviguer entre les différents chemins de montagne.

Ces outils intelligents sont considérés comme essentiels à la promotion de cette destination rurale attractive auprès d'une nouvelle génération de visiteurs. Le projet consiste à la fois à élargir l'offre d'attractions et d'activités locales proposées et à concevoir les outils nécessaires pour rendre cette offre réelle et accessible aux visiteurs potentiels.

© LAG 'Western Rhodope'



Les outils informatiques sont appelés à être de plus en plus souvent utilisés pour promouvoir de nouvelles attractions modernes telles que le chemin du diable.

*«Grâce à ces attractions touristiques, nous espérons vivement que le village de Borino deviendra un véritable centre pour les nombreux services touristiques et informatifs.»*

Municipalité de Borino  
<http://dyavolskapateka.org>

Nom du projet	Accès aux sites et attractions naturels et historiques de la municipalité de Borino
Type de bénéficiaire	Municipalité
Période	2015
Financement du projet	<b>Budget total: 137 672 euros</b> Contribution du Feader: 110 137 euros Contribution locale: 27 535 euros
Informations complémentaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="http://dyavolskapateka.org">http://dyavolskapateka.org</a></li> <li>• <a href="http://www.nsm.bg/sites/default/files/DP_MIG%20VZR-Vienseko%20kolelo_M313f.pdf">http://www.nsm.bg/sites/default/files/DP_MIG%20VZR-Vienseko%20kolelo_M313f.pdf</a></li> </ul>
Personne à contacter	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="mailto:mig_vzr@abv.bg">mig_vzr@abv.bg</a></li> <li>• <a href="mailto:Obshtina_borino@abv.bg">Obshtina_borino@abv.bg</a></li> </ul>

## Promouvoir le tourisme rural dans l'Eifel belge grâce à des outils de randonnée intelligents

«GO Eastbelgium» a réuni cinq communes de l'Eifel belge afin de mettre au point un outil de randonnée en ligne muni d'un GPS et d'une application mobile. Cette technologie moderne permet à une nouvelle génération de randonneurs de découvrir des chemins et des itinéraires oubliés depuis longtemps et d'attirer ainsi de nouveaux visiteurs dans la région.



Avec le soutien du groupe d'action locale «100 villages — 1 avenir», dans la communauté germanophone de Belgique (Eifel belge), cinq communes <sup>(1)</sup> ont collaboré avec l'agence du tourisme de l'est de la Belgique (TAO) et des offices du tourisme locaux en vue de mettre au point les outils de randonnée «GO Eastbelgium».

L'objectif était d'utiliser les technologies modernes pour redonner vie à une forme traditionnelle d'activité rurale et redynamiser l'économie locale en attirant une nouvelle génération de visiteurs. L'idée était de profiter du fait que de nombreux randonneurs et promeneurs trouvent désormais plus pratique de préparer leurs itinéraires à l'aide de cartes en ligne et de se servir de leur téléphone portable sur place, au lieu d'une carte dépliant et d'une boussole.

*«Je crois en la complémentarité du GPS et des cartes sur papier. Une piste GPS est utile pour planifier un itinéraire.»*

*L'utiliser avec une carte vous donne la flexibilité nécessaire pour changer très facilement de trajet.»*

Peter Christiaensen  
 Randonneur



Le projet a mis à la disposition des randonneurs un outil en ligne pour préparer leur excursion dans l'Eifel belge.

© GO Eastbelgium

(1) Amel, Bullingen, Burg-Reuland, Butgenbach et Saint-Vith.



Un projet similaire, «Digiroute 42», dans les Ardennes flamandes, a servi d'inspiration pour exploiter le «système de nœuds» utilisé en Flandre pour les pistes cyclables. Les nœuds sont les points où les chemins se croisent: ils permettent de créer tout un réseau d'itinéraires et d'offrir davantage de possibilités aux touristes ruraux. Le but était de créer un système de pistes de randonnées uniforme et un réseau routier sur toute la superficie du GAL (629 km<sup>2</sup>), l'ensemble étant associé au GPS, à des outils de planification en ligne et à une application pour téléphones portables.



© GO Eastbelgium

Une application mobile propose des itinéraires locaux et des informations aux marcheurs avec ou sans connexion à l'internet.

## Coordonner et coopérer

L'élaboration du contenu de l'outil de planification en ligne et de l'application mobile GO Eastbelgium a nécessité la bonne coopération des acteurs locaux des différentes communes et des différents offices de tourisme. Ceux-ci ont fourni un inventaire des pistes existantes, des anciennes cartes ainsi que des critères de qualité de manière à ce que les experts en technologie disposent du contenu dont ils avaient besoin pour créer les outils.

Tout d'abord, les associations locales de transport et de tourisme ont étudié et défini les chemins de randonnée, avant d'élaborer les itinéraires thématiques qui apporteraient une valeur ajoutée. Les connaissances locales ont été mises à profit afin de veiller à ce que les routes très fréquentées soient évitées et à ce que les attractions et entreprises locales soient mises en évidence lors de la définition des itinéraires, afin d'assurer les meilleures randonnées possibles. Des standards de randonnée ont également été inclus.

*«La planification des randonnées a rapproché nos villages: en travaillant ensemble, nous avons fait de nouveaux projets pour nos communautés. Notre exemple montre à quel point un projet d'apparence modeste, financé par des subventions européennes Leader, peut apporter un véritable changement positif sur le terrain.»*

**Bernd Niessen**

Office du tourisme d'Amel-Eibertingen-Valender V.o.G.

Certains agriculteurs étaient initialement réticents à l'idée de voir des chemins historiques entre villages restaurés, car ils passaient par des terres agricoles. Les promoteurs du projet ont pu les faire changer d'avis en expliquant quels seraient les avantages du tourisme pour la région s'ils coopéraient. Le GAL a activement impliqué ces agriculteurs pendant la phase d'analyse et de révision des itinéraires et chemins. La valeur ajoutée a été l'aide qu'ils ont apportée pour recenser les chemins historiques qui avaient été oubliés, mais qui pouvaient servir à nouveau.

## Les nouveaux outils et les projets pour l'avenir

L'un des principaux résultats de ce projet a été la création d'un outil de planification virtuel accessible sur le site web ou téléchargeable sur un smartphone grâce à une application qui peut ensuite être utilisée avec ou sans connexion à l'internet. Les outils peuvent être utilisés en néerlandais, en français et en allemand.

Ils proposent 919 km d'itinéraires reliés entre eux par un système de nœuds, des coordonnées GPS, des itinéraires thématiques et des attractions locales mises en valeur. La carte interactive contient des informations sur le profil altimétrique et la longueur de l'itinéraire sélectionné.

Le site web de GO Eastbelgium a été visité 22 000 fois par 16 500 utilisateurs uniques, tandis que l'application a été téléchargée 1 200 fois. Selon le chef du projet, Gilbert Küpper, le site web a entraîné une augmentation du nombre de visiteurs, mais ce n'est qu'un début.

Le GAL a l'intention de se servir des réussites du projet pour mettre en place une nouvelle coopération efficace entre groupes de parties prenantes en vue de promouvoir le tourisme, la gastronomie et l'hospitalité dans l'Eifel belge.

Nom du projet	<b>GO Eastbelgium</b>
Type de bénéficiaire	Groupe d'action locale «100 villages — 1 avenir»
Période	2011-2013
Financement du projet	<b>Budget total: 82 650 euros</b> Contribution du Feader: 37 200 euros Contribution régionale: 37 200 euros Contribution locale: 8 200 euros
Informations complémentaires	<a href="http://go.eastbelgium.com">http://go.eastbelgium.com</a>
Personne à contacter	<a href="mailto:Gilbert.Kuepper@wfg.be">Gilbert.Kuepper@wfg.be</a>

# 6. Communautés durables

**Les approches intelligentes du développement rural doivent veiller à ce que les communautés rurales soient des endroits dynamiques et attrayants où vivre et travailler. Les approches uniquement axées sur les débouchés économiques et professionnels ne permettront pas de surmonter tous les obstacles que rencontre le développement rural local.**

L'élargissement des activités dans l'agriculture, la sylviculture et les autres secteurs ruraux peut contribuer au maintien des emplois dans les zones rurales. Toutefois, il est tout aussi essentiel qu'il y ait des écoles, des magasins et d'autres services locaux afin de faire des communautés rurales des endroits où l'on peut vivre et travailler. Des cycles vertueux peuvent être créés en garantissant l'existence de services locaux durables en plus du développement commercial.

## De nouveaux modèles de services

Souvent, la satisfaction efficace et rentable des besoins locaux nécessite de nouveaux modèles de fourniture de services flexibles. Une approche populaire consiste à fournir des **services mobiles** permettant la fourniture locale de services en fonction des besoins réels. Ces services peuvent prendre la forme de bibliothèques, de banques et de services de soins de santé mobiles.

Une approche différente — ou parfois complémentaire — consiste à proposer des services téléphoniques ou **en ligne**. Ceux-ci peuvent apporter une réponse immédiate à certains besoins des utilisateurs, où qu'ils se trouvent, et souvent en dehors des heures de travail. Ils sont généralement accompagnés d'un accès à des services plus traditionnels à d'autres moments. Par exemple, les services médicaux par téléphone ou par l'internet peuvent répondre aux besoins des personnes qui vivent dans des endroits isolés, qui n'ont pas besoin de se rendre dans une structure de soins de santé classique ou qui vont prochainement s'y rendre.

L'accès aux transports locaux est souvent très problématique dans les zones rurales, surtout pour les membres les plus vulnérables de la communauté. Les solutions plus intelligentes et plus viables pour offrir un réseau de transport public durable incluent les systèmes d'enregistrement en ligne, qui permettent de bénéficier de **transports publics à la demande** adaptés aux besoins particuliers des membres de la communauté.

*Voir, pages suivantes, une étude de cas sur un service de bus, accessible à la demande, proposé au pays de Galles afin de relier les habitants des zones rurales aux autres villages, aux villes locales et aux grands réseaux de transport.*

## Magasins et services communautaires

Les **services communautaires**, exploités en tant qu'entreprises sans but lucratif, peuvent mettre à profit l'investissement de la communauté en temps et/ou en argent pour surmonter les obstacles qui empêchent les fournisseurs publics ou privés de desservir leur région. L'aide du Feader peut être demandée pour aider les communautés à concevoir et mettre en œuvre de telles initiatives.

Les **magasins communautaires** peuvent assurer l'approvisionnement d'un village en produits de première nécessité, afin d'en faire un endroit plus agréable à vivre. Ils peuvent également aider les producteurs locaux et proposer une offre locale afin d'attirer les touristes et les personnes qui possèdent une résidence secondaire. Ces magasins peuvent aussi servir de «plateforme» pour la fourniture d'autres services tels que des bureaux de poste, des tableaux d'affichage villageois et des centres internet haut débit.

*Voir, page suivante, un projet de coopération Leader qui a élaboré des solutions axées sur les citoyens pour répondre aux besoins en matière de services de communautés locales d'Allemagne et d'Autriche.*

D'autres services locaux peuvent également être facilités par des processus communautaires. Certains modèles visent essentiellement à fournir des outils structurés permettant d'organiser l'**économie du partage**. Ceux-ci incluent des «banques de temps» grâce auxquelles les habitants locaux proposent à d'autres des services en fonction de leurs compétences et capacités et reçoivent une aide en retour, sans avoir besoin d'une transaction financière.



# Des solutions apportées par les résidents assurent la viabilité des communautés rurales en Allemagne et en Autriche

Le projet «La qualité de vie grâce à la proximité» a impliqué la participation des citoyens en vue de formuler et d'échanger des solutions pour l'approvisionnement durable en services de base et en produits locaux dans les zones rurales. Il s'agissait d'un projet de coopération transnational Leader mené des deux côtés de la frontière austro-allemande.

Les objectifs de ce projet financé par le Feader étaient de trouver, d'échanger et de mettre au point des solutions fondées sur les citoyens à la disparition de services locaux tels que les magasins, les services de santé, les banques et les bureaux de poste. Ces problèmes surviennent souvent lorsqu'une pénurie d'emplois locaux, des changements démographiques et le déclin de la population entraînent une diminution du pouvoir d'achat local.

## Coopérer pour innover

Au début de l'initiative, le financement au titre de la mesure de coopération Leader a servi à soutenir la création d'un forum transnational conjoint entre différentes municipalités et parties concernées d'Allemagne et d'Autriche. Mené par le groupe d'action locale (GAL) allemand Nordschwarzwald, le projet a vu l'arrivée de trois autres GAL allemands et de trois GAL partenaires d'Autriche.

Des visites d'échange ont été organisées entre les régions partenaires autrichiennes et allemandes et un programme de formation en six modules a été élaboré pour toutes les régions partenaires. Ces activités étaient axées sur la recherche et la diffusion de bonnes idées pour trouver des solutions apportées par les citoyens aux problèmes de la vie des villages.

Des experts de la SPES — une association allemande axée sur la gouvernance locale et la fourniture de services locaux — ont facilité le processus, tandis que la coordination et l'élaboration de rapports étaient confiées aux gestionnaires du GAL.

*«Les gens se sont rapidement rendu compte que le pouvoir créatif des villages dépendait de la présence et de la participation de leurs citoyens. Gérer le processus avec l'aide de nos experts a aidé les participants à rester concentrés et constructifs.»*

**Ingrid Engelhart**  
Coordinatrice du projet

Les résidents de 33 zones participantes ont travaillé sur une base volontaire afin d'échanger idées et pratiques. L'objectif n'était pas seulement de copier mais d'adapter les solutions potentielles afin qu'elles répondent le mieux possible aux véritables besoins de chaque communauté participante.

## Des services qui viennent des citoyens

Le projet de coopération Leader a trouvé et appliqué de nombreux concepts innovants. Des services ont été explorés et élaborés sur des thèmes tels que les personnes âgées, l'énergie, la famille, l'approvisionnement local, la culture, la mobilité, l'écologie, la démographie, l'industrie, la gastronomie, les enfants, les adolescents, l'agriculture et le tourisme. De nombreux exemples sont inclus sur le site web du projet.

Parmi ceux-ci, il est intéressant de citer le «Time Bank 55+», qui enregistre l'aide que les résidents de 55 ans ou plus s'offrent mutuellement et attribue à ceux-ci des «crédits de temps», qu'ils peuvent ensuite échanger contre un service fourni par un autre membre du programme. Tous les services



Les magasins communautaires — tels que celui de Vorderstoder, en Autriche — peuvent fournir un accès local à des produits de première nécessité et servir de plateforme pour les activités locales.

sont égaux et ne sont mesurés qu'en fonction du temps consacré, qu'il s'agisse de jardinage, de trajets en voiture, d'aide pour les formalités administratives, de courses, etc.

*«À mon âge, je n'ai pas envie de rester assise sans rien faire. J'aimerais être en contact avec mes voisins et offrir mon aide tant que je le peux. C'est pourquoi je les emmène en voiture chez le docteur ou aux réunions des seniors l'après-midi, ou je les aide pour d'autres courses.»*

**Hannelore Foerch**

Habitante de 76 ans participant à Time Bank 55+

Dans la municipalité de Vorderstoder, en Haute-Autriche, les habitants ont apporté ensemble un investissement de 50 000 euros de capital de départ pour créer un commerce de proximité. Ce magasin de 220 m<sup>2</sup> vend des marchandises qui comprennent des produits locaux de la ferme et compte également un café. Il apporte une solution au problème de l'approvisionnement local en produits lorsque le marché privé n'en est pas capable.

### Des concepts qui deviennent des solutions durables

Ces initiatives locales ont été appuyées par des activités de sensibilisation visant à encourager l'utilisation des programmes par les résidents locaux et leur reproduction dans d'autres domaines. Par exemple, le projet a été couvert par une série de programmes radio sur la station allemande SWR1. Il s'est achevé par un colloque final sur le transfert des connaissances issues des solutions trouvées.

Ce projet montre qu'avec un peu de soutien et de conseils, les communautés sont souvent capables de trouver elles-mêmes des solutions à certains de leurs besoins en produits et services, et ce, sans avoir besoin d'énormes subventions ou d'une intervention externe conséquente. Une aide ciblée du Feader peut faire toute la différence en soulignant ce qui peut être fait et comment s'y prendre.

*«L'orientation pratique du projet a été sa grande force. Elle a montré aux partenaires les solutions aux problèmes qu'ils rencontrent chez eux, qu'ils peuvent facilement appliquer.»*

**Ingrid Engelhart**

Coordinatrice du projet

Nom du projet	<b>Lebensqualität durch Nähe — LQN (La qualité de vie grâce à la proximité)</b>
Type de bénéficiaire	Groupes d'action locale
Période	2009-2011
Financement du projet	<b>Budget total: 89 568 euros</b> Contribution du Feader: 28 706 euros Contribution nationale: 30 409 euros Contribution privée: 30 453 euros
Informations complémentaires	<a href="http://www.lqn-leader.de">www.lqn-leader.de</a>
Personne à contacter	<a href="mailto:engelhart@spes.de">engelhart@spes.de</a>

## Un service de bus local à la demande relie les communautés rurales du pays de Galles

**Bwcabus est un service local de bus à la demande adapté aux besoins des voyageurs ruraux, qui peuvent le réserver à l'avance par téléphone. Cette initiative a prouvé qu'un réseau de transport rural intégré peut aider à améliorer l'accessibilité, réduire la dépendance à l'égard des voitures et participer à la sortie des communautés rurales de la précarité.**

De nombreux villages et petites villes des zones rurales d'Europe ont basculé dans l'isolement lorsque des services de bus pas assez compétitifs ont été supprimés pour réduire les coûts. Une initiative lancée dans l'ouest du pays de Galles démontre toutefois que de nouvelles approches du transport rural, associées à des itinéraires de bus stratégiquement conçus, peuvent aboutir à un modèle durable de transport public intégré.

L'initiative Bwcabus est née d'un projet du FEDER de 2008. Elle a pu accéder en 2015 à une aide du Feader afin d'assurer la continuité de la fourniture des services. L'initiative a été menée par le conseil du comté de Carmarthenshire, en partenariat avec le conseil du comté de Ceredigion, Traveline Cymru et l'université de Galles du Sud.

### Un service de bus axé sur les passagers

Bwcabus («bus à réserver») est un service de bus local qui vise à répondre aux véritables besoins des communautés

rurales. En plus d'un certain nombre d'itinéraires fixes, Bwcabus propose également un service à la demande que les utilisateurs peuvent réserver à l'avance.

Ce service est fondé sur un site web qui fournit aux voyageurs des informations détaillées, dont la localisation des arrêts, les tarifs et la marche à suivre pour réserver. Une fois qu'ils se sont enregistrés gratuitement, les voyageurs peuvent réserver à l'avance leurs voyages grâce à un service dédié de réservation par téléphone.

Le service de bus est disponible du lundi au samedi, de 7 h 00 à 19 h 00. Les voyageurs doivent réserver avant 19 h 00 s'ils veulent voyager le lendemain matin, ou avant 11 h 30 pour un trajet durant l'après-midi.

Ce service permet aux habitants de se déplacer d'une ville ou d'un village local à l'autre dans la zone Bwcabus, ou d'atteindre la ligne de bus principale ou les services de train pour voyager plus loin. Il a notamment l'avantage de permettre aux personnes sans voiture d'accéder en temps utile aux services de base des villes proches, tels que les

services de santé et d'éducation, ou encore les possibilités d'emploi.

*«Sans Bwcabus, je ne pourrais pas garder mon emploi actuel puisque je n'ai pas d'autre moyen de transport et que le taxi me reviendrait trop cher.»*

**Melanie Heath**

Passagère de Bwcabus, Llandysul, pays de Galles

## Un service entièrement accessible

Les personnes âgées, vulnérables et à mobilité réduite sont souvent les plus touchées par la limitation des services de transport. Bwcabus apporte déjà une contribution significative à la qualité de vie de ces habitants, en améliorant leur accès aux services, à l'emploi et aux possibilités d'interaction sociale.

*«C'est un formidable service et je ne sais pas ce que je ferais sans lui! Les soins de santé sont actuellement importants pour moi et il est primordial que je puisse me rendre aux rendez-vous. Avant Bwcabus, c'était très difficile, puisqu'il n'y avait qu'un bus par semaine.»*

**Mary Jennings**

Utilisatrice du service Bwcabus, Rhydlewis, pays de Galles

Pour améliorer cette contribution, tous les bus Bwcabus ont des entrées basses, larges et accessibles et des rampes pour fauteuil roulant sont disponibles sur demande. Ils sont ainsi accessibles aux personnes à mobilité réduite, aux utilisateurs de fauteuil roulant et aux personnes qui voyagent avec de jeunes enfants en poussette.

Si la plupart des utilisateurs sont invités à attendre le bus à l'arrêt le plus proche, les voyageurs à mobilité réduite ou ceux qui se trouvent à un endroit particulièrement reculé peuvent demander à ce que le bus vienne les chercher et les déposer chez eux ou à proximité, pour autant que ce soit possible et sans danger.

## Un stimulant pour l'économie locale

En plus de répondre aux besoins des citoyens, ce nouveau service de bus a entraîné une augmentation globale des déplacements de voyageurs, dopant ainsi les entreprises et l'économie locales. Effectivement, en plus d'amener des travailleurs en ville, il y amène également des clients.

Une étude menée en 2016 auprès des entreprises locales de la ville de Newcastle Emlyn a montré que les propriétaires avaient constaté une différence depuis l'introduction du service. «Il nous amène des clients qui éprouvent des difficultés à voyager», souligne Gaynor Jones, directrice de succursale de Clynderwen and Cardiganshire Farmers Ltd.

*«Bwcabus a prouvé qu'[il] pouvait augmenter la fréquence de l'utilisation des transports publics, en améliorer l'accessibilité, encourager une réduction de l'utilisation de voitures et contribuer à la sortie des communautés rurales de la précarité... Je suis ravie d'apprendre que les entreprises des zones rurales bénéficient également du service.»*

**Conseillère Hazel Evans**

Conseil d'administration de Carmarthenshire  
Députée chargée des transports

Nom du projet	<b>Bwcabus</b>
Type de bénéficiaire	Autorité locale
Période	2015-2016
Financement du projet	<b>Budget total: ~ 691 000 euros</b> Contribution du PDR: ~ 292 000 euros Contribution publique: ~ 399 000 euros
Informations complémentaires	<a href="http://www.bwcabus.info">www.bwcabus.info</a>
Personne à contacter	<a href="mailto:MRPhillips@carmarthenshire.gov.uk">MRPhillips@carmarthenshire.gov.uk</a>



© Bwcabus

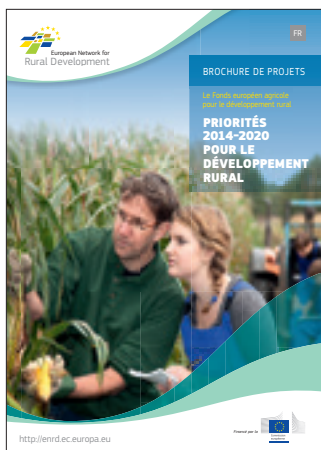
La fourniture d'un service de bus à la demande peut s'avérer plus pratique pour les utilisateurs ruraux et plus rentable pour les fournisseurs de services.

# PRÉCÉDENTES BROCHURES SUR LES PROJETS FEADER

D'autres exemples très intéressants de projets de développement rural, soutenus par le Feader, sont présentés dans les précédentes éditions de la brochure de projets Feader. Chaque édition met en lumière des exemples de projets fructueux sur un thème particulier du développement rural.

Ces brochures sont disponibles dans la section «Publications» du site web du REDR à l'adresse <https://enrd.ec.europa.eu/fr>

## Priorités 2014-2020 pour le développement rural



## Exemples de projets Feader 2007-2013



## Inclusion sociale



## Services environnementaux



## Jeunes agriculteurs et jeunes de l'Europe rurale



## Autres fonds de l'UE



## Exploitation forestière



## Alimentation



## Croissance verte



## AUTRES PUBLICATIONS DU REDR

Restez informé des dernières nouvelles, des points de vue et des évolutions du développement rural européen en lisant les publications du REDR.

Vous les trouverez dans la section «Publications» du site <https://enrd.ec.europa.eu/fr>. Vous pouvez également vous y abonner en envoyant un courriel à [subscribe@enrd.eu](mailto:subscribe@enrd.eu).

### LETTRE D'INFORMATION

Toute l'actualité du développement rural en Europe, livrée chaque mois dans votre boîte aux lettres! La lettre d'information du REDR propose des synthèses concises sur les questions émergentes, les sujets brûlants, l'actualité et les événements relatifs au développement rural en Europe.

### RURAL CONNECTIONS

*Rural Connections* est le magazine de réseautage du REDR. Il présente des points de vue individuels et organisationnels sur les grandes questions du développement rural, ainsi que des histoires et des présentations de projets et d'acteurs du développement rural. Le magazine tient également ses lecteurs informés des nouvelles européennes en matière de développement rural qui pourraient leur avoir échappé. Il est publié deux fois par an dans six langues de l'UE (allemand, anglais, espagnol, français, italien et polonais).

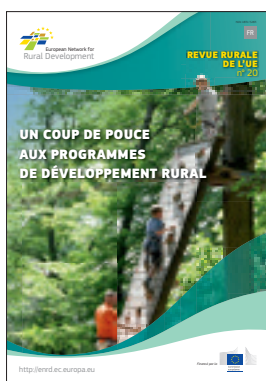
### REVUE RURALE DE L'UE

La *Revue rurale de l'UE* est la principale publication thématique du REDR. Elle présente les dernières connaissances et interprétations d'un thème donné, pertinent pour le développement rural en Europe. Les thèmes vont de l'entrepreneuriat rural et de la qualité de l'alimentation au changement climatique et à l'inclusion sociale. Elle est publiée deux fois par an dans six langues de l'UE (allemand, anglais, espagnol, français, italien et polonais).

*Numéro 21 — Les réponses du monde rural aux défis de l'Europe*



*Numéro 20 — Un coup de pouce aux programmes de développement rural*



*Numéro 19 — Renforcer la participation des parties prenantes*



## COMMENT VOUS PROCURER LES PUBLICATIONS DE L'UNION EUROPÉENNE?

### Publications gratuites:

- un seul exemplaire:  
sur le site EU Bookshop (<http://bookshop.europa.eu>);
- exemplaires multiples/posters/cartes:  
auprès des représentations de l'Union européenne ([http://ec.europa.eu/represent\\_fr.htm](http://ec.europa.eu/represent_fr.htm)),  
des délégations dans les pays hors UE ([http://eeas.europa.eu/delegations/index\\_fr.htm](http://eeas.europa.eu/delegations/index_fr.htm)),  
en contactant le réseau Europe Direct ([http://europa.eu/europedirect/index\\_fr.htm](http://europa.eu/europedirect/index_fr.htm))  
ou le numéro 00 800 6 7 8 9 10 11 (gratuit dans toute l'UE) (\*).

(\* Les informations sont fournies à titre gracieux et les appels sont généralement gratuits (sauf certains opérateurs, hôtels ou cabines téléphoniques).

### Publications payantes:

- sur le site EU Bookshop (<http://bookshop.europa.eu>).

# Le REDR en ligne

## Site web du REDR



Rendez-vous sur le site web du REDR à l'adresse <https://enrd.ec.europa.eu/fr> pour tout savoir sur le REDR et le développement rural en Europe. Vous y trouverez les dernières informations et l'actualité sur la politique et les programmes de développement rural en Europe.

Restez informé des dernières publications, travaux thématiques et événements du REDR.

## Le REDR sur les réseaux sociaux

Choisissez le réseau social qui vous correspond:

**Consultez la page Facebook du REDR** pour des exemples de pratiques de développement rural dans toute l'UE, ainsi que les dernières actualités et tendances.



**YouTube**

**Regardez** des vidéos sur les projets de développement rural et les questions thématiques sur la chaîne **YouTube EURural**.

**Suivez @ENRD\_CP sur Twitter** pour les dernières informations sur la politique, l'actualité et les événements du développement rural dans l'UE.



**Rejoignez le groupe LinkedIn du REDR** pour des débats, des échanges et des discussions sur les questions de politique et de mise en œuvre du développement rural.



Point de contact du REDR  
Rue de la Loi 38 (bte 4)  
1040 Bruxelles  
BELGIQUE  
Tél. +32 28013800  
[info@enrd.eu](mailto:info@enrd.eu)



Office des publications

<https://enrd.ec.europa.eu>



European Network for  
Rural Development