



3. RENFORCER LA COMPETITIVITE DES PME, DU SECTEUR AGRICOLE (POUR LE FEADER) ET DE LA PÊCHE (POUR LE FEAMP)

Que veut accomplir l'UE ?

L'UE veut investir dans les **PME**, qui contribuent à hauteur de 58% dans la valeur ajoutée européenne, pour qu'elles créent de nouveaux emplois et améliorent leur capacité à se développer à une échelle plus large, à l'intérieur et en dehors de leur région d'origine. Si l'on considère plus particulièrement l'agriculture et la sylviculture, l'UE souhaite :

- pérenniser la **production alimentaire** ;
- contribuer à la **création, au maintien et à la croissance des emplois dans les zones rurales** ;
- affronter les difficultés liées à la **taille des propriétés agricoles** dans certaines régions, et à la pyramide des âges : seulement 6% des agriculteurs ont moins de 35ans en Europe ;
- promouvoir la **productivité et l'efficacité** pour faire face à la concurrence venant des pays non-membres de l'UE, à l'augmentation du coût des intrants, à la volatilité du marché, et aux défis environnementaux.

Comment ?

Le CSC recommande d'employer en priorité des **instruments financiers** pour favoriser les investissements des PME, de proposer des services de conseil, de développer de nouveaux modèles économiques, de favoriser la restructuration et le renouvellement générationnel de l'agriculture.

Comment/pourquoi les montagnes peuvent-elles contribuer ?

Les montagnes fournissent des biens publics mais aussi **beaucoup de biens et services privés**.

Historiquement, plusieurs zones de montagne en Europe ont été considérées comme **un endroit idéal pour l'industrie grâce à la proximité des ressources énergétiques** (au départ hydraulique puis, plus récemment, hydroélectrique). Les montagnes offrent toujours de nombreux avantages pour produire différentes énergies renouvelables, et ces avantages deviennent d'autant plus importants que le prix des carburants augmente. Cependant, les dispositions en matière d'aides interdisent désormais de fournir aux entreprises de montagne l'électricité à un prix préférentiel, même si, dans la plupart des cas, les montagnes ne sont pas indemnisées pour ce qu'elles fournissent au reste de la société ! De plus, l'environnement de montagne présente un avantage pour les entreprises qui ont besoin d'air ou d'eau purs (chimie spécifique) ou de températures fraîches (centres de données).

Selon une récente [étude de la Commission Européenne](#), jusqu'à **11.4% de la production agricole européenne proviendrait des montagnes** ! Même si la productivité y est moins élevée que dans la plupart des systèmes de production intensifs, les montagnes occupent 15% de la surface agricole utile européenne. Cela représente un potentiel de production significatif et précieux qui deviendra indispensable au fur et à mesure que la demande d'une nourriture -de qualité- augmentera. Des formes particulières d'industries alimentaires se redéveloppent. Un nouveau site de fabrication de produits à base de châtaignes a ouvert à Isola en France. D'anciennes céréales sont de nouveau plantées dans les montagnes autrichiennes pour produire du pain local. Les montagnes sont un endroit idéal pour expérimenter la relocalisation de l'économie ! Les vastes forêts de montagne alimentent **des filières bois d'excellence**, comme dans le [Vorarlberg](#) en Autriche. Les montagnes sont aussi renommées pour leur attrait **touristique**, un secteur économique qui, d'après [la Commission européenne](#), représenterait 10% du PIB de l'UE et emploierait 12% de sa main d'œuvre.



La plupart des entreprises en montagne sont de taille petite ou moyenne. Un récent [diagnostic intersectoriel fait par l'APEM dans les Pyrénées Françaises](#) établit, par exemple, que **96.2% des entreprises y ont moins de 10 employés**. Les opportunités existent pour permettre à ces entreprises d'améliorer leur compétitivité. Les décideurs politiques peuvent les y aider. Finalement, les gens attachent de plus en plus d'importance à leur **qualité de vie**. Beaucoup de gens aimeraient habiter dans une zone de montagne à condition qu'ils puissent y trouver le travail qu'ils cherchent et qu'ils y aient accès aux services essentiels. Avec le développement des TIC, beaucoup d'entreprises qui auparavant avaient besoin d'une localisation centrale peuvent maintenant opérer depuis n'importe où. Il y a là une opportunité pour les montagnes de développer leur économie et pour la distribution de la population et des richesses européennes d'atteindre un meilleur équilibre, au bénéfice de tous.

Le secteur des services, en particulier, gagne en importance et est aujourd'hui le principal employeur dans la plupart des zones de montagne européennes. Les possibilités de création d'entreprise dans ce secteur sont multiples, ainsi que les possibilités d'emplois modernes pour les jeunes générations.

De quoi les montagnes ont-elles besoin afin de contribuer ?

Avant tout, il faut reconnaître que les montagnes représentent un **potentiel de croissance** et qu'elles méritent qu'on y investisse, y compris avec les Fonds structurels. En ce sens, le fait de spécifier que toute action concernant les PME situées en milieu rural devrait être financée par le FEADER n'est pas un signal très positif ! Par ailleurs, les instruments d'ingénierie financière doivent être mieux adaptés aux PME rurales.

La compétitivité des PME de montagne, y compris les exploitations agricoles et forestières, est freinée principalement par **des coûts de production élevés** dus aux **caractéristiques physiques**, par **l'éloignement** des marchés, la manque d'accessibilité et la **faible densité d'entreprises**. Cela implique que les frais de transport sont élevés et les économies d'échelle limitées. En ces temps où l'innovation est considérée comme le principal moteur de la croissance, des liens efficaces entre les montagnards, et avec les gens d'ailleurs, sont absolument cruciaux. Cela exige une bonne accessibilité physique par voie routière, ferroviaire et aérienne bien sûr. Mais de plus en plus, la connectivité internet est considérée comme un levier essentiel : **le déploiement de la prochaine génération de haut-débit doit être priorisé dans les zones de montagne**. Le soutien à l'investissement dans les bâtiments et dans des machines spécifiquement adaptées est aussi crucial, car les coûts d'investissement élevés sont souvent un obstacle majeur pour la création d'entreprises.

De plus, les entreprises doivent être aidées à développer des filières compensant les coûts élevés par une plus forte valeur ajoutée. Le développement de la qualité et la certification, les circuits courts, l'excellence et l'innovation aideront les entreprises de montagne à réussir.

Finalement, la **planification de la succession d'une génération à une autre** est probablement un des défis les plus importants pour les économies de montagne. La moyenne d'âge des entrepreneurs est plus élevée dans les zones de montagnes que dans les plaines. Beaucoup d'entreprises risquent de ne pas être reprises. L'APEM estime que 20% des entrepreneurs pyrénéens partiront à la retraite lors des dix prochaines années et que 39% d'entre eux n'envisagent aucune transmission. En parallèle, le taux de création d'entreprises dans la zone est supérieur à la moyenne nationale. Ces tendances appellent à des politiques actives et concertées pour le renouvellement économique.

Exemples d'actions/de pratiques/politiques ou projets permettant d'atteindre l'objectif

Les mesures suivantes sont déjà mises en œuvre dans certaines zones de montagne et sont susceptibles d'apporter de bons résultats dans d'autres zones de montagne à travers l'Europe :

- Soutenir la diversification des PME :
 - o Un bon exemple, faisant écho à MEDLAINE, est la coopérative [Ardelaine](#) basé en Ardèche, dans le Massif central en France. Au sein du secteur déclinant de la transformation de la laine, des travailleurs d'une entreprise en faillite ont formé une coopérative pour réorganiser l'entreprise en 1982. Ils décidèrent d'améliorer la **valeur patrimoniale** des bâtiments, de mettre en valeur les **aspects traditionnels de la production de laine, de créer de nouvelles méthodes de production et de commercialisation**. Ensuite, ils se diversifièrent et s'engagèrent dans le secteur culturel (création de deux musées locaux) et dans les activités touristiques. Voir [PADIMA](#) *bonne pratique sur la diversification économique*, p.134.
- Soutenir l'entreprenariat à travers l'éducation dès le plus jeune âge :
 - o A Hedmark (Norvège), l'initiative SANN – *Ecole, emploi, environnement local, innovation* - ([Bonne Pratique 39 sur l'éducation](#), PADIMA), développée par le comté et l'école supérieure de Koppang, offre aux étudiants l'opportunité de créer des produits dans des situations professionnelles réelles lors de leur 1^{ère} année d'études supérieures. Les étudiants réalisent des stages courts avec un objectif précis lié à l'innovation. Ce programme a obtenu un franc succès à la fois en termes d'implication des jeunes (hausse de 200% en nombre) et des enseignants, et une augmentation de la confiance en soi des élèves ainsi qu'une capacité à créer une entreprise.
- Porter une attention particulière au potentiel que les femmes représentent en montagne :
 - o L'initiative [Womeninnovation](#) de Buskerud, en Norvège (présentée dans le projet [PADIMA](#)) met l'accent sur la création d'entreprises par des femmes – dans un contexte où, au niveau national, seulement 28% des entrepreneurs sont des femmes, et bien moins en zone de montagne. Cette initiative englobe de nombreuses actions couvrant le **développement des compétences, du réseau professionnel et des débouchés pour les produits**.

Dans le domaine de **l'agriculture et de la production alimentaire**, nous avons identifié les actions suivantes comme étant les points clés pour l'amélioration de la compétitivité et la viabilité économique de l'agriculture de montagne et du secteur alimentaire :

- structuration des filières par :
 - o **le développement de la qualité**, notamment – mais pas seulement- en lien avec l'adoption de la nouvelle mention de qualité facultative "produit de montagne" : il faut utiliser les mesures de l'article 17 du FEADER pour développer la qualité des produits de montagne ;
 - o **la formation des producteurs et des acteurs des filières** afin d'améliorer leurs compétences techniques et commerciales ;
 - o le soutien à la **coopération** entre les agriculteurs et avec les autres acteurs des filières **pour le développement** de nouveaux produits et procédés;
 - Dans les Pyrénées, une filière territoriale a été développée afin de soutenir la production d'une variété ancienne de pommes de terre, [Pays de Sault](#). La production de pommes de terre a été combinée avec d'autres productions (notamment la viande bovine) afin de développer durablement l'économie agricole de la région. Cette zone est un territoire de montagne en pointe pour l'installation des jeunes agriculteurs.
 - o Soutien aux **stratégies de promotion croisée des produits alimentaires et du tourisme**.



- Soutien aux **jeunes agriculteurs** désirant s'installer en montagne, avec une attention particulière à ceux qui s'installent hors cadre familial;
- Soutien à la **recherche et au conseil** afin d'améliorer l'efficacité des pratiques agricoles en montagne ;
- Aide à l'**investissement en bâtiments et machines**, avec une attention particulière à toutes les façons innovantes d'organiser ce soutien, y compris sur l'ingénierie financière, qui devrait être mieux adaptée aux PME rurales et mieux utilisées à la fois par le FEDER et par le FEADER (avec une échelle plus large étendue et un ciblage sur les outils de finance rurale comme les prêts à faible taux d'intérêt et les assurances de capital-risque) ;
- Soutien pour la **diversification et la pluriactivité**.

Dans le domaine de la **foresterie et des filières bois**, la compétitivité et la valeur ajoutée peuvent être augmentées grâce au :

- Soutien à toutes les étapes des **projets locaux**, y compris la phase préparatoire, afin qu'ils soient adaptés au contexte local, utilisent des approches intégrées, par exemple à l'échelle du massif, et tiennent compte de l'intégralité de la filière, non d'un maillon pris isolément ;
 - o Le projet [UNCI'PLUS](#), mis en place par FORESPIR dans les Pyrénées Catalanes, (Espagne) a pour but d'améliorer la gestion multifonctionnelle des forêts de Pins à crochets et caractériser les propriétés du bois provenant des pins de montagne pour diversifier les opportunités marketing et d'améliorer la valeur ajoutée.
- Rendre les **outils disponibles** et le **contexte législatif favorable** : opportunités de formations, de création de marques et de certification;
- Apporter des **financements adéquats** :
 - o La PAC, en maintenant l'aide à l'investissement forestier et à la replantation ;
 - o Complémentarité entre FEDER, FEADER et FSE ;
 - o Apport de fonds ou de solutions financiers au niveau local ;
 - o Recherche de solutions pour financer l'investissement et les infrastructures pour les activités de conseil aux prioritaires et de mobilisation des propriétaires ;
- Soutenir la **recherche et le conseil** pour améliorer l'efficacité des pratiques forestières;
- Soutenir l'**investissement dans les bâtiments et machines**, en recherchant toutes les manières innovantes d'organiser ce soutien, y compris par des schémas d'ingénierie financière mieux adaptés aux PME rurales ;

Dans le domaine du **tourisme** :

- soutien au développement de **nouveaux produits et services touristiques** (coffrets, expériences spécifiques) aidant à améliorer les revenus, l'emploi et la fréquentation toute l'année :
 - o En Extremadura (Espagne), l'entreprise [Optitur](#) conseille les opérateurs du tourisme sur la manière de développer des produits touristiques spécifiques pour différents groupes cible;
 - o Les réseaux et routes touristiques – tel que la [Route des fromages en Autriche](#), le réseau des églises en Ecosse, et le Circuit vélo en Suisse – sont des types d'action pouvant trouver un soutien sous ces priorités ;
 - o Nouvelles formes d'interprétation des sites de patrimoine naturel ou culturel ;
- Soutien au développement de **stratégies de marketing territorial ambitieuses**, avec des marques territoriales s'appliquant transversalement à divers produits et services :

- A [Entlebuch](#), une Réserve de Biosphère en Suisse, la marque '[Echt Entlebuch](#)' respecte des spécifications claires élaborées en partenariat avec les entreprises locales, et s'applique à l'ensemble des produits et services. Les restaurants servent des produits locaux.

Dans le secteur des soins et de la santé :

- Soutien au développement d'un **système de soins hautement innovant**, explorant particulièrement le potentiel des TIC et de l'e-santé :
 - [IFREMMONT](#) est un centre d'excellence en médecine de montagne créé en 2005 dans la zone du Mont-Blanc avec le soutien de la région Rhône-Alpes (France) et de l'UE. Quatre pôles ont été développés qui servent les populations locales et les professionnels de montagne ;
 - Plusieurs projets se sont penchés sur l'e-santé, tel qu'[IMMODI](#) et [RESATER](#) : ils ont prouvé que le développement de l'e-santé améliore l'attractivité des professions médicales dans les espaces de montagne et crée des emplois, avec un impact positif sur les tendances migratoires. En Aragon (Espagne), 108 emplois ont été maintenus ou créés grâce à une telle initiative (financée par INTERREG IVB SUDOE).

Finalement, les montagnes sont le lieu idéal pour le soutien à l'éco-innovation et pour le développement d'entreprises dans ce domaine : soutenir le développement des PME dans les domaines des énergies renouvelables ou des sciences de la vie par exemple contribue parfaitement aux objectifs de l'UE (voir priorités 4 à 6).

Plus d'idées sur la compétitivité des PME de montagne :

- [PADIMA - bonnes pratiques sur la diversification économique](#)
- Euromontana [position sur l'agriculture de montagne](#)
- EuroMARC [recommandations politiques](#) , [lignes directrices](#) et [brochures](#)
- Etude Euromontana sur les [filières forêts](#)
- Euromontana [recommandations sur le tourisme durable](#)

