

Maintenir l'attractivité des montagnes d'Europe auprès des jeunes générations

10 ans après sa première enquête sur les jeunes montagnards, Euro-montana a publié en début d'année 2022 un nouveau rapport qui fait le point sur les besoins des jeunes de montagne. En cette Année Européenne de la Jeunesse, et sur la base de cette enquête, Euromontana s'efforce de porter la voix des jeunes montagnards sur la scène européenne et plaide en faveur de solutions pour faire face à la dépopulation, la fuite des cerveaux et l'exode des jeunes.

Blandine Camus - Euromontana

La montagne est attractive mais l'accès aux services reste un frein

Le rapport d'Euromontana « Être jeune en montagne : les besoins des jeunes de montagne en 2022 et leurs aspirations pour l'avenir » porte la voix de 1134 jeunes montagnards âgés de 18 à 29 ans, de 18 pays (EU et non-EU). Le principal message à retenir est qu'à l'échelle européenne, une majorité de jeunes (66%) souhaite rester vivre et travailler en montagne à l'avenir. Les montagnes ont des atouts bien reconnus par les jeunes, en premier lieu la qualité de vie et la proximité avec la nature.

Cependant, le rapport traduit également le manque d'accès à l'éducation, à l'emploi, aux transports et aux activités socio-culturelles, qui pèse sur le potentiel d'attractivité de certaines zones de montagne.

La fuite des cerveaux en montagne

Les participants à l'enquête d'Euromontana ont pointé l'accès à l'emploi comme un obstacle majeur à leur vie en montagne. Les jeunes déplorent l'ultra spécialisation de certaines régions dans l'agriculture et le tourisme. Ce manque de diversification économique les pousse à chercher ailleurs des opportunités professionnelles qui correspondent à leurs qualifications, principalement dans les grands centres urbains.

Le manque d'emplois qualifiés et diversifiés en montagne est une problématique majeure, car cette fuite

des cerveaux contribue au vieillissement et au dépeuplement des communautés de montagne. L'Union européenne travaille à une stratégie visant à inverser la tendance dans les zones en déclin démographique, et Euromontana y contribue en plaidant, entre autres, pour une approche locale et adaptée aux réalités de chaque territoire de montagne. Nos recommandations s'accompagnent d'exemples inspirants de toute l'Europe, y compris la façon dont les communes récompensées par le label « Commune de montagne – La jeunesse, notre avenir » travaillent à promouvoir l'insertion professionnelle en montagne ou la manière dont l'initiative « MiaEngadina » souhaite renforcer l'attractivité de la Basse-Engadine en offrant des espaces de travail partagés. A ce titre, Euromontana recommande d'analyser davantage le potentiel de développement du télétravail pour élargir l'éventail des opportunités professionnelles en montagne.

Quels outils pour répondre aux attentes des jeunes ?

La création d'emplois qualifiés et diversifiés en montagne doit être une priorité pour attirer les jeunes. A cet égard et comme l'a montré notre campagne « Montana174 », la nouvelle Politique de Cohésion est une opportunité pour toutes les montagnes européennes d'apporter des solutions adaptées à chaque territoire, de la structuration de nouveaux secteurs pourvoyeurs d'emplois, comme l'économie circulaire,

au soutien à l'entrepreneuriat. L'un des objectifs du programme Interreg Espace Alpin est par exemple d'accélérer la transition numérique en montagne afin d'atténuer la fuite des cerveaux en offrant de nouvelles opportunités d'emploi pour les jeunes et les travailleurs qualifiés.

D'autres leviers peuvent également être actionnés afin de maintenir l'attractivité de nos territoires, comme le marketing territorial et les stratégies visant à faciliter le retour des jeunes. Euromontana plaide pour une prise en compte du cycle de vie des jeunes – y compris ceux qui partent étudier ou débiter leur carrière en ville – et pour la mise en place de stratégies qui visent à encourager leur retour par la suite. Il est essentiel que les universités des grandes villes et les entreprises de montagne soient étroitement impliquées dans ces démarches.

Un autre axe de travail est évidemment l'amélioration de la prestation de services, et en tout premier lieu la mobilité. L'enquête d'Euromontana sur les jeunes montagnards révèle qu'ils sont 52% en Europe à être insatisfaits des transports dans leur territoire. Ils soulèvent notamment l'importance d'une offre qui facilite les trajets du quotidien, jusqu'au dernier kilomètre, et qui soit décorrelée de la saison touristique.

Enfin, et sans que cela ne soit exhaustif, les jeunes sont demandeurs de davantage de démocratie participative pour faire entendre leur voix à l'échelle locale. Tous n'adhèrent pas à la même vision de la mon-



Selon un rapport d'Euromontana, 66% des jeunes interrogés souhaitent vivre et travailler en montagne. (Euromontana)

tagne, mais les participants à l'enquête d'Euromontana partagent tous une volonté commune de construire l'avenir des montagnes, notamment autour de l'enjeu de la durabilité.

ZUSAMMENFASSUNG

Die Attraktivität der europäischen Berggebiete für die jungen Generationen erhalten

Anfang 2022 hat die Organisation Euromontana eine zweite Studie veröffentlicht über die Bedürfnisse der jungen Generation und die verschiedenen Möglichkeiten, deren Lebensbedingungen zu verbessern. Zwei Drittel der befragten jungen Personen möchten im Berggebiet wohnen bleiben. Als Grund geben sie die hohe Lebensqualität oder die Nähe zur Natur an. Andere Junge möchten hingegen lieber wegziehen. Die Beweggründe dafür sind vor allem auf Einschränkungen in Bereichen wie Bildung, Beschäftigung, Transport sowie soziokulturelle Aktivitäten zurückzuführen. Auch die fehlende ökonomische Diversifizierung in verschiedenen auf Landwirtschaft und Tourismus ausgerichteten Regionen stellt zum Teil ein Problem dar. Vor diesem Hintergrund hat Euromontana einerseits eine Reihe von Empfehlungen ausgesprochen, die durch inspirierende

Beispiele illustriert werden. Dazu gehört auch das SAB-Label für die Berggemeinden (Jugendfreundliche Bergdörfer / Comune di montagna – La gioventù, il nostro futuro). Andererseits hat Euromontana verschiedene Massnahmen identifiziert, die helfen könnten, die Zukunft der jungen Generationen zu verbessern. Dazu gehört beispielsweise das Ausschöpfen des digitalen Potentials, um – unter anderem - Homeoffice zu ermöglichen. Andere Massnahmen wären etwa ein verbessertes Standortmarketing oder auch die Weiterentwicklung der Mobilität. Bemerkenswert ist, dass sich die Mehrheit der befragten jungen Menschen eine auf Nachhaltigkeit basierende Entwicklung wünschen. Die Studie wurde mit 1134 Personen von 18 bis 29 Jahren aus 18 verschiedenen Ländern durchgeführt.

RIASSUNTO

Mantenere l'attrattività delle montagne d'Europa presso le giovani generazioni

All'inizio del 2022, l'organizzazione Euromontana ha pubblicato un secondo studio sui bisogni dei giovani, nonché sui modi che permettano di migliorare la loro condizione. Attualmente, circa due terzi dei giovani desiderano restare in montagna, per delle ragioni legate alla qualità di vita

o alla vicinanza alla natura, mentre altri preferiscono allontanarsene. Le ragioni principali per spingerli a lasciare il loro luogo d'origine sono legate soprattutto a delle carenze in settori come l'istruzione, l'impiego, i trasporti e le attività socioculturali. La mancanza di diversificazione economica di alcune regioni, specializzate nell'agricoltura e nel turismo, può così porre dei problemi. In questo contesto, Euromontana ha emanato una serie di raccomandazioni illustrate da esempi ispiratori, come il marchio del SAB per i comuni di montagna (Jugendfreundliche Bergdörfer / Comune di montagna – La gioventù, il nostro futuro). D'altra parte, Euromontana ha identificato diversi punti che contribuirebbero a migliorare il destino dei giovani. Si tratta in particolare di trarre maggiori vantaggi dal potenziale digitale, in particolare per sviluppare il telelavoro, di agire sul marketing territoriale per facilitare il ritorno dei giovani, nonché migliorare alcuni servizi, tra cui la mobilità. Va notato che la maggior parte dei giovani che si sono espressi, desiderano uno sviluppo basato sulla sostenibilità. Questo studio è stato condotto su 1134 persone di età compresa tra i 18 e i 29 anni provenienti da 18 paesi differenti.